



Mutfak Farkındalığı ve Özgünlüğü: Adana Mutfağına Yönelik Bir Araştırma (Culinary Awareness and Authenticity: A Study on Adana Cuisine)

* Cemal İNCE ^a , İbrahim Cemal GENÇAY ^b , Şeyma ÇAKAZ ^c 

^a Tokat Gaziosmanpaşa University, Zile Dinçerler School of Tourism Management and Hotel Management, Department of Recreation, Tokat/Türkiye

^b Tokat Gaziosmanpaşa University, Tokat Vocational School, Department of Food and Catering Services, Tokat/Türkiye

^c Tokat Gaziosmanpaşa University, Graduate School of Education, Department of Tourism Management and Hotel Management, Tokat/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 25.09.2024

Kabul Tarihi: 20.12.2024

Anahtar Kelimeler

Mutfak farkındalığı

Adana mutfağı

Özgünlük ve pişirilme

sıklığı

Keywords

Culinary awareness

Adana cuisine

Authenticity and cooking frequency

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

Öz

Adana yöresel gastronomik kimliği, yöreye özgü zengin çeşitlilikteki seçenekleri ile gastronomi turizmi ve turizm pazarlaması konularında önemli avantajlara sahiptir. Son yıllardaki gastronomi ve gastronomi turizmindeki olumlu gelişmeler de Adana mutfağına olumlu katkılar sunmaktadır. Yerel halk ve yerel mutfak paydaşları kendi mutfak kültürleri hakkında yeterli farkındalığa sahip değil ise bu ürünleri yeterli düzeyde müşterilerine anlatamazlar ve pazarlayamazlar. Bu nedenle bu araştırmada; Adana yerel halkının Adana mutfağının özgünlüğü hakkındaki görüşleri, özgün ve geleneksel yiyecekleri pişirme sıklıkları, coğrafi işaretli ürünler ve yöresel mutfak farkındalıklarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışma sonucuna göre Adana mutfağının imaj farkındalığı genel olarak olumludur. İmaj farkındalığı en yüksek olan “Adana yemekleri çekicidir” önermesi olurken “Adana yemekleri bilimsel teknikler ile pişirilir” önermesi en düşük imaj farkındalığına sahiptir. Çalışmada 27 yemek Adana’ya özgün olarak belirlenirken, 11 yemek Adana’ya özgün olarak kabul edilmemiştir. 13 yemek konusunda ise belirsizlik ortaya konmuştur. Yiyeceklerin pişirilme sıklığı ile cinsiyet ilişkisinde kadınlar 10 yemeğin, erkekler ise 1 yemeğin hiç pişirilmediğini belirtmektedirler. 39 yemekte ise cinsiyetler arasında bir farklılık belirlenmemiştir.

Abstract

The gastronomic identity of Adana, with its rich variety of unique options, offers significant advantages in terms of gastronomy tourism and tourism marketing. Recent positive developments in gastronomy and gastronomic tourism have also contributed positively to Adana cuisine. Therefore, in this study, it was aimed to determine the views of the local population of Adana on the authenticity of Adana cuisine, the frequency of cooking authentic and traditional foods, geographical indication products, and local culinary awareness. According to the results of the study, the image awareness of Adana cuisine is generally positive. The proposition with the highest image awareness is ‘Adana dishes are attractive,’ while the proposition ‘Adana dishes are cooked with scientific techniques’ has the lowest image awareness. In the study, 27 dishes were identified as unique to Adana, while 11 dishes were not considered unique to Adana. Uncertainty was noted regarding 13 dishes. In terms of the relationship between the frequency of cooking foods and gender, women reported that 10 dishes are never cooked, while men reported 1 dish as never cooked. No gender differences were found in 39 dishes.

* Sorumlu Yazar

E-posta: cemal.ince@gop.edu.tr (C. İnce)

DOI: 10.21325/jotags.2024.1490

GİRİŞ

Mutfak, tarih boyunca insanların medeniyet ve kültürlerini ifade etmede ve gelecek nesillere aktarmada önemli bir kaynak oluşturmuştur. Mutfak, toplumlar için sadece bir kültür olarak kalmamış aynı zamanda diğer medeniyet ve kültürlerle bir iletişim ve etkileşim aracı olmuştur. Bu nedenle mutfaklar tarih sürecinde kültürlerarası değişimlere uğramıştır (Kasar, 2021).

Gastronomik nedenlerle seyahatin, turistlerin seyahat tercihlerindeki etkisinin her geçen gün arttığı görülmektedir (Bessiere, 1998: s.21; Hall & Sharples, 2003: s.5). Farklı kültürel değerler ve otantik atmosfer deneyimleme turistlerin ilgisini çekmektedir. Özellikle turistik destinasyonlardaki doğal ve otantik ortamlarda hazırlanan ve servis edilen yiyecekler, turistlerin destinasyon tercihlerinde önemli bir etkiye sahiptir (Dilsiz, 2010: s.20; İnce ve Samatova, 2018).

Yöresel yemekler, belirli bir yörede (yörenin coğrafik ve iklimsel koşullarıyla) yaşayan bireylerin uzun yıllar yaşamalarıyla şekillenmiş o yöreye has pişirme, sunum ve tüketim yöntemleriyle benimsenmiş yiyeceklerdir (Delil & Yılmaz, 2023). Yöresel yemekler evlerde ve ticari işletmelerde kullanılabilen ve kendine has pişirme, sunum ve yeme ritüelleri olan yiyeceklerdir. Yöresel yemekler hüznü, mutlu ve hikâyeleri olan sofraların ana unsurlarıdır. Bu nedenle yöresel yemekler; bayram, doğum, nişan, düğün ve ölüm gibi önemli toplumsal olayların tamamlayıcı unsurları olarak önemli rol oynarlar.

Yöresel mutfakların yerel kültürden taşıdığı izler ve değerler nedeniyle mutfak kültürünün unsurları ile birlikte korunması önemli bir konu haline gelmiştir (Ceylan & Yeni, 2024). Gastronomi turizmi için korunan mutfak kültürleri önemli bir turistik kaynak olarak ortaya çıkmıştır. Mutfağın turistik bir ürün olarak değer kazanması, mutfak kültürünün hem korunmasını hem de gelecek nesillere aktarılmasını önemli hale getirmiştir. Mutfak kültürünün turistik bir değer haline gelmesi, mutfak kültürünün korunması ve kayıt altına alınması için de bir olanak sunmaktadır (Ergan, Kızılırmak & Ergan, 2020).

Yöresel mutfakların, destinasyonlarda turistik değer oluşturulmasına ve marka değerinin artırılmasına da büyük katkı sağladığı görülmektedir. Bu anlamda Türkiye’de Gaziantep, Hatay, Afyonkarahisar ve Adana illeri UNESCO yaratıcı şehirler ağı (UCCN) listesinde yer alan ve gastronomi alanında ön plana çıkan gastronomi destinasyonlarıdır (Unesco.org.tr). Bunu fark eden yöreler de bu alanda çalışmalarını yoğunlaştırmış durumdadır. Bu amaçla yerel idareler, yöresel yemeklerini coğrafi işaretler almak suretiyle tescil ettirmeye ve kayıt altına almaya çalışmaktadırlar. Ayrıca yöresel mutfaklarının bilinirliğini artırabilmek ve halklarda farkındalık oluşturabilmek için festivaller ve çeşitli etkinlikler düzenlemektedirler.

Mutfak farkındalığı aynı zamanda destinasyon çekiciliği oluşturma açısından da önemli bir faktördür (Lewis & Chambers, 1989). Turistlerin bir destinasyona seyahat etme potansiyeli oluşturmada yöresel mutfağında önemli bir katkısı bulunmaktadır (Gartner & Ruzzier, 2010).

Türkiye yöresel mutfak kültürü açısından oldukça zengindir. Bu zenginliğin farkındalığını sağlayan destinasyonlar, destinasyon pazarlamasında mutfak unsurlarına daha çok önem vermektedirler (Şengül & Türkay, 2018). Mutfak kültürünü ve yemeklerini tanıtmaya çalışan ve yerel halkta farkındalık oluşturmaya çalışan yörelerden bir tanesi de Adana’dır. Bu amaçla Adana halkının yöresel mutfak farkındalığını değerlendirebilmek için bu çalışma gerçekleştirilmiştir.

Kavramsal Çerçeve

Mutfak Farkındalığı

Farkındalık kavramı, bir canlının çevresinde gelişen olayları bilme, algılama ve duyumsama becerisidir. Bireyin yaşam döngüsünde çevresi ile etkileşimde olabilmesi için gereken en temel unsur farkındalığının olmasıdır (Engin & Çam, 2005). Farkındalık bireylere bir şeyi nasıl yaptıklarını göstermektedir. (Dökmen, 2000, Rohrer, 2002). Farkındalık bireylerin neyi ne kadar anladıklarının ve ne şekilde öğrendiklerinin bilincinde olma durumu (Sarica, 2021) ve genel anlamda bilinçlilik düzeyini ifade etmektedir (Bakırdöven, 2022).

Mutfak ve mutfak kültürü kavramları, aynı coğrafyada uzun yıllarca birlikte yaşamın sonucunda oluşmuş, yöresel ve özgün yemekleri ifade etmektedir. Yöresel mutfak ve mutfak kültürü; coğrafi, dini, sosyal, ekonomik, teknolojik birçok etken ile şekillenmiş, özgün kutlama ve törenler, ritüeller, araç, donanım, pişirme yöntemleri ve yöre insanlarınca yaşanmışlıkları yansıtan kültürel unsurlardan oluşmaktadır. Bu anlamda yöresel mutfağın somut olmayan kültürel mirasın çekirdeğini oluşturduğu (Şimşek, vd., 2021), ve yöresel yiyeceklerin kültürel mirasın bir parçası oldukları ifade edilmektedir (Çapar ve Yenipınar, 2016: s.104).

Ancak bugünün yaşam sürecinde birçok toplumun kültürel çeşitliliğini kaybetmeye başladığı ve tek tip yaşam anlayışının yaygınlaştığı, kitle kültürü veya popüler kültür denen olgunun geleneksel kültürün yerine geçtiği görülmektedir (Kahraman & Islak, 2018: s.2). Bu sonuç kültürel miras olarak nitelenen yöresel mutfak ve mutfak kültürünün kaybolmadan ve bozulmadan gelecek nesillere aktarılmasını, kayıt altına alınmasını ve mutfak farkındalığının canlı tutulmasını gerektirmektedir.

Yöresel mutfakların özgünlüğü ve çeşitliliğinin korunması amacıyla kayıt altına alınması, kültürel açıdan mutfak farkındalığının oluşturulmasında önemli olduğu gibi turizm pazarlaması ve gastronomi turizminin gelişimi için de önemli görülmektedir. Yöresel mutfak kültürünü kayıt altına almada ve korumada en önemli unsurların başında coğrafi işaret tescili gelmektedir. Coğrafi işaret tescili ürünü kullanan tüketicilere ürünün kaynağı, sahip olduğu karakteristik özellikleri ve üretildiği coğrafya ile arasındaki bağlantıyı gösteren bir işarettir (Türk Patent, 2018).

Turistler için başlangıçta sadece karın doyurma aracı olan yeme-içme, bugün farklı kültür ve lezzetleri deneyimleme aracı haline gelmiştir (Çirişoğlu & Olum, 2019). Bundan dolayıdır ki yeme-içme, turistlerin yöresel yemekleri bölge hakkında edinilecek deneyimler için bir araç haline gelmiştir (Çelebi & İlban, 2023). Bu gelişmeler yerel halklar için mutfak farkındalığının gelişmesi sonucunu ortaya çıkarmıştır (Kendir & Arslan, 2020).

Yöresel yemek kültürü ve coğrafi işaretli ürünler destinasyonlarda kültürel kimliğin oluşmasında önemli bir etkiye sahiptir. Destinasyonlar ile özdeşleşen yöresel yiyecek ve içeceklerin gastronomik kimliğin oluşmasını sağladığı belirtilmektedir (Haven-Tang & Jones, 2006, s. 73-74). Örnek olarak Şampanya ile Champagne Bölgesi, Konyak ile Cognac kasabası, Napoli pizza ile Napoli şehri veya Adana Kebap ile Adana şehrinin özdeşleştiği ve böylece destinasyona özgü bir gastronomik kimlik oluştuğu ifade edilmektedir (Çalışkan, 2013, s. 41).

Destinasyonlarda gastronomik kimliği oluşturan yöresel mutfak kültürü, turizm alanında rekabet avantajı sağlamada etkili unsurlardan birini oluşturmaktadır (Henderson, 2009, s. 321). Yöresel özgün yemeklerin, bölge için ek bir kültürel değer oluşturduğu (Simic & Pap, 2016: s.10), destinasyonların sürdürülebilir rekabet gücünü artırabileceği ifade edilmektedir (Crouch & Ritchie, 1999: s.149). Turistik destinasyonların tanınması ve gastronomi turizminin geliştirilmesinde gastronomik kimliğin önemli etkenlerden biri olduğu görülmektedir. Ayrıca gastronomik

kimliğin mutfak kültürünün sürdürülebilirliğinde ve mutfak farkındalığı oluşturulmasında önemli bir unsur olduğu belirtilmektedir (Karakulak, 2016, s. 2-3).

Gastronomik kimlik açısından Adana çok zengin çeşitliliğe ve özgün unsurlara sahip seçkin yörelerden biridir. Çeşitli medeniyetlerin ve farklı etnik yapıdaki toplulukların Çukurova'nın verimli topraklarında harmanlanması ve yoğun iç göç hareketliliği gibi nedenlerin Adana'nın gastronomik kimliğine çeşitlilik ve zenginlik kazandırdığı görülmektedir (Artun, 2019).

Mutfak Özgünlüğü

Yöresel yiyecek ve içeceklerin oluşturduğu mutfak özgünlüğü ile tarihsel süreçte oluşan, yöreye özgü malzemeler, hazırlama ve pişirme yöntemleri ile geleneksel şekilde servis edilerek tüketilen gıdalar ifade edilmektedir. Genel anlamda yerel gıdalar o yörede üretilen ürünler olarak tanımlanmaktadır (Inwood, 2009). Plummer, Telfer, Hashimoto ve Summer (2005: s.453) yerel yiyecekleri, bölgesel kültürün sembolik özelliklerini yansıtan ve bölgede yetiştirilen ürünler olarak tanımlamaktadır.

Yöresel yemekler ve özgün mutfak unsurlarının bir destinasyondaki yerel kültürel mirasın en önemli temsilcilerinden biri olduğu belirtilmektedir (Soeroso s. Susilo, 2014: s.47). Bu anlamda yöresel yiyecek ve içecekler ile oluşan mutfak özgünlüğünün, turistik ve gastronomik deneyimlerde asıl unsur olduğu vurgulanmaktadır (Sims, 2009). Gastronomi turizminde özgünlük, turistler için önemli bir tercih nedeni olarak belirtilmektedir (Ellis, Park, Kim & Yeoman, 2018: s.218).

Mutfak özgünlüğü ve yöresel gıdaların destinasyonların çekiciliğini artırdığı birçok çalışmada ifade edilmektedir. Turistlerin özgün yerel ve ulusal mutfaklara yönelik merak ve ilgisi destinasyonun çekiciliği açısından, destinasyon pazarlamasında önemli görülmektedir (Du Rand, Heath & Alberts, 2003: s.97). Destinasyonlara ait özgün mutfak ve gastronomi kültürünün turistlerce ilgi görmesi ve seyahat motivasyonları üzerindeki çekici etkisi, turizm paydaşlarının dikkatini çekmektedir (Ignatov & Smith, 2006: s.236). Gastronomik deneyimlerin özgünlüğünün destinasyonun imajına etki edebileceği (Kivela & Crotts, 2006), özgün mutfak ve yöresel gıdaların, destinasyonları ziyaret etmeye teşvik edici bir rol oynadığı belirtilmektedir (Gupta & Duggal, 2021, Erol & Ünalsoy, 2022).

Özgün mutfak ve yöresel gıda özgünlüğünün turistlerin destinasyonları tekrar ziyaret etme kararları üzerinde etkili olduğu (Jang, Ha & Park, 2012; Shalini & Duggal, 2015), Özellikle özgün gıdaları tatmalarının unutulmaz bir memnuniyetle sonuçlanması halinde tavsiye etme veya tekrar deneyimleme niyetlerini önemli ölçüde etkilediği vurgulanmaktadır (Antón, Camarero, Laguna & Buhalis, 2019: s.743).

Adana Mutfağı

Adana mutfağı, tarihi ve kültürel mirası ile şekillenen, zengin çeşitliliğe, özgün yöresel değerlere ve önemli bir gastronomik kimliğe sahiptir. Çukurova'nın verimli topraklarında yörük göçebe, köy ve kasaba kültürleri, iç ve dış göçler ile harmanlanan Adana mutfağı zenginlik ve çeşitlilik kazanmıştır. Dağ, yayla, ova ve deniz kültürleri Adana'da iç içe geçmiş olup, bu da Adana mutfağına farklılık, özgünlük ve zenginlik katmaktadır (Ballı, 2013: s.210). Akdeniz Bölgesi'nde yer alması ve baklagiller, sebzeler ve meyveler açısından çok zengin olması da Adana mutfağına olumlu katkılar sunmaktadır (Artun, 2001: s.33).

Tablo.1. Adana Mutfağı Lezzetleri

Çorbalar	Yüksük Çorbası, Dügün Çorbası, Namaz Çorbası, Mahluta Çorbası, Dul Avrat Çorbası, Mırmırık Çorbası, Tutmaç, Topalak, Toga Çorbası, , Mahluta Çorbası, Acebekli Bulgur Çorbası, Un Çorbası, Ispanak Başı Çorbası, Kara Çorba, Pittıriç Çorbası, Sütlü Çorba, Börek Çorbası, Hayır Çorbası, Yarma Çorbası, Tikliye Çorbası, Püsürük Çorbası, Ogmaç Çorbası, Zilif Çorbası, Rıştı, Aşır Aşı, Bulamaç Çorbası, Çakıldaklı, Para Para Çorbası.
Hamurlular	Yufka Ekmeği, Tandır Ekmeği, Tahinli Ekmek, Acılı Ekmek, Yağlı Katmer, Yağlı Ballı, Küncülü Ekmek, Setikli Ekmek, Bayram Çöreği, Vardabit, Adana Lahmacunu, Sac Böreği, Tandır Böreği, Kol Böreği, Çökelekli Ekmek, Pazı Böreği, Muska Böreği, Etli Kömbe, Sac Altı, Kuş Böreği, Peksimet, Sıkma, Eleme, Bamı, Erişte, İlegen Kütüğü, Kıddes
Pilavlar	Dövme Pilavı, Sebzeli Pirinç Pilavı, Domatesli Bulgur Pilavı, Mercimekli Bulgur Pilavı, Nohutlu Bulgur Pilavı, Şehriyeli Bulgur Pilavı, Kömeçli Lepe.
Et Yemekleri	Adana Kebab, Ciğer Kebabı, Cartlak Kebabı, İçli Köfte, Şırdan, Kuzu Şiş Kebabı, Boru Kebabı, Lokma Kebabı, Mumbar, Kırkkat, Kelle Paça, Kaz Başı.
Sebze Yemekleri	Borani, Kabak Çintmesi, Patlıcan Sulusu, Hardal Sarması, Kabak Çiçeği Dolması, Ebegümecili Lepe (Kömeç), Süllüm.
Tatlılar	Bici Bici, Karakuş Tatlısı, Taş Kadayıf, Halka Tatlısı, Kabak Tatlısı, İrmik Tatlısı, Zerde, Fıstıklı Baklava, Künefe, Yoğurt Tatlısı, Revani, Un Helvası, Yufka Tatlısı, Karsanbaç, Turunç Tatlısı, Palıza, Bandırma, Büzdürük Tatlısı, Süt Yarması.
İçecekler	Şalgam, Kaynar, Misis Ayranı, Tuluk Ayranı, Ekşili Şerbet, Aşlama (Haşlama).

Kaynak: Oğuz, 2020: s.5.

Adana mutfağı; özgün gastronomik değerleri, diğer kültürlerden ayrıran sofrası ve beslenme alışkanlıkları düğün, bayram, doğum, ölüm gibi ritüeller, kutlama, festivaller ve daha birçok faktörün etkisi ile oluşan farklı özellikler barındırmaktadır. Ilıman bir iklimi sahip olması, günün 24 saati yiyecek ve içeceğe ulaşılabilmesi, sofrası ve yeme alışkanlıkları Adana'yı diğer bölgelerden ayıran en önemli özellikler arasındadır. Adana'nın geleneksel sabah kahvaltısı 5-6 gibi erken saatlerde Adana böreği ile misis ayranı, çay veya ciğer ve şalgam ya da simit ve şalgam ile başlar. Çarşı ve pazarlardaki sokak lezzetleri satan seyyar satıcılar ve kebabçılar, ocaklar ve mangallar başında gün boyu eşsiz lezzetler sunarlar.

Adana'da düğün, bayram, doğum, ölüm, gibi önemli günler ve ritüeller için özel yemekler hazırlanmaktadır. Doğumlarda, lohusa kadınlar için “yağlı ballı” ve ziyarete gelenler için “kaynar”, düğün yemeklerinde özellikle yapılan “yüksük çorbası”, ölümlerde, taziye evinde helva, koyun etinden yapılan özel yemekler, ramazan ayı ve bayramlarda kurabiye şeklindeki “kömbe” bunlardan sadece birkaçıdır (Adana sofrası kültürü, 2024).

Adana mutfağını oluşturan gastronomik değerler, Adana kebabı başta olmak üzere, kebablar, ev yemekleri, sokak lezzetleri, deniz ürünleri, tarım ürünleri gibi farklı kategorilerde sıralanabilir (Zaimoğlu, 2018: s.12). Ayrıca

Adana'nın coğrafi işaretli ürünleri, mahreç ve menşe işaretli ürünleri, festivalleri gibi çok sayıda gastronomik değeri bulunmaktadır. Çok sayıda özgün yiyecek ve içecek türüne sahip olması ile birlikte kent, Adana kebabı ve şalgam suyu ile özdeşleşmiş bir imaja sahiptir. Adana mutfağındaki lezzetler Tablo 1' de gösterilmiştir (Oğuz, 2020)

Adana Mutfağında Bulunan Coğrafi İşaretli Ürünler

Adana ilinin zengin ve özgün birçok yiyeceği bulunmaktadır. Gastronomi turizminin gelişmesi ve farkındalığının oluşması ile Adana'da da özgün yiyeceklerin tescil edilmesi çalışmaları devam etmektedir. 2005 yılından itibaren Adana'ya özgün yiyeceklerin coğrafi işaret çalışmaları devam etmektedir. Adana'ya özgü olup ta coğrafi işaret ve mahreç işareti alan yemekler tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo.2.Tescil Almış Mahreç İşaretli ve Menşe İşaretli Gastronomik Ürünleri

Tescil Almış Mahreç İşaretli Gastronomik Ürünleri			
Coğrafi İşaretin Adı	Yıl	Coğrafi İşaretin Adı	Yıl
Adana Kebabı	2005	Adana Şırdan	2020
Adana Analı Kızılı	2020	Adana Karakuş Tatlısı	2021
Adana Aşlama (Haşlama)	2020	Adana Taş Kadayıfı	2021
Adana Bici Bici	2020	Adana Karataş Kıddesi	2021
Adana Halka Tatlısı	2020	Adana Ceyhan Zeytinyağı	2022
Adana İçli Köfte	2020	Adana Yer Fıstığı	2023
Adana Karpuzu	2020	Tufanbeyli Kuru Fasulyesi	2023
Adana Kol Böreği	2020	Adana Tapan Bıçağı	2020
Adana Şalgamı	2020		
Tescil Almış Menşe İşaretli Gastronomik Ürünleri			
Coğrafi İşaretin Adı			Yıl
Adana Kuytucak Narı			2021
Adana Pozantı Çileği			2023
Adana Kozan Portakalı			2020
Çukurova Pamuğu			2020

Kaynak: Türk Patent ve Marka Kurumu, 2023

Tablo 4. Adana'da Düzenlenen Gastronomi Etkinlikleri

Etkinliğin Adı	Düzenlenme Tarihi
Uluslararası Adana Lezzet Festivali	08-10 Ekim 2021
Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı	23-27 Mart 2022
Kebap Ve Şalgam Festivali	14-15 Aralık 2019
Adana Karpuz Festivali	21 Haziran 2020
Sarıçam Adana Nar Festivali	28 Ekim 2019
Karakışlakçı Bal Ve Çilek Festivali	26 Ağustos 2019
Adana Kahve ve Tatlı Festivali	28-29 Mart 2020
Adana Dünya Rakı Festivali	11 Aralık 2021
İmamoğlu Şeftali Festivali	13 Haziran 2020

Kaynak: Adana Gastronomi Festivalleri, (adanacityofgastronomy.com).

Adana'da verimli Çukurova'ya sahip olması, Akdeniz'e kıyısı ve uygun iklimi ile Türkiye'nin ve birçok ülke ortalamasının üzerinde tarımsal üretim gerçekleştirildiği görülmektedir. Ayrıca birçok üründe üretim miktarı ile Türkiye'de ilk sırada yer almaktadır.

Tablo 5. Adana Tarım ürünleri

Tarımsal ürün	Üretim miktarı	Türkiye sıralaması
Narenciye	1,4 milyon ton	%28'ile Türkiye'de birincidir
Karpuz	1 milyon ton	%25'ile Türkiye birincisidir.
Soya	9 bin ton	%56'sını karşılamaktadır.
Greyfurt	192 bin ton	%76'sını karşılamaktadır.
Yerfıstığı	98 bin ton	%57'sini karşılamaktadır.
Mısır	842 bin ton	%15'ile ikinci sıradadır.
Bal	11 bin ton	Türkiye üçüncüsüdür

Kaynak: Adana'da tarım, (adanacityofgastronomy.com).

Adana hayvancılık alanında olduğu gibi su ürünleri yetiştiriciliğinde de önde gelen illerden biridir. Seçkin bir gastronomik değer olan havyar üretimi ile dikkat çekmektedir. Dünyada koruma altında olan ve havyar üretiminde özel bir yeri olan mersin balığı yetiştiriciliği Türkiye'de ilk ve tek olan Adana'nın İmamoğlu ilçesindeki Mersin balığı çiftliğinde gerçekleştirilmektedir (Adana su ürünleri, 2019). Ancak miktar ve çeşitlilikte oldukça fazla üretim yapılmasına rağmen Adana mutfağında karakteristik özellikler ve tanıtım anlamında su ürünlerinin yeterince yer almadığı gözlenmektedir.

Yöntem

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Çalışmanın amacı Adana yerel halkının Adana mutfağı hakkındaki farkındalıklarını gastronomik yönleriyle incelemektir. Çalışma kapsamında elde edilen bulgulara bağlı olarak Adana mutfağına yönelik imaj farkındalığının katılımcıların yaşlarına, cinsiyetine, eğitim durumlarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymaktır. Adana mutfağına ait gıdaların özgünlüğü ve katılımcıların yaş grupları ve cinsiyeti değişkenlerindeki ilişki ile yiyeceklerin pişirilme sıklığına ait farkındalığı belirlemeye çalışmaktır.

Adana mutfağına ait yiyeceklerin özgünlüğü ve pişirilme sıklığı ile ilgili ilk çalışmadır. Bu çalışma bundan sonraki çalışmalara kaynaklık edebilir ve çeşitlilik kazandırılabilir.

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Adana'nın yerel halkı oluşturmaktadır. Araştırma Adana ili ve merkez ilçeleri ile sınırlıdır. Yerel halkın anket formundaki sorulara verecekleri yanıtlarla sınırlandırılmıştır. Araştırmanın evrenini Adana'nın yerel halkı oluşturmaktadır. Çalışmada büyüklüğü 500.000'den büyük evrenler için olması gereken örneklem sayısı 0,05 sapma payıyla en az 384 olmaktadır (Karagöz, 2016: s.287-288). Örneklemi ise evren içerisinden kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen 421 katılımcı oluşturmaktadır (225 kadın, 196 erkek). Araştırmanın yapılabilmesi için Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Etik Kurulu tarafından 07.12.2022 tarih ve 15/01-56 nolu karar ile Etik Kurul izni verilmiştir. Gönüllülük esası üzerine katılımcılara anket formu dağıtılarak veriler toplanmıştır. Araştırma verileri 20.12.2022-06.06.2023 tarihleri arasında toplanmıştır.

Veri Toplama Yöntemi ve Araçları

Veri toplama aracı olarak geliştirilen ölçek dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik yapılarını belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. İkinci bölümde Lertputtarak (2012) tarafından geliştirilen ve mutfak imajını ölçmede kullanılan 5'li likert (kesinlikle katılmıyorum- kesinlikle katılıyorum) ölçeği

ile oluşturulan 16 önerme yer almaktadır. Bu bölümde Adanalı katılımcıların Adana mutfağına yönelik imaja ilişkin katılım düzeyleri belirlenmiştir. Üçüncü bölümde ise araştırmalar neticesinde belirlenen Adana mutfağında yer alan 50 yemeğe ait yerel halkın farkındalık düzeyleri ölçülmeye çalışılmıştır. Bu bölümde yiyecek ve içeceklerin yöreye özgünlüğünü (özgün, özgün değil ve fikrim yok) ve mutfaklarda pişirilme sıklığını ölçmek üzere İnce vd. (2020) tarafından hazırlanan önermeler yer almaktadır. Bu önermelerde Adana mutfağına ait yiyeceklerin pişirilme sıklığı ölçülmeye çalışılmıştır (ayda 1 kere, 2 kere, 3 kere, 4 kere, 4'ten fazla, yılda 1 kere ve hiçbir zaman olmak üzere).

Ölçeklerin güvenilirlik analizi için Cronbach's Alpha katsayısı kullanılmıştır. İfadelere verilen cevaplar 0,00-0,40 arasında ise ölçek güvenilir değildir, 0,40-0,60 arasında ise ölçek düşük güvenilirlikte, 0,60-0,80 arasında ise ölçek oldukça güvenilir, 0,80-1,00 arasında yer alırsa ölçek yüksek derecede güvenilir olarak değerlendirilmektedir (Ergin, 1995). Yapılan analiz sonucu Adana Mutfağının İmajı ölçeğinin Alpha katsayısı 0,850, Adana Mutfağının özgünlüğünün Alpha değeri 0,818 ve Adana yemeklerinin pişirilme düzeyi ise 0,936 olarak tespit edilmiştir. Buna göre ölçeklerin yeterli düzeyde güvenilir oldukları belirlenmiştir. Araştırmanın geçerliliğini test etmek için de açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Analiz sonucuna göre Adana mutfağının imajı 3 faktör ile açıklanmaktadır. Ayrıca, araştırma verileri üzerinde frekans ve hipotez testlerine yönelik analizler yapılmıştır.

Araştırma ölçeği, amaca uygun kullanıldığı ve geçerli olduğu varsayılmıştır. Araştırmada, veri toplama araçlarının doğru ve hatasız olduğu varsayılmıştır. Görüşlerine başvuru alan yerel halkın ölçeğe verdikleri cevapların, gerçek görüşlerini yansıtmakta olduğu varsayılmaktadır.

Araştırmanın sorunsalını oluşturan Adana halkının Adana mutfağına ait yemeklerin ne kadar farkında olduğunu anlamaya yönelik sorulara verilen cevaplar analiz edilecektir. Bu amaçla H2: Adana Halkının yazılı kaynaklarda belirtilen Adana mutfağına ait yemekleri Adana'ya özgün bulma düzeyi nedir hipotezi test edilecektir. Ayrıca mutfak imajında katılımcıların yaş, cinsiyet ve eğitim durumlarına göre farklılıklar olup olmadığı incelenecektir. Çalışmada Adana mutfağında yer alan yiyeceklerin özgünlük ve pişirilme sıklığı algısında katılımcıların yaş ve cinsiyet durumlarına farklılıklar olup olmadığı incelenecektir. Yapılan literatür çalışması sonucunda Adana halkının Adana mutfağına yönelik imajını ölçmeye yönelik aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H10: Katılımcılar Adana mutfağının imaj farkındalığına sahiptir?

H11: Adana mutfağının imaj farkındalığı katılımcıların yaşlarına göre farklılık göstermektedir?

H12: Adana mutfağının imaj farkındalığı katılımcıların cinsiyetine göre farklılık göstermektedir?

H13: Adana mutfağının imaj farkındalığı katılımcıların eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H2: Katılımcılar literatürde yer alan Adana mutfağına ait yiyecekleri Adana'ya özgün bulmaktadır?

H3: Adana mutfağında yer alan yiyeceklerin özgünlük durumu ile katılımcıların cinsiyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H4: Adana mutfağında yer alan yiyeceklerin özgünlük durumu ile katılımcıların yaş grupları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H5: Adana mutfağında yer alan yiyeceklerin pişirilme sıklığı ile katılımcıların cinsiyetleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Ölçeklerin güvenilirlik analizi için Cronbach's Alpha katsayısı kullanılmıştır. İfadelere verilen cevaplar 0,00-0,40 arasında ise ölçek güvenilir değildir, 0,40-0,60 arasında ise ölçek düşük güvenilirlikte, 0,60-0,80 arasında ise ölçek oldukça güvenilir, 0,80-1,00 arasında yer alırsa ölçek yüksek derecede güvenilir olarak değerlendirilmektedir (Karagöz, 2016:941). Yapılan analiz sonucu Adana Mutfağının İmaj Farkındalığı ölçeğinin Alpha katsayısı 0,850, Adana Mutfağının özgünlüğünün Alpha değeri 0,818 ve Adana yemeklerinin pişirilme düzeyi ise 0,936 olarak tespit edilmiştir. Buna göre ölçeklerin yeterli düzeyde güvenilir oldukları belirlenmiştir. Adana Mutfağının İmaj Farkındalığı ölçeğinin geçerliliğini test etmek için de açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Ayrıca, araştırma verileri üzerinde frekans ve hipotez testlerine yönelik analizler yapılmıştır.

Verilerin Analizi

Demografik Veriler

Adana mutfağı imajı ve yemeklerine ait çalışmanın katılımcılarının demografik özellikleri tablo 10'da gösterilmektedir. Tablo incelendiğinde katılımcıların % 53,4'nün (225 kişi) kadın, % 46,6'nın erkek (196 kişi) olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaş dağılımlarına bakıldığında ise % 17,8' nin 18-24 yaş, %34,7'sinin 25-34 yaş, % 24,5'nin 35-44 yaş, % 11,6'sının 45-54 yaş, % 7,1'nin 55-64 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Katılımcılardan 65 ve üzeri olanların ise oranı % 4,3 tür. Katılımcıların medeni durumlarına bakıldığında ise % 51,1nin evli, % 48,9'unun ise bekâr olduğu görülmektedir. Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde; % 10,7 sinin ilköğretim, % 39,0'ının ortaöğretim, % 31,6'sının önlisans, % 14,0'ının lisans, % 4,8'inin lisansüstü eğitim almış oldukları görülmektedir. Katılımcıların meslek durumları incelendiğinde % 24,2 sinin kamu çalışanı, % 33,7 sinin özel sektörde çalıştığı görülmektedir. Katılımcıların % 8,3'nün emekli olduğu, % 8,1inin ise herhangi bir işte çalışmadığı belirlenmiştir. Katılımcıların aylık gelir durumuna bakıldığında % 20,7 sinin 5.000 tl ve altı, % 26,4'nün 5001- 10.000 tl, % 28,7 sinin 10.000-15.000 tl, % 18,3'nün 15.000-20.000 tl, % 3,3'nün 21.000-25.000 tl, % 2,6'sı ise 25.001 tl ve üzeri aylık gelire sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Analizi

Cinsiyet	N	%	Meslek Durumu	N	%
Kadın	225	53,4	Kamu Çalışanı	102	24,2
Erkek	196	46,6	Özel sektör	142	33,7
Toplam	421	100,0	Serbest meslek	44	10,5
Yaş			Çalışmıyor	34	8,1
18-24	75	17,8	Emekli	35	8,3
25-34	146	34,7	Ev hanımı	40	9,5
35-44	103	24,5	Diğer	24	5,7
45-54	49	11,6	Toplam	421	100,0
55-64	30	7,1	Aylık gelir		
65 ve üzeri	18	4,3	5000 ve Altı	87	20,7
Toplam	421	100,0	5001- 10000	111	26,4
Medeni Durum			10001-15000	121	28,7
Evli	215	51,1	15001-20000	77	18,3
Bekar	206	48,9	21000- 25000	14	3,3
Toplam	421	100,0	25001- ve Üzeri	11	2,6
			Toplam	421	100,0

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Analizi (devamı)

Eğitim durumu			Adana'da Yaşanılan Süre		
İlköğretim	45	10,7	10 yıldan az	53	12,6
Ortaöğretim	164	39,0	10-19 yıl	101	24,0
Ön lisans	133	31,6	20-29 yıl	132	31,4
Lisans	59	14,0	30-39 yıl	66	15,7
Lisansüstü	20	4,8	40-49 yıl	44	10,5
Toplam	421	100,0	50 yıl ve üzeri	25	5,9
Medeni durum			Toplam		
Evli	215	51,1	Gastronomi Amaçlı Seyahat		
Bekâr	206	48,9	Evet	335	79,6
Toplam	421	100,0	Hayır	86	20,4
Ziyaret edilen şehir			Toplam		
Gaziantep	98	23,3	Gastronomi Şehirlerinin Destinasyon Seçimine Etkisi		
Hatay	98	23,3	Evet	314	74,6
Afyonkarahisar	60	14,3	Hayır	13	3,1
Gaziantep- Hatay	53	12,6	Fikrim yok	94	22,3
Gaziantep-Afyonkarahisar	11	2,6	Toplam	421	100,0
Hatay-Afyonkarahisar	9	2,1			
Gaziantep-Hatay-Afyonkarahisar	18	4,3			
Cevap Yok	74	17,6			
Toplam	421	100,0			

Katılımcıların Adana'da yaşadıkları süre incelendiğinde ise %12,6 sının 10 yıldan daha az süre Adana'da yaşadıkları görülmektedir. % 31,4 ü 20-29 yıl arası Adana'da yaşayan kişilerden oluşmaktadır. % 24, 0'ının Adana'da yaşadıkları süre ise 10-19 yıl arasındır. Katılımcıların % 15,7 si 30-39 yıl arası, % 10,5 i ise 40-49 yıl arası Adana' da yaşamaktadır. 50 yıl ve üzeri Adana' da yaşayanların oranı ise %5,9 dır. Katılımcıların gastronomi amaçlı seyahatlerine bakıldığında ise % 79, 6 sı gastronomi amaçlı seyahat ettiklerini belirtmişlerdir. % 20,4 ü ise gastronomi amaçlı seyahatler gerçekleştirmemişlerdir. Gastronomi amaçlı seyahat edenlerin % 23,3 ü Gaziantep iline, % 23,3 ü Hatay iline, % 14, 3 ü Afyonkarahisar iline seyahat etmişlerdir. Katılımcıların destinasyon seçiminde gastronomi şehirlerinin etkisine yönelik düşüncelerine bakıldığında ise % 74,6 sı destinasyon seçiminde gastronomi şehirlerinin etkisi olduğunu düşündüğü görülmektedir. Katılımcıların % 22,3'ü ise bu konuda fikrinin olmadığını ifade etmişlerdir.

Adana Yemeklerinin İmajının Frekans Analizi

Araştırmalar kapsamında Adana yemeklerinin katılımcılar düzeyindeki imajını belirlemek için tanımlayıcı madde analizi yapılmıştır. Araştırma kapsamında Adana yemeklerinin katılımcılar arasındaki imaj farkındalığını ölçmek için tanımlayıcı madde analizi yapılmıştır. Tanımlayıcı bulgulara aritmetik ortalama değerleri; “1.00-1.80 arası çok kötü”, “1.81-2.60 arası kötü”, “2.61-3.40 arası orta”, “3.41- 4.20 arası iyi” ve “4.21-5.00 arası çok iyi/mükemmel” olarak değerlendirilmektedir (Yaman & Tekin, 2010; Akgöz & Darkanova, 2020).

Adana mutfağının imajına yönelik maddelerden 6 tanesi çok iyi/ mükemmel olarak değerlendirilmektedir. Bunlardan Adana yemekleri çekicidir önermesi $\bar{X}= 4,47$ ortalama ile en yüksek değeri taşımaktadır. Adana yemeklerinin sindirimi olaydır önermesi ise $\bar{X}= 3,54$ ortalama ile en düşük değere sahiptir. Önermelerden 3 tanesi ise orta olarak tanımlanmaktadır. Bunlar ise; Adana yemekleri garnitür ve soslar eşliğinde sunulur ($\bar{X} = 2,81$), Adana yemeklerinin hazırlanması uzun zaman alır ($\bar{X}= 2,75$) ve Adana yemekleri çeşitli pişirme teknikleri ile hazırlanır (

$\bar{X}=2,68$) önermeleridir. Adana yemekleri pişirilirken bilimsel teknikler kullanılır ($\bar{X}=2,05$) önermesinde ise katılımcılar Adana mutfağının en kötü imaja sahip olduğunun farkındadırlar.

Tablo 2. Adana yemeklerinin İmaj Farkındalığı Frekans Analizi

Maddeler	$\bar{X}$	SS	N	%
1. Adana Yemekleri Güvenlidir	3,98	1,425		
Kesinlikle Katılmıyorum			50	11,9
Katılmıyorum			27	6,4
Kısmen Katılıyorum			49	11,6
Katılıyorum			48	11,4
Kesinlikle Katılıyorum			247	58,7
Toplam			421	100
2.Adana'nın Yemekleri Hijyeniktir	3,74	1,269		
Kesinlikle Katılmıyorum			18	4,3
Katılmıyorum			62	14,7
Kısmen Katılıyorum			111	26,4
Katılıyorum			47	11,2
Kesinlikle Katılıyorum			183	43,5
Toplam			421	100
3.Adana'nın Yemeklerinin Sindirimi Kolaydır	3,54	1,320		
Kesinlikle Katılmıyorum			33	7,8
Katılmıyorum			59	14,0
Kısmen Katılıyorum			131	31,1
Katılıyorum			42	10,0
Kesinlikle Katılıyorum			156	37,1
Toplam			421	100
4. Adana'nın Yemekleri Katkısızdır	3,67	1,239		
Kesinlikle Katılmıyorum			19	4,5
Katılmıyorum			54	12,8
Kısmen Katılıyorum			136	32,3
Katılıyorum			46	10,9
Kesinlikle Katılıyorum			166	39,4
Toplam			421	100
5.Adana'nın Yemekleri Organiktir	3,94	1,185		
Kesinlikle Katılmıyorum			16	3,8
Katılmıyorum			35	8,3
Kısmen Katılıyorum			107	25,4
Katılıyorum			62	14,7
Kesinlikle Katılıyorum			201	47,7
Toplam			421	100
6. Adana'nın Yemeklerinde Taze Malzemeler Kullanılır	3,99	1,192		
Kesinlikle Katılmıyorum			20	4,8
Katılmıyorum			24	5,7
Kısmen Katılıyorum			108	25,7
Katılıyorum			56	13,3
Kesinlikle Katılıyorum			213	50,6
Toplam			421	100
7. Adana'nın Yemekleri Lezzetlidir.	4,38	1,011		
Kesinlikle Katılmıyorum			12	2,9
Katılmıyorum			16	3,8
Kısmen katılıyorum			45	10,7
Katılıyorum			71	16,9
Kesinlikle Katılıyorum			277	65,8
Toplam			421	100
8.Adana'nın Yemeklerinin Kokusu Güzeldir	4,43	1,027		
Kesinlikle Katılmıyorum			13	3,1
Katılmıyorum			16	3,8
Kısmen Katılıyorum			44	10,5
Katılıyorum			51	12,1
Kesinlikle Katılıyorum			297	70,5
Toplam			421	100

Tablo 2. Adana yemeklerinin İmaj Farkındalığı Frekans Analizi (devamı)

9.Adana Yemekleri Çekicidir	4,47	0,984		
Kesinlikle Katılmıyorum			9	2,1
Katılmıyorum			18	4,3
Kısmen Katılıyorum			47	10,2
Katılıyorum			41	11,2
Kesinlikle Katılıyorum			304	72,2
Toplam			421	100
10. Adana Yemeklerinin Görünüşü Güzeldir	4,44	1,021		
Kesinlikle Katılmıyorum			11	2,6
Katılmıyorum			18	4,3
Kısmen Katılıyorum			47	11,2
Katılıyorum			41	9,7
Kesinlikle Katılıyorum			304	72,2
Toplam			421	100
11. Adana Yemekleri Masadakiler Tarafından Paylaşılır	4,24	1,169		
Kesinlikle Katılmıyorum			24	5,7
Katılmıyorum			13	3,1
Kısmen Katılıyorum			65	15,4
Katılıyorum			51	12,1
Kesinlikle Katılıyorum			268	63,7
Toplam			421	100
12. Adana Yemekleri Aileye Yöneliktir	4,32	1,157		
Kesinlikle Katılmıyorum			21	5,0
Katılmıyorum			23	5,5
Kısmen Katılıyorum			40	9,5
Katılıyorum			51	12,1
Kesinlikle Katılıyorum			286	67,9
Toplam			421	100
13.Adana Yemekleri Garnitür ve Soslar Eşliğinde Sunulur	2,81	1,248		
Kesinlikle Katılmıyorum			76	18,1
Katılmıyorum			86	20,4
Kısmen Katılıyorum			155	36,8
Katılıyorum			46	10,9
Kesinlikle Katılıyorum			58	13,8
Toplam			421	100
14. Adana Yemeklerinin Hazırlanması Uzun Zaman Alır	2,75	1,263		
Kesinlikle Katılmıyorum			86	20,4
Katılmıyorum			83	19,7
Kısmen Katılıyorum			160	38,0
Katılıyorum			33	7,8
Kesinlikle Katılıyorum			59	14,8
Toplam			421	100
15.Adana Yemekleri Çeşitli Pişirme Teknikleri ile Hazırlanır	2,68	1,426		
Kesinlikle Katılmıyorum			122	29,0
Katılmıyorum			77	18,3
Kısmen Katılıyorum			104	24,7
Katılıyorum			47	11,2
Kesinlikle Katılıyorum			71	16,9
Toplam			421	100
16.Adana Yemekleri Pişirilirken Bilimsel Teknikler Kullanılır	2,05	1,396		
Kesinlikle Katılmıyorum			225	53,4
Katılmıyorum			71	16,9
Kısmen Katılıyorum			55	13,1
Katılıyorum			18	4,3
Kesinlikle Katılıyorum			52	12,4
Toplam			421	100

Adana Mutfağına Yönelik Faktör Analizi

Aralarında düşük ilişki olduğu düşünülen çok sayıdaki değişkenin uygun olarak yapılandırılması, ölçeğin yapı geçerliliğinin test edilerek gruplandırılması ve belirli faktörlere dönüştürülmesi amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi sonucunda; KMO örneklem değerinin 0,893, Bartlett's testi ki-kare değerinin 3174,178 ve anlamlılık değerinin de $P=0,000$ olduğu belirlenmiştir. Bu değerler verilerin faktör analizi için yeterli olduğunu ifade etmektedir.

Tablo 3. Faktör Analizi

Faktörler	Faktör Yüğü	Özdeğer	Açıklanan Varyans %	Cronbach Alpha
Güvenlik ve Kalite	6,065	37,906	0,866	
Adana'nın yemekleri lezzetlidir	,712			
Adana yemeklerinin kokusu güzeldir	,789			
Adana'nın yemekleri güvenlidir	,637			
Adana yemekleri çekicidir	,795			
Adana'nın yemekleri hijyeniktir	,784			
Adana'nın yemeklerinde taze malzemeler kullanılır	,568			
Adana'nın yemekleri organikdir	,734			
Adana yemekleri aileye yöneliktir	,745			
Çekicilik	2,478	15,485	0,736	
Adana yemeklerinin görünüşü güzeldir	,804			
Adana yemeklerinin sindirimi kolaydır	,760			
Adana'nın yemekleri katkısızdır	,848			
Adana yemekleri masadakiler tarafından paylaşılır	,786			
Sanat ve Teknik	1,366	8,537	0,704	
Adana yemekleri pişirilirken bilimsel teknikler kullanılır	,666			
Adana yemekleri garnitür ve soslar eşliğinde sunulur	,591			
Adana yemekleri çeşitli pişirme teknikleri ile hazırlanır	,819			
Adana yemeklerinin hazırlanması uzun zaman alır	,801			
Varimax rotasyonlu temel bileşenler analizi				
Açıklanan toplam varyans: 61,929				
KMO örneklem yeterliliği: 0,893				
Bartlett's Küresellik Testi: 3174,178				
$P=0,000$				
Ölçeğin tamamı için Alpha: 0,850				

Faktör analizi sonucunda 16 ifade Varimax rotasyonu ile öz değeri 1'den fazla olan ve faktör yükleri 0,30'dan büyük ifadeler dikkate alınmıştır. Faktör analizi sonucu Adana mutfağı imajı ölçeğinin 3 boyuttan oluştuğu belirlenmiştir. Güvenlik Kalite boyutu sekiz (8) maddeden Çekicilik boyutu dört (4) maddeden ve Sanat ve Teknik boyutu ise dört (4) maddeden oluşmaktadır. Güvenlik ve Kalite boyutu toplam varyansın % 37,906'sını, Çekicilik boyutu toplam varyansın % 15,485'ini, Sanat ve Teknik boyutu ise toplam varyansın %8, 537'sini açıklamaktadır. Boyutlar ise toplam varyansın %61,929'unu açıklamaktadır.

Adana Mutfağına Ait Yemeklerin Özgünlük Analizi

Adana mutfağında yer alan 50 ürünün özgünlük düzeyine yönelik betimleyici analiz tablo 4' te görülmektedir. Bu yemekler arasında Namaz Çorbası (Kamhi) (241), Dul Avrat Çorbası (Hamur Çorbası) (209), Analı Kızılı Çorba (237), Mırmırık Çorbası (202), Kabak Çintmesi (174), Adana Kebabı (378), Boru Kebabı (172), Ciğer Kebabı (322), Şırdan (357), Kuzu Şiş Kebabı (189), Lokma Kebabı (173), İçli Köfte (214), Mumbar (359), Kırkkat (325), Kelle Paça (271), Vardabit (193), Küncülü Ekmek (184), Babanüş (Gavur Aşı) (194), Terettür (202), Ezme (314), Halka Tatlısı (355), Karakuş Tatlısı (304), Bici Bici (365), Karakuş Tatlısı (304), Aşlama (257), Yayık Ayranı (Misis Ayranı) (339), Şalgam (356) olmak üzere 27 yemek katılımcılar tarafından Adana'ya özgün yiyecekler olarak görülmektedir.

Tablo 4. Adana Yemeklerinin Özgünlüğü

Yemekler	$\bar{X}$	S.S.	N	%	Yemekler	$\bar{X}$	S.S.	N	%
Namaz Çorbası (Kamhi)	1,617	0,785			Toga Çorbası	2,330	0,698		
Özgün			241	57,2	Özgün			56	13,3
Özgün Değil			100	23,8	Özgün Değil			170	40,4
Fikrim Yok			80	19,0	Fikrim Yok			195	46,3
Dul Avrat Çorbası (Hamur Çorbası)	1,726	0,804			Borani	2,327	0,705		
Özgün			209	49,6	Özgün			58	13,8
Özgün Değil			118	28,0	Özgün Değil			167	39,7
Fikrim Yok			94	22,3	Fikrim Yok			196	46,6
Analı Kızlı Çorba	1,608	0,762			Süllüm	2,304	0,732		
Özgün			237	56,3	Özgün			68	16,2
Özgün Değil			112	26,6	Özgün Değil			157	37,3
Fikrim Yok			72	17,1	Fikrim Yok			196	46,6
Mırmırık Çorbası	1,767	0,821			Patlıcan Sulusu	2,078	0,834		
Özgün			202	48,0	Özgün			131	31,1
Özgün Değil			115	27,3	Özgün Değil			126	29,9
Fikrim Yok			104	24,7	Fikrim Yok			164	39,0
Tutmaç Çorbası	2,087	0,777			Ebegümcili Lepe (Kömeç)	2,261	0,757		
Özgün			110	26,1	Özgün			80	19,0
Özgün Değil			164	39,0	Özgün Değil			151	35,9
Fikrim Yok			147	34,9	Fikrim Yok			190	45,1
Topalak Çorbası	2,292	0,691			Kabak Çintmesi	1,954	0,883		
Özgün			57	13,5	Özgün			174	41,3
Özgün Değil			184	43,7	Özgün Değil			92	21,9
Fikrim Yok			180	42,8	Fikrim Yok			155	36,8
Kabak Çiçeği Dolması	2,232	0,738			Adana Kebabı	1,152	0,478		
Özgün			77	18,3	Özgün			378	89,8
Özgün Değil			169	40,1	Özgün Değil			22	5,2
Fikrim Yok			175	41,6	Fikrim Yok			21	5,0
Büryan Kebabı	2,220	0,707			Kuzu Şiş Kebabı	1,817	0,826		
Özgün			69	16,4	Özgün			189	44,9
Özgün Değil			190	45,1	Özgün Değil			120	28,5
Fikrim Yok			162	38,5	Fikrim Yok			112	26,6
Cağartlak Kebabı	2,171	0,729			Patlıcan Kebabı	2,154	0,751		
Özgün			82	19,5	Özgün			91	21,6
Özgün Değil			185	43,9	Özgün Değil			174	41,3
Fikrim Yok			154	36,6	Fikrim Yok			156	37,1
Boru Kebabı	1,900	0,842			Lokma Kebabı	1,886	0,834		
Özgün			172	40,9	Özgün			173	41,1
Özgün Değil			119	28,3	Özgün Değil			123	29,2
Fikrim Yok			130	30,9	Fikrim Yok			125	29,7

Tablo 4. Adana Yemeklerinin Özgünlüğü (devamı)

Ciğer Kebabı	1,356	0,687			İçli Köfte	1,627	0,711		
Özgün			322	76,5	Özgün			214	50,8
Özgün Değil			48	11,4	Özgün Değil			150	35,6
Fikrim Yok			51	12,1	Fikrim Yok			57	13,5
Şırdan	1,204	0,517			Mumbar	1,225	0,576		
Özgün			357	84,8	Özgün			359	85,3
Özgün Değil			42	10,0	Özgün Değil			29	6,9
Fikrim Yok			22	5,2	Fikrim Yok			33	7,8
Kırkkat					Kelle Paça	1,327	0,719		
Özgün			325	77,2	Özgün			271	64,4
Özgün Değil			54	12,8	Özgün Değil			94	22,3
Fikrim Yok			42	10,0	Fikrim Yok			56	13,3
Yufka Ekmeği	2,021	0,760			Tandır Ekmeği	2,144	0,758		
Özgün			117	27,8	Özgün			95	22,6
Özgün Değil			178	42,3	Özgün Değil			171	40,6
Fikrim Yok			126	29,9	Fikrim Yok			155	36,8
Acılı Ekmek	2,308	0,700			Yağlı Katmer	2,106	0,787		
Özgün			58	13,8	Özgün			110	26,1
Özgün Değil			175	41,6	Özgün Değil			156	37,1
Fikrim Yok			188	44,7	Fikrim Yok			155	36,8
Yağlı Balı	2,038	0,809			Tahinli Ekmek	2,237	0,727		
Özgün			130	30,9	Özgün			73	17,3
Özgün Değil			145	34,4	Özgün Değil			175	41,6
Fikrim Yok			146	34,7	Fikrim Yok			173	41,1
Küncülü Ekmek	1,888	0,867			Vardabit	1,871	0,879		
Özgün			184	43,7	Özgün			193	45,8
Özgün Değil			100	23,8	Özgün Değil			89	21,1
Fikrim Yok			137	32,5	Fikrim Yok			139	33,0
Tandır Böreği	2,194	0,717			Pazı Böreği	2,318	0,674		
Özgün			75	17,8	Özgün			50	11,9
Özgün Değil			189	44,9	Özgün Değil			187	44,4
Fikrim Yok			157	37,3	Fikrim Yok			184	43,7
Etli Kömbe	2,425	0,648			Kuş Böreği	2,399	0,656		
Özgün			37	8,8	Özgün			40	9,5
Özgün Değil			168	39,9	Özgün Değil			173	41,1
Fikrim Yok			216	51,3	Fikrim Yok			208	49,4
Peksimet (Dızmana)	2,448	0,753			Babanüş (Gavur Aşı)	1,833	0,854		
Özgün			67	15,9	Özgün			194	46,1
Özgün Değil			98	23,3	Özgün Değil			103	24,5
Fikrim Yok			256	60,8	Fikrim Yok			124	29,5
Muhammara	2,444	0,643			Haydari	2,294	0,722		
Özgün			35	8,3	Özgün			66	15,7
Özgün Değil			164	39,0	Özgün Değil			165	39,2
Fikrim Yok			222	52,7	Fikrim Yok			190	45,1

Tablo 4. Adana Yemeklerinin Özgünlüğü (devamı)

Terettür	1,798	0,847			Ezme	1,382	0,702		
Özgün			202	48,0	Özgün			314	74,6
Özgün Değil			102	24,2	Özgün Değil			53	12,6
Fikrim Yok			117	27,8	Fikrim Yok			54	12,8
Halka Tatlısı	1,225	0,559			Bici Bici	1,192	0,524		
Özgün			355	84,3	Özgün			365	86,7
Özgün Değil			37	8,8	Özgün Değil			31	7,4
Fikrim Yok			29	6,9	Fikrim Yok			25	5,9
Karakuş Tatlısı	1,434	0,748			Aşlama	1,620	0,835		
Özgün			304	72,2	Özgün			257	61,0
Özgün Değil			51	12,1	Özgün Değil			67	15,9
Fikrim Yok			66	15,7	Fikrim Yok			97	23,0
Yayık Ayranı (Misis Ayranı)	1,304	0,656			Şalgam	1,223	0,558		
Adana'ya Özgün			339	80,5	Özgün			356	84,6
Adana'ya Özgün Değil			36	8,6	Özgün Değil			36	8,6
Fikrim Yok			46	10,9	Fikrim Yok			29	6,9

Katılımcılar Adana Mutfağına ait 13 yemeğin Adana'ya özgünlüğü konusunda ise bir fikirlerinin olmadığını belirtmişlerdir. Toga Çorbası (n=195, % 46,3, =2, 330), Borani (n=196, % 46,6, =2,327), Süllüm (n=196, % 46,6, =2,304), Patlıcan Sulusu (n=164, % 39,0, =2,078), Ebegümecili Lepe (Kömeç) (n=190, % 45,1, =2,261), Kabak Çiçeği Dolması (n=175, % 41,6, =2,232), Acılı Ekmek (n=188, % 44,7, =2,308), Yağlı Ballı (n=146, % 34,7, =2,038), Etli Kömbe (n=216, % 51,3, =2,425), Kuş Böreği (n=208, % 49,4, =2,399), Peksimet (Dızmana) (n=256, % 60,8, =2,448), Muhammara (n=222, % 52,7, =2,444), Haydari (n=190, % 45,1, =2,294) yemeklerinin Adana'ya özgün olup olmadığını bilmediklerini belirtmişlerdir.

Katılımcılar Tutmaç Çorbası (n=164, % 39,0, =2,087), Topalak Çorbası (n=184, % 43,7, =2, 292), Büryan Kebabı (n=190, % 45,1, =2,220), Cağartlak Kebabı (n=185, % 43,9, =2,171), Patlıcan Kebabı (n=174, % 41,3, =2,154), Yufka Ekmeği (n=178, % 42,3, =2,021), Tandır Ekmeği (n=171, % 40,6, =2,144), Yağlı Katmer (n=156, % 37,1, =2,106), Tahinli Ekmek (n=175, % 41,6, =2,237), Pazı Böreği (n=187, % 44,4, =2,318), Tandır Böreği (n=189, % 44,9, =2,194) yemeklerinin ise Adana'ya özgün olmadığı konusunda da önemli düşünceler yer almaktadır.

Adana Mutfağındaki Yemeklerin Pişirilme Sıklığı Analizi

Tablo 5'te Adana mutfağında olduğu literatür araştırması sonucu belirlenen yemeklerin aylık olarak pişirilme sıklığı belirtilmiştir. Adana mutfağında yer alan yemeklerin çoğunun (41 yemek) hiç pişirilmediği görülmektedir. Tablo 5'e göre hiç pişirilmeyen yemekler şunlardır: Namaz Çorbası (Kamhi) (birinci sırada Yılda bir kere , Dul Avrat Çorbası (Hamur Çorbası) (Yılda bir kere ikinci sırada), Analı Kızılı Çorba, Mırmırık Çorbası, Tutmaç Çorbası yılda bir kere ve hiç, Toga Çorbası, Borani, Süllüm, Ebegümecili Lepe (Kömeç), Kabak Çiçeği ve Dolması, Büryan Kebabı, Cağartlak Kebabı, Patlıcan Kebabı, Tandır Ekmeği, Acılı Ekmek, Yağlı Ballı, Tahinli Ekmek, Vardabit, Tandır Böreği, Pazı Böreği, Etli Kömbe, Kuş Böreği, Peksimet (Dızmana), Muhammara ve Haydari (yılda bir kere pişirilen ve hiç pişirilmeyen), Terettür, Halka Tatlısı, Bici Bici, Karakuş Tatlısı, Aşlama, Yayık Ayranı(Misis Ayranı) dır.

Tablo 5. Adana Yemeklerinin Pişirilme Sıklığı

Yemekler	Adana Yemeklerinin Aylık Pişirme Sıklıkları													
	Ayda 1	%	Ayda 2	%	Ayda 3	%	Ayda 4	%	Ayda 4' ten	%	Yılda 1	%	Hiç	%
1.Namaz Çorbası (Kamhi)	71	16,9	66	15,7	28	6,7	13	3,1	6	1,4	115	27,3	122	29,0
2. Dul Avrat Çorbası (Hamur Çorbası)	70	16,6	53	12,6	41	9,7	23	5,5	11	2,6	101	24,0	122	29,0
3. Analı Kızlı Çorba	74	17,6	54	12,8	53	12,6	20	4,8	16	3,8	73	17,3	131	31,1
4.Mırmırık Çorbası	80	19,0	37	8,8	43	10,2	20	4,8	9	2,1	88	20,9	144	34,2
5.Tutmaç Çorbası	45	10,7	29	6,9	38	9,0	16	3,8	17	4,0	101	24,0	175	41,6
6.Topalak Çorbası	38	9,0	29	6,9	20	4,8	21	5,0	18	4,3	116	27,6	179	42,5
7.Toga Çorbası	32	7,6	25	5,9	23	5,5	21	5,0	11	2,6	124	29,5	185	43,9
8.Borani	31	7,4	21	5,0	27	6,4	22	5,2	15	3,6	117	27,8	188	44,7
9.Süllüm	33	7,8	22	5,2	20	4,8	26	6,2	15	3,6	115	27,3	190	45,1
10.Patlıcan Sulusu	44	10,5	45	10,7	51	12,1	13	3,1	18	4,3	89	21,1	161	38,2
11.Ebegümecili Lepe (Kömeç)	39	9,3	27	6,4	24	5,7	16	3,8	17	4,0	116	27,6	182	43,2
12.Kabak Çintmesi	71	16,9	40	9,5	40	9,5	29	6,9	18	4,3	88	20,9	135	32,1
13. Kabak Çiçeği Dolması	33	7,8	31	7,4	29	6,9	19	4,5	17	4,0	101	24,0	191	45,4
14. Adana Kebabı	66	15,7	54	12,8	79	18,8	51	12,1	49	11,6	34	8,1	88	20,9
15.Büryan Kebabı	32	7,6	21	5,0	30	7,1	20	4,8	16	3,8	112	26,6	190	45,1
16.Kuzu Şiş Kebabı	70	16,6	47	11,2	33	7,8	26	6,2	26	6,2	72	17,1	147	34,9
17.Cağartlak Kebabı	23	5,5	21	5,0	24	5,7	17	4,0	22	5,2	123	29,2	191	45,4
18.Patlıcan Kebabı	33	7,8	29	6,9	35	8,3	25	5,9	20	4,8	111	26,4	168	39,9
19.Boru Kebabı	65	15,4	43	10,2	34	8,1	22	5,2	21	5,0	94	22,3	142	33,7
20.Lokma Kebabı	77	18,3	32	7,6	36	8,6	15	3,6	24	5,7	89	21,1	148	35,2
21.Ciğer Kebabı	118	28,0	79	18,8	51	12,1	28	6,7	29	6,9	40	9,5	76	18,1
22.İçli Köfte	93	22,1	61	14,5	78	18,5	47	11,2	31	7,4	37	8,8	74	17,6
23.Şırdan	109	25,9	72	17,1	48	11,4	29	6,9	24	5,7	51	12,1	88	20,9
24.Mumbar	109	25,9	69	16,4	40	9,5	27	6,4	30	7,1	54	12,8	92	21,9
25.Kırkkat	114	27,1	64	15,2	34	8,1	21	5,0	26	6,2	65	15,4	97	23,0
26.Kelle Paça	135	32,1	45	10,7	26	6,2	16	3,8	16	3,8	72	17,1	111	26,4
27.Yufka Ekmeği	62	14,7	45	10,7	37	8,8	38	9,0	57	13,5	60	14,3	122	29,0
28.Tandır Ekmeği	36	8,6	31	7,4	29	6,9	18	4,3	25	5,9	104	24,7	178	42,3
29.Acılı Ekmek	40	9,5	23	5,5	29	6,9	19	4,5	17	4,0	105	24,9	188	44,7
30.Yağlı Katmer	42	10,0	35	8,3	30	7,1	22	5,2	19	4,5	93	22,1	180	42,8
31.Yağlı Ballı	61	14,5	14	3,3	21	5,0	19	4,5	16	3,8	104	24,7	186	44,2
32.Tahinli Ekmek	32	7,6	26	6,2	31	7,4	22	5,2	9	2,1	112	26,6	189	44,9
33.Küncülü Ekmek	73	17,3	34	8,1	27	6,4	25	5,9	15	3,6	97	23,0	150	35,6
34.Vardabit	87	20,7	46	10,9	27	6,4	11	2,6	16	3,8	104	24,7	130	30,9
35.Tandır Böreği	25	5,9	16	3,8	22	5,2	20	4,8	21	5,0	120	28,5	197	46,8

Tablo 5. Adana Yemeklerinin Pişirilme Sıklığı (devamı)

36.Pazı Böreği	21	5,0	16	3,8	23	5,5	17	4,0	15	3,6	129	30,6	200	47,5
37.Etli Kömbe	32	7,6	15	3,6	27	6,4	16	3,8	10	2,4	123	29,2	198	47,0
38.Kuş Böreği	26	6,2	16	3,8	26	6,2	22	5,2	16	3,8	117	27,8	198	47,0
39.Peksimet (Dızmana)	28	6,7	21	5,0	31	7,4	25	5,9	11	2,6	126	29,9	179	42,5
40.Babanuş (Gavur Aşı)	62	14,7	34	8,1	40	9,5	31	7,4	24	5,7	86	20,4	144	34,2
41.Muhammara	25	5,9	14	3,3	25	5,9	17	4,0	16	3,8	126	29,9	198	47,0
42.Haydari	33	7,8	25	5,9	21	5,0	34	8,1	17	4,0	106	25,2	185	43,9
43.Terettür	102	24,2	44	10,5	33	7,8	18	4,3	17	4,0	85	20,2	122	29,0
44.Ezme	84	20,0	78	18,5	57	13,5	41	9,7	30	7,1	42	10,0	89	21,1
45.Halka Tatlısı	106	25,2	44	10,5	38	9,0	30	7,1	24	5,7	64	15,2	115	27,3
46.Bici Bici	97	23,0	38	9,0	28	6,7	23	5,5	24	5,7	80	19,0	131	31,1
47.Karakuş Tatlısı	64	15,2	19	4,5	30	7,1	29	6,9	29	6,9	93	22,1	157	37,3
48.Aşlama	69	16,4	35	8,3	31	7,4	19	4,5	28	6,7	97	23,0	142	33,7
49.Yayık Ayranı (Misis Ayranı)	50	11,9	27	6,4	45	10,7	57	13,5	87	20,7	52	12,4	103	24,5
50.Şalgam	119	28,3	47	11,2	38	9,0	38	9,0	52	12,4	41	9,7	86	20,4

Tablo 5’ te yer alan bilgilere göre katılımcılar; Ciğer Kebabı, Şırdan, Mumbar, Kırkkat, Kelle Paça, Halka Tatlısı ve Şalgam en az ayda bir (1) kere pişirildiğini ifade etmektedirler.

Hipotez Testleri

H10: Katılımcılara göre Adana mutfağı olumlu bir imaj farkındalığına sahiptir.

Araştırma verilerinin değerlendirilmesinde katılımcıların Adana mutfağına ait imaj farkındalığı ifadelerine katılım düzeyi incelenmiştir.

Tablo 6. Adana Mutfağının İmaj Farkındalığı Tablosu

Maddeler	N	$\bar{X}$	S.S
Adana’nın yemekleri güvenlidir	421	3,9857	1,42588
Adana’nın yemekleri hijyeniktir	421	3,7482	1,26990
Adana’nın yemeklerinin sindirimi kolaydır	421	3,5439	1,32057
Adana’nın yemekleri katkısızdır	421	3,6793	1,23992
Adana’nın yemekleri organiktir	421	3,9430	1,18586
Adana’nın yemeklerinde taze malzemeler kullanılır	421	3,9929	1,19222
Adana’nın yemekleri lezzetlidir	421	4,3895	1,01197
Adana yemeklerinin kokusu güzeldir	421	4,4323	1,02739
Adana yemekleri çekicidir	421	4,4703	,98426
Adana yemeklerinin görünüşü güzeldir	421	4,4466	1,02126
Adana yemekleri masadakiler tarafından paylaşılır	421	4,2494	1,16987
Adana yemekleri aileye yöneliktir	421	4,3254	1,15719
Adana yemekleri garnitür ve soslar eşliğinde sunulur	421	2,8195	1,24812
Adana yemeklerinin hazırlanması uzun zaman alır	421	2,7530	1,26332
Adana yemekleri çeşitli pişirme teknikleri ile hazırlanır	421	2,6865	1,42646
Adana yemekleri pişirilirken bilimsel teknikler kullanılır	421	2,0523	1,39630

Bu incelemede aritmetik ortalama ve standart sapma değerlerinden yararlanılmıştır. Tanımlayıcı bulgularda aritmetik ortalama değerleri; “1.00-1.80 arası çok kötü”, “1.81-2.60 arası kötü”, “2.61-3.40 arası orta”, “3.41- 4.20 arası iyi” ve “4.21-5.00 arası çok iyi/mükemmel” olarak değerlendirilmektedir (Yaman ve Tekin, 2010; Akgöz ve Darkanova, 2020). Adana mutfağı imajına ait veriler tablo 6’da gösterilmiştir. Tablo 6 incelendiğinde katılımcılara göre Adana mutfağına ait imajın yüksek olduğu görülmektedir. Tablo sonuçlarına göre katılımcıların Adana mutfağı imajı içerisinde “ Adana yemekleri çekicidir ” ifadesi $\bar{X}$ =4,4703 ortalama ile en yüksek imaja sahiptir. “Adana

yemeklerinin görünüşü güzeldir ‘‘ ifadesi $\bar{X}=4,4466$ ortalama ile ikinci yüksek değere sahiptir. ‘‘ Adana yemekleri pişirilirken bilimsel teknikler kullanılır ‘‘ ifadesi $\bar{X}=2,0523$ ortalama ile en düşük imaja sahiptir. ‘‘Adana yemekleri çeşitli pişirme teknikleri ile hazırlanır’’ ifadesi ise $\bar{X}=2,6865$ ortalama ile ikinci en düşük imaja sahiptir. Bu sonuçlar ışığında H10: Katılımcılara göre Adana mutfağı olumlu bir imaja sahiptir hipotezi kabul edilmiştir.

H11: Adana mutfağının imajının farkındalığında katılımcıların yaşlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H11 Hipotezini ve yaş aralıklarına göre katılımcıların Adana mutfağının farklı düşüncede olup olmadığını test amacıyla Anova testi yapılmıştır. Anova testi sonucuna göre yaş grupları arasında Adana mutfağı imajının güvenlik güvenlik ve kalite, çekicilik ve sanat ve teknik boyutunda anlamlılık bulunmaktadır. Hangi yaş grupları arasında farklılık olduğunu belirlemek için bir alt test olan Post Hoc testlerinden Tukey testi (değerler eşit aralıklı veya birbirine yakın olduğu için) yapılmıştır. Anova testinin analizi tablo 7’de gösterilmiştir.

Tablo 7a. Yaşa göre imaj farkındalığı

Test of Homogeneity of Variances				
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Çekicilik	6,073	5	415	,000
Güvenlik ve Kalite	,958	5	415	,443
Sanat ve Teknik	,985	5	415	,427

Tabloya göre çekicilik boyutu p değeri 0.05’ten küçük olduğu için homojen dağılım göstermemektedir. Güvenlik ve Teknik boyutlarında ise p değeri 0.05’ten büyük olduğu için homojen bir dağılım görünmektedir. Farklılıkların hangi yaş gruplarında olduğunu belirlemek için Post Hoc testlerinden Tukey testi yapılmıştır (Karagöz,2016).

Tablo 7. Yaşa Göre Anova Tablosu

Boyutlar	Yaş	N	Ort.	SS	F	P	Açıklama
Güvenlik ve Kalite	A 18-24	75	75	31,4667	-2,811	0,000	C (35-44 yaş grubu) diğer yaş gruplarından farklıdır.
	B 25-34	46	46	32,7192			
	C 35-44	103	103	35,3107			
	D 45-54	49	49	33,9796			
	E 55-64	30	30	34,2000			
	F 65 ve üz.	18	18	30,5000			
Çekicilik	A 18-24	75	14,8000	3,78475	-3,003	0,003	C (35-44 yaş grubu) diğer yaş gruplarından farklıdır.
	B 25-34	46	15,7192	3,87698			
	C 35-44	103	17,1262	2,88226			
	D 45-54	49	16,2245	3,02948			
	E 55-64	30	16,1333	2,90936			
	F 65 ve üz.	18	14,1111	3,80230			
Sanat ve Teknik	A 18-24	75	11,4000	4,17522	2,359	0,003	D (45-54 yaş grubu) diğer yaş gruplarından farklıdır.
	B 25-34	46	10,4589	3,87054			
	C 35-44	103	9,8738	3,66135			
	D 45-54	49	9,0408	3,55293			
	E 55-64	30	9,4000	3,86496			
	F 65 ve üz.	18	12,0556	3,88901			

Tablo 7’ye göre yaş gruplarından C (35-44 yaş) yaş grubu güvenlik ve kalite ile çekicilik boyutunda diğer yaş gruplarına göre farklılık ortaya koymaktadır. Sanat ve teknik boyutunda ise D (45-54 yaş) grubu katılımcılar ile diğer yaş grupları arasında Adana mutfağının imaj farkındalığında farklılık ortaya koymaktadırlar.

H12: Adana mutfağının imaj farkındalığı katılımcıların eğitim durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Tablo 8a. Eğitim durumuna göre imaj farkındalığı

Test of Homogeneity of Variances				
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Çekicilik	6,057 ^a	4	415	,000
Güvenlik	9,770 ^b	4	415	,000
Teknik	1,881^c	4	415	,113

Tablo 8b. Eğitim durumuna göre imaj farkındalığı

Boyutlar	Eğitim Durumu	N	Ort,	SS	F	P	Açıklama
Güvenlik ve Kalite	A İlköğretim	45	32,4222	6,86721	4,688	0,001	B<C
	B Ortaöğretim	164	32,1829	7,18234			E<C
	C Önlisans	133	35,0000	5,68224			
	D Lisans	59	34,0847	5,48128			
	E Lisansüstü	20	30,5500	8,90579			
Çekicilik	A İlköğretim	45	15,4000	3,66432	2,606	0,035	Fark Yok P>0,005.
	B Ortaöğretim	164	15,6037	3,85889			
	C Önlisans	133	16,6241	3,17567			
	D Lisans	59	16,0508	2,91502			
	E Lisansüstü	20	14,6000	4,35769			
Sanat ve Teknik	A İlköğretim	45	12,1778	3,77966	3,201	0,013	B<A
	B Ortaöğretim	164	10,2927	3,97226			C<A
	C Önlisans	133	9,8571	3,81215			D<A
	D Lisans	59	10,0678	3,94297			
	E Lisansüstü	20	10,0000	2,73380			

Tablo 8b’de gösterildiği gibi katılımcıların eğitim durumlarına göre Adana mutfağının imaj farkındalığı incelemesinde Sanat ve pişirme tekniği konusunda ise İlköğretim mezunu olanlarda ortaöğretim, önlisans, lisans ve yüksek lisans eğitimi alan katılımcılara göre Adana mutfağının imaj farkındalığında farklılık bulunmaktadır.

H3: Adana mutfağında yer alan yiyeceklerin özgünlük durumu ile katılımcıların cinsiyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Adana mutfağında yer alan yiyeceklerin özgünlük durumu ile katılımcıların cinsiyeti arasında anlamlı bir ilişkiyi belirlemek için Ki-Kare testi uygulanmıştır. Tablo 9’a göre; kadın katılımcılar, erkek katılımcılara göre Namaz Çorbası, Dul Avrat Çorbası (Hamur Çorbası), Analı Kızlı, Mırmırık Çorbası, Kabak Çintmesi, Adana Kebabı, Kuzu Şiş Kebabı, Boru Kebabı, Lokma Kebabı, Ciğer Kebabı, Şırdan, Mumbar, Kırkkat, Kelle Paça, Küncülü Ekmek, Vardabit, Terettür, Ezme, Halka Tatlısı, Bici Bici, Karakuş Tatlısı, Aşlama, Yayık Ayranı (Misis Ayranı) ve Şalgam yemeklerini Adana mutfağının özgün yemekleri olarak görmektedirler. Erkek Katılımcılar ise İçli Köfte ve Babanüş (Gavur Aşı) yemeklerini Adana mutfağının özgün yemekleri olarak kadın katılımcılara oranla daha özgün olarak görmektedirler. Kadın katılımcılar; Toga Çorbası, Borani, Süllüm, Patlıcan Sulusu, Ebegümecili Lepe (Kömeç), Kabak Çiçeği Dolması, Acılı Ekmek, Yağlı Katmer, Yağlı Ballı, Kuş Böreği, Muhammara ve Haydari yemekleri için fikrim yok demektedir. Erkek katılımcılar ise; Etlı Kömbe ve Peksimet (Dızmana) yemekleri için özgünlük konusunda fikirlerinin olmadığını belirtmektedirler.

Tablo 9. Adana yemeklerinin cinsiyetlere göre özgünlüğü

Cinsiyet	Özgün	Fikrim Yok	n	X ²	P
Kadın	Namaz Çorbası (Kamhi)		146	11,540	0,003
	Dul Avrat Çorbası (Hamur Çorbası)		115	2,977	0,226
	Analı Kızılı		122	1,510	0,470
	Mırmırık çorbası		109	2,768	0,251
	Kabak Çintmesi		98	2,276	0,320
	Adana Kebabı		201	0,137	0,934
	Kuzu Şiş Kebabı		97	0,843	0,656
	Boru Kebabı		89	0,918	0,632
	Lokma Kebabı		89	0,608	0,738
	Ciğer Kebabı		163	7,066	0,029
	Şırdan		184	3,422	0,181
	Mumbar		184	5,063	0,080
	Kırkkat		168	2,482	0,289
	Kelle Paça		140	3,057	0,217
	Küncülü Ekmek		93	2,639	0,267
	Vardabit		100	1,691	0,429
	Terettür		113	2,058	0,357
	Ezme		165	0,411	0,814
	Halka Tatlısı		184	2,623	0,269
	Bici Bici		196	1,172	0,557
	Karakuş Tatlısı		161	0,104	0,949
	Aşlama		139	0,462	0,794
	Yayık Ayranı (Misis Ayranı)		172	5,445	0,066
	Şalgam		183	3,873	0,144
	Toga Çorbası		98	2,095	0,351
	Borani		99	3,176	0,204
	Süllüm		102	0,348	0,840
	Patlıcan Sulusu		87	0,024	0,988
	Ebegümecili Lepe (Kömeç)		96	2,223	0,329
	Kabak Çiçeği Dolması		95	0,215	0,898
	Acılı Ekmek		99	0,121	0,941
	Yağlı Katmer		87	1,742	0,419
	Yağlı Ballı		82	1,425	0,491
	Kuş Böreği		106	2,405	0,301
	Muhammara		114	0,859	0,651
	Haydari		99	2,381	0,304
Erkek	İçli Köfte		112	5,847	0,054
	Babanüş (Gavur Aşı)		103	8,109	0,017
	Etli Kömbe		110	6,063	0,048
	Peksimet (Dızmana)		130	5,721	0,057

H4: Adana mutfağında yer alan yiyeceklerin özgünlük durumu ile katılımcıların yaş grupları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Ki-Kare analizi sonucunda elde edilen verilere göre katılımcıların yaş grupları toplamında Adana yemeklerinin özgünlüğüne verdikleri cevaplar tablo 10a'da gösterilmiştir.

Tablo 10a. 25-34 Yaş Grubuna Göre Adana Mutfağı Yemeklerinin Özgünlüğü (Tabloda yaş grupları arasında en yüksek frekans (n) ve % sayıları gösterilmiş, diğerleri tablo kısaltması amaçlı yer almamıştır).

Yaş Grubu	Yemekler	Özgün	Özgün Değil	Fikrim Yok	%	X ²	P
25-34	Namaz Çorbası (Kamhi)	85			58,2	27,587	0,002
	Analı Kızılı Çorba	90			61,6	16,359	0,090
	Tutmaç Çorbası		59		40,4	16,308	0,091
	Dul Avrat Çorbası	73			50,0	27,587	0,002
	Topalak Çorbası			69	47,3	21,463	0,018
	Toga Çorbası			72	49,3	19,501	0,034
	Borani			78	53,4	15,962	0,101
	Süllüm			71	48,6	13,284	0,208
	Patlıcan Sulusu			57	39,0	18,519	0,047
	Ebegümecili Lepe (Kömeç)			70	65,9	14,419	0,155
	Kabak Çintmesi			57	39,0	18,357	0,049
	Kabak Çiçeği Dolması			63	43,2	16,189	0,094
	Adana Kebabı	128			87,7	22,232	0,014
	Büryan Kebabı		66		45,2	9,900	0,049
	Kuzu Şiş Kebabı	66			45,2	7,725	0,656
	Cağartlak Kebabı		65		45,5	6,731	0,751
	Patlıcan Kebabı		61		48,1	13,530	0,196
	Boru Kebabı	55			59,6	12,791	0,236
	Lokma Kebabı	55			37,7	14,354	0,157
	Ciğer Kebabı	110			75,3	34,816	0,000
	İçli Köfte	77			52,7	22,292	0,014
	Şırdan	125			85,6	47,428	0,000
	Mumbar	124			84,9	49,694	0,000
	Kırkkat	114			78,1	17,830	0,058
	Kelle Paça	96			65,8	19,914	0,030
	Yufka Ekmeği		66		61,7	10,665	0,384
	Tandır Ekmeği		61		41,8	18,044	0,054
	Acılı Ekmek			70	65,2	16,551	0,085
	Yağlı Katmer			54	37,0	8,326	0,597
	Yağlı Ballı			51	34,9	4,414	0,927
	Tahinli Ekmek			63	43,2	10,575	0,392
	Küncülü Ekmek	63			43,2	8,385	0,591
	Vardabit	57			39,0	35,589	0,000
	Tandır Böreği		65		44,5	21,911	0,016
	Pazı Böreği			69	47,3	12,031	0,283
	Etili Kömbe			82	56,2	7,113	0,715
	Kuş Böreği			73	50,0	15,410	0,118
	Peksimet (Dızmana)			93	63,7	33,829	0,000
	Babanüş (Gavur Aşı)	67			45,9	16,492	0,086
	Muhammara			75	51,4	24,964	0,005
	Haydari			69	47,3	17,129	0,072
	Terettür	65			44,5	13,564	0,194
	Ezme	102			69,9	19,436	0,035
	Halka Tatlısı	123			84,2	32,346	0,000
	Bici Bici	124			84,9	14,950	0,134
	Karakuş Tatlısı	99			67,8	29,245	0,001
	Aşlama	83			56,8	22,905	0,011
	Yayık Ayranı (Misis Ayranı)	114			78,1	13,955	0,175
	Şalgam	122			83,6	29,434	0,001

Tablo 10a'ya göre 25-34 yaş grubunda yer alanlar Namaz Çorbası, Analı Kızılı Çorba, Dul Avrat Çorbası, Adana Kebabı, Kuzu Şiş Kebabı, Boru Kebabı, Lokma Kebabı, Ciğer Kebabı, İçli Köfte, Şırdan, Mumbar, Kırkkat, Kelle Paça, Küncülü Ekmek, Vardabit, Babanüş (Gavur Aşı), Terettür, Ezme, Halka Tatlısı, Bici Bici, Karakuş Tatlısı, Aşlama, Yayık Ayranı (Misis Ayranı), ve Şalgam'ın Adana mutfağına özgün olduklarını, Tutmaç Çorbası, Büryan

Kebabı, Cağartlak Kebabı, Patlıcan Kebabı, Yufka Ekmeği, Tandır Ekmeği ve Tandır Böreğinin Adana mutfağına özgün olmadığını belirtmişlerdir.

Topalak Çorbası, Toga Çorbası, Borani, Süllüm, Patlıcan Sulusu, Ebegümecili Lepe (Kömeç), Kabak Çintmesi, Kabak Çiçeği Dolması, Acılı Ekmek, Yağlı Katmer, Yağlı Ballı, Tahinli Ekmek, Pazı Böreği, Etli Kömbe, Kuş Böreği, Peksimet (Dızmana), Muhammara ve Haydarinin ise Adana mutfağına özgünlüğü konusunda fikirlerinin olmadığını belirtmişlerdir.

Tablo 10b. 35-44 Yaş Grubuna Göre Adana Mutfağı Yemeklerinin Özgünlüğü (Tabloda yaş grupları arasında en yüksek frekans (n) ve % sayıları gösterilmiş, diğerleri tablo kısaltması amaçlı yer almamıştır).

Yaş Grubu	Yemekler	Özgün	Özgün Değil	Fikrim Yok	%	X ²	P
35-44	Mırmırık Çorbası	49			47,6	9,431	0,492

Tablo 10b'ye göre 35-44 yaş grubu katılımcılar mırmırık çorbasını diğer yaş gruplarına göre Adananın özgün çorbası olarak değerlendirmektedir.

H5: Adana Mutfağında Yer Alan Yiyeceklerin Pişirilme Sıklığı İle Katılımcıların Cinsiyetleri Arasında Anlamlı Bir İlişki Vardır.

Katılımcıların cinsiyetlerine göre Adana yemeklerinin pişirilme sıklığına ait Ki-Kare sonuçları tablo 11'de gösterilmiştir. Analiz sonucuna göre yemeklerin sıklığına dair cinsiyetler arası farklılıklar tabloda gösterilmiştir. Sonuca göre kadınlar, 10 yemeğin hiçbir zaman pişirilmediğini düşünmektedirler. Yine tablo 11'e göre erkekler ise 1 yemeğin hiçbir zaman pişirilmediğini düşünmektedirler. 39 yemekte ise cinsiyete göre bir farklılık olmadığı belirlenmiştir.

Tablo 11. Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Yemeklerin Pişirilme Sıklığı (Ki-Kare testi sonucuna göre cinsiyet ile pişirme sıklığı arasında ilişki olan yemekler tabloda gösterilmiştir).

Aylık Pişirilme Sıklığı										
Cinsiyet	Yemekler	1	2	3	4	4'ten fazla	Hiçbir Zaman	Toplam Katılımcı (N)	X ²	P
Kadın	Namaz Çorbası (Kamhi)						63	421	13,276	0,039
	Tandır Ekmeği						92	421	13,227	0,040
	Acılı Ekmek						96	421	12,983	0,043
	Pazı Böreği						101	421	15,864	0,015
	Etli Kömbe						102	421	17,269	0,008
	Kuş Böreği						104	421	18,748	0,005
	Muhammara						103	421	21,548	0,001
	Haydari						94	421	18,724	0,005
	Terettür						65	421	13,277	0,039
	Karakuş Tatlısı						81	421	13,604	0,034
Erkek	Şalgam						66	421	13,073	0,042

Sonuç ve Öneriler

Günümüz dünyasında birçok konuda olduğu gibi yemek kültürlerinin de değişime uğradığı, yerel mutfaklarda var olan birçok yiyeceğin unutulmaya başladığı ve diğer kültürlerdeki yemeklerin tüketilir olduğu gözlemlenmektedir. Bu olgu karşısında yöresel mutfakların korunması ve yaşatılması, mutfak kültürü ve özgün mutfak unsurları hakkında farkındalık oluşturulması, kültürel miras kadar gastronomi ve turizm pazarlaması açısından da önem arz etmektedir.

Bu amaçla yürütülen bu çalışmada, Adana halkının kendi mutfaklarında var olan gastronomik değerler hakkındaki mutfak farkındalıklarını ve bu yiyeceklerin Adana mutfağına özgünlüğü ve pişirilme sıklığı ile ilgili görüşleri belirlenmeye çalışılmıştır. Adana yemeklerinin pişirilme sıklığı, yemeklerin ve mutfak kültürlerinin gelecek nesillere aktarılması açısından büyük önem kazanmaktadır.

Çalışmada Adana mutfağının imajı ölçülmüştür. Adana mutfağının imajına yönelik maddelerden 6 tanesi çok iyi/mükemmel olarak değerlendirilmektedir. Bunlardan Adana yemekleri çekicidir önermesi $\bar{X} = 4,47$ ortalama ile en yüksek değeri taşımaktadır. Adana yemeklerinin sindirimi kolaydır önermesi ise $\bar{X} = 3,54$ ortalama ile en düşük değere sahiptir. Önergelerden 3 tanesi ise orta olarak tanımlanmaktadır. Bunlar ise; Adana yemekleri garnitür ve soslar eşliğinde sunulur ($\bar{X} = 2,81$), Adana yemeklerinin hazırlanması uzun zaman alır ($\bar{X} = 2,75$) ve Adana yemekleri çeşitli pişirme teknikleri ile hazırlanır ($\bar{X} = 2,68$) önergeleridir. Adana yemekleri pişirilirken bilimsel teknikler kullanılır ($\bar{X} = 2,05$) önermesinde ise katılımcılar Adana mutfağının en kötü imaja sahip olduğunun farkındadırlar. Lertputtarak (2012) tarafından Thai mutfağının imajına yönelik çalışmada ise yiyecekler kültürel deneyin sunar maddesi en yüksek ortalamayı sağlamıştır ($\bar{X} = 4,59$). Yerel yeme alışkanlıklarını ve sofrada adabını öğrenmek ise en düşük ortalamayı sağlamıştır ($\bar{X} = 3,59$). Çalışmada Adana mutfağının imajı yönelik faktör analizi sonucunda güvenlik ve kalite, çekicilik ile teknik ve sanat boyutu olmak üzere üç faktöre yüklenirken, Lertputtarak (2012) 'ın çalışmasında Thai mutfağının imajı faktör analizi sonucunda mutfak imajı ve restoran imajı olarak iki faktöre yüklenmiştir. Çekiç ve Aksoy (2021) tarafından yapılan çalışmada ise Gaziantep ve Hatay illerinin mutfak imajı güvenlik ve kalite, çekicilik, sanat, kültür ve sağlık boyutlarında incelenmiştir. Öztürk (2023) tarafından Gökçeada mutfağına yönelik çalışmada ise mutfak imajı duygusal ve çekicilik, sosyo-kültürel yararlar, sağlık, gıda güvenliği, pişirme yöntemleri, kültürel yapı, içerik özellikleri ve besleyicilik olmak üzere 8 boyuta yüklenmiştir.

Çalışmada Adana halkının Adana mutfak kültürü imajına ait farkındalıkları ölçülmeye çalışılmıştır. Çalışmada; demografik analiz, frekans analizi, faktör analizi, anova analizi ile ki-kare analiz testleri uygulanmıştır. Aynı zamanda çalışmada belirlenen ölçümleri gerçekleştirebilmek için beş adet hipotez ortaya konmuş ve hipotezleri gerçekleştirmeye yönelik analizler yapılmıştır. Çalışma özelinde şu sonuçlar ortaya çıkarılmıştır:

1- Katılımcılara göre Adana mutfak imaj farkındalığı genel olarak olumludur. En yüksek imaj farkındalığına “Adana yemekleri çekicidir” önermesi, en düşük imaj farkındalığına ise “Bilimsel teknikler kullanılır” önermesi sahiptir.

2- Adana yemeklerinin özgünlüğü konusunda ise katılımcılara göre 27 yemek Adana mutfağına özgün olarak ifade edilmiştir. 13 yemek konusunda ise katılımcılar fikir belirtmemişlerdir. 11 yemek ise katılımcılar tarafından özgün olarak değerlendirilmemiştir.

3- Adana yemeklerinin pişirilme sıklığına ait değerlendirmelerde katılımcılar 41 yemeğin pişirilme sıklıklarına verdikleri cevaplarda 7 pişirme sıklığı içerisinde yılda 1 kere ya da hiç cevaplarını daha çok tercih etmişlerdir. 7 yemek için ise katılımcılar daha çok ayda 1 kere pişirilir cevabını tercih etmişlerdir.

4- Adana yemeklerinin imaj farkındalığında ise 35-44 yaş grubu güvenlik ve kalite ile çekicilik boyutlarında diğer yaş gruplarına göre farklılık göstermiştir.

5- Adana yemeklerinin imaj farkındalığında ise 45-54 yaş grubu sanat ve teknik boyutunda diğer yaş gruplarına göre farklılık göstermektedir.

6- Adana mutfağının imaj farkındalığına yönelik analizde eğitim durumlarına göre güvenlik ve kalite boyutlarında ön lisans, sanat ve teknik boyutlarında ise ilköğretim mezunları diğer eğitim durumlarından farklılık göstermektedir. Çekicilik boyutunda ise eğitim durumları arasında farklılık bulunmamaktadır.

7- Yiyeceklerin özgünlüğünde kadın katılımcılar 24 yemeği, erkek katılımcılar ise 2 yemeği daha özgün görmektedirler. Kadın katılımcılar 12 yemeğin, erkek katılımcılar ise 2 yemeğin özgünlüğü konusunda fikirlerinin olmadığını belirtmişlerdir.

8- Adana yemeklerinin özgünlüğünün yaş gruplarına göre analizinde ise 25-34 yaş grubundakiler 24 yemeği özgün, 7 yemeğin özgün olmadığını belirtmişlerdir. 18 yemek konusunda ise fikirlerinin olmadığı belirlenmiştir. 35-44 yaş grubundakiler ise mırmırık çorbasını diğer yaş gruplarına göre daha fazla özgün görmektedirler.

9- Yiyeceklerin pişirilme sıklığı ile cinsiyet arasındaki ilişkiye yönelik analizlerde kadınlar 10 yemeğin hiç pişirilmediğini, erkekler ise 1 yemeğin hiç pişirilmediğini belirtmektedirler. 39 yemekte ise cinsiyete göre bir farklılık belirlenememiştir.

Araştırma sonuçları incelendiğinde ankete katılan yerel halkın Adana mutfağının imajına yönelik olumlu bir algıya sahip oldukları görülmektedir. Çalışma içeriği ve sonuçları ile yapılacak olan yeni çalışmalara kaynak ve fikir oluşturabilecek bir nitelik taşımaktadır. Bu anlamda yiyeceklerin özgünlük durumu ile katılımcıların cinsiyeti arasında farkındalık düzeyinin belirlenmesi için farklı çalışmalar gerçekleştirilebilir. Ayrıca Adana mutfağında yer alan yiyeceklerin özgünlük durumu ile katılımcıların yaş grupları karşılaştırılmasında ve Adana mutfağında yer alan yiyeceklerin pişirilme sıklığı ile katılımcıların cinsiyetleri arasındaki farkındalık düzeylerini belirlemeye yönelik çalışmalar da yürütülebilir. Böylece Adana mutfağına özgü geleneksel yiyeceklerin daha fazla bilinmesi ve pişirilme sıklığı gibi hususlarda farkındalık oluşması ve artırılması sağlanabilir.

Beyan

Makalenin tüm yazarları makale sürecine eşit katkıda bulunmuştur. Yazarların beyan edecekleri herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır. Araştırmanın yapılabilmesi için Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Etik Kurulu tarafından 07.12.2022 tarih ve 15/01-56 nolu karar ile Etik Kurul izni verilmiştir.

KAYNAKÇA

Adana'da Tarım (2019). Gastronomi şehri Adana. Erişim Adresi: Tarım | Adana Hakkında | Gastronomi Şehri Adana (adanacityofgastronomy.com).

Adana Gastronomi Festivalleri (2024). Erişim Adresi: Festivaller | Adana Hakkında | Gastronomi Şehri Adana <https://adanacityofgastronomy.com/adana-gastronomisi/>

Adana Sofra Kültürü, (2024). <https://adanacityofgastronomy.com/sofra-kulturu/>

- Adana Su Ürünleri (2019). Erişim Adresi: Su Ürünleri | Adana Hakkında | Gastronomi Şehri Adana (adanacityofgastronomy.com).
- Akgöz, E., & Darkanova, E. (2020). Örgütsel sinizmin turizm sektöründe hizmet kalitesine etkisi. *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 4(9), 1-22.
- Antón, C., Camarero, C., Laguna, M. & Buhalis, D. (2019). Impacts of authenticity, degree of adaptation and cultural contrast on travellers' memorable gastronomy experiences. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 28(7), 743-764.
- Artun, E. (2001). Adana'da, törenlere, adaklara, özel günlere ait inançlar, pratikler ve bunlara bağlı mutfak kültürü. *Milli Folklor*, 13(49): 27-37.
- Artun, E. (2019). Adana mutfak kültürü ve adana yemeklerinden örnekler. Çukurova Üniversitesi Türkoloji Araştırmaları Merkezi. Erişim Adresi: Erman Artun-Adana Mutfak Kültürü ve Adana Yemeklerinden Örnekler (cukurova.edu.tr).
- Ballı, E. (2013). Gastronomi turizmi ve Adana mutfak kültürü. 2. *Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu*, 19, 206-218.
- Bakırdöven, G. (2022). *Akademisyenlerin Kış Sporları Farkındalık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi: Atatürk Üniversitesi Örneği*. Kafkas Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 31-32.
- Bessiere, J. (1998). Local development and heritage: traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21–34
- Ceylan, U., & Yeni, M. (2024). Yöresel mutfak kültürünün farkındalığı ve deneyimlenmesi üzerine bir araştırma: Tokat örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 8(2), 239-249.
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity, *Journal of Buseiness Research*, (44): 137- 152.
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon rekabetçiliği ve seyahat motivasyonu bakımından gastronomik kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1 (2), 39-51.
- Çapar, G. & Yenipınar, U. (2016). Somut olmayan kültürel miras kaynağı olarak yöresel yiyeceklerin turizm endüstrisinde kullanılması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 100-115.
- Çekiç, İ., & Aksoy, M. (2021). Gaziantep ve Hatay illerini ziyaret eden yerli turistlerin mutfak imajı algı Düzeylerine yönelik karşılaştırmalı bir araştırma (A Comparative study on perception levels of culinary image of domestic tourists visiting Gaziantep and Hatay provinces). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 9(4), 3064-3078.
- Çelebi, E. & İlban, M. O. (2023). Pandemi sürecinde gastronomi turistlerinin yöresel yemek tüketim alışkanlıkları, tutumları ve tatil tercihlerindeki değişimlerinin belirlenmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7 (1), 106-128.
- Çirişoğlu, E. & Olum, E. (2019). Türk mutfağındaki fonksiyonel gıdaların gastronomi turizmi açısından önemi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3 (4), 1659-1680.

- Delil, B. K. & Yılmaz, İ.(2023). Yöresel yemek farkındalığı hakkında nitel bir çalışma: başkent üniversitesi örneği. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 6(4).
- Dilsiz, B. (2010). *Türkiye’de Gastronomi ve Turizm (İstanbul Örneği)*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Dökmen Ü. (2000). “*Farkına Varmak*”. *Yarına Kim Kalacak Evrenle Uyumlaşma Sürecinde Varolmak Gelişmek Uzlaşmak*. Sistem Yayıncılık, Birinci Basım, 122-139.
- Du Rand, E., Heath, E., & Alberts, N. (2003). The role of local and regional food in destination marketing: A South African situation analysis, *Journal of Travel and Marketing*, 14 (3/4): 97-112.
- Ellis, A., Park, E., Kim, S. & Yeoman, I. (2018). What is food tourism? *Tourism Management*, 68 (March), 250–263.
- Ergan, K., Kızılırmak, İ. & Ergan, S. (2020). Gastronomik ürünlerin destinasyon seçimine olan etkisi: Edirne ili örneği. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (3), 1-10.
- Ergin, D. Y. (1995). 1. Ölçeklerde geçerlik ve güvenirlik. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7(7), 125-148.
- Erol & Ünalsoy, (2022). Gıda özgünlüğü, gıda kalitesi, hizmet kalitesi ve fiziksel çevrenin yöresel gıda deneyimlerinde tekrar ziyaret etme niyetine etkisi, *Journal of Gastronomy, Hospitality And Travel*, 2022, 5 (4), 1783-1794.
- Gartner, C. W. & Ruzzier, K. M. (2010). Tourism destination brand equity dimensions: renewal versus repeat market. *Journal of Travel Research*, 50(5), 471- 481.
- Gupta, V. & Duggal, S. (2021). How do the tourists’ behavioral intentions influenced by their perceived food authenticity: a case of Delhi. *Journal of Culinary Science & Technology*, 19(4), 294-314.
- Hall, M., & Sharples, L. (2003). *The Consumption of Experiences or the Experience of Consumption? An Introduction to the Tourism of Taste*. In M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis, & B. Cambourne (Eds.). *Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets*. Oxford: Butterworth-Heinemann
- Haven-Tang, C. & Jones, E. (2006). Using local food and drink to differentiate tourism destinations through a sense of place. *Journal of Culinary Science And Technology*, 4 (4), 69-86.
- Henderson, J. C. (2009). Food tourism reviewed. *British Food Journal*, 111 (4), 317-326.
- Ignatov, E. & Smith, S. (2006). Segmenting canadian culinary tourists. *Current Issues Tourism*, 9(3), 235-255.
- Inwood, S. M., Sharp, J. S., Moore, R. H. & Stinner, D. H. (2009). Restaurants, chefs and local foods: insights drawn from application of a diffusion of innovation framework, *Agriculture and Human Values*, 26(3), 177-191.
- İnce, C. & Samatova, G. (2018). Gastronomi turizmi kapsamında yaşayan Kırgız mutfağının farkındalık düzeyi: Üniversite öğrencileri örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 6(2), 369-386.
- Jang, S. S., Ha, J. & Park, K. (2012). Effects of ethnic authenticity: Investigating Korean restaurant customers in the US. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 990-1003.

- Kahraman, A. G. & Islak, B. (2018). Balıklı'da yaşatılan somut olmayan kültürel miras: kaz pilavı geleneği (elfana). *Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Dergisi (IRTAD)* E-ISSN: 2602-4462, 2(1), 01-05.
- Karagöz, Y. (2016). *SPSS ve AMOS 23 Uygulamalı İstatistiksel Analizler*, Nobel akademik yayıncılık, Ankara.
- Karakulak, Ç. (2016). *Coğrafi İşaretleme Yoluyla Gastronomik Kimlik Oluşturma ve Gastronomik Kimliğin Destinasyon Pazarlamasındaki Rolü: Trakya Örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Muğla.
- Kasar, H. (2021). Türk mutfak kültürü evreleri ve mutfak sentezinin incelenmesi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 11 (2), 359-378.
- Kendir, H. & Arslan, E. (2020). Gastronomi turizmi açısından yöresel lezzetlerin duygusal değer boyutunda incelenmesi Tokat ili örneği. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, (Sonbahar Özel Sayı I/II), 130-138.
- Kivela, J. & Crotts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30 (3), 354-377.
- Lertputtarak, S. (2012). The relationship between destination image, food image, and revisiting Pattaya, Thailand. *International Journal of Business and Management*, 7(5), 111-121.
- Lewis, R. C., & Chambers R. E. (1989). *Marketing Leadership in Hospitality*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Oğuz, S. (2020). Sokak yemeklerinden yiyecek bölgelerine kentsel mekânda gastronomi hizmetleri ve mutfak turizmi: Adana örneği. *Artı Bilim Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2):4-13.
- Öztürk, S. S. (2023). *Mutfak İmajının Destinasyon Kişiliğine Etkisi: Gökçeada Örneği* (Master's thesis, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi).
- Plummer, R., Telfer, D., Hashimoto, A., & Summers, R. (2005). Beer tourism in Canada along the Waterloo-Wellington ale trail, *Tourism Management*, 26: 447-458.
- Rohrer J. (2002). "Abc Of Awareness" Personal Development As The Meaning Of Life. Translate: Curtis R. Utd Media Book Series "Time For Change" Volume 1., Oberurnen, 7-84.
- Sarıca, B. (2021). *Doğal, Tarihi ve Kültürel Değerler Hakkında Ortaöğretim Öğrencilerinin Farkındalık Düzeyleri: Çanakkale İli Örneği*. Çanakkale On sekiz Mart Üniversitesi Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi,8.
- Shalini, D. & Duggal, S. (2015). A review on food tourism quality and its associated forms around the world. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 4(2), 1-12.
- Simic, M. L. & Pap, A. (2016). Can Food Be A Competitive Advantage of Croatian Tourism Ekonomski Vjesnik/Econviwes, (1): 9-20.
- Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: Local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321-336.

- Soeroso, A. & Susilo, Y. S. (2014). Traditional Indonesian gastronomy as a cultural tourism attraction. Editorial Board, 45.
- Şengül, S., & Türkay, O. (2018). Yöresel mutfak marka değeri algısının destinasyon farkındalığı ve destinasyon sadakati üzerindeki etkisi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(1), 223-235.
- Şimşek, N., Çakıcı, A. C. & Yalım K. S. (2021). Konfor gıda tüketimi: Mersin'den örnekler. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 59-65.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2018). *Coğrafi İşaretli Ürünler*. Türk Patent Enstitüsü Yayın Grubu.
- Unesco.org (2024). UNESCO yaratıcı şehirler ağı. 12.12. 2024 tarihinde <https://www.unesco.org.tr/Home/Page/88?slug=UNESCO-Yaraticisehirleragi> adresinden alınmıştır.
- Yaman, S., & Tekin, S. (2010). Öğretmenler için hizmet-içi eğitime yönelik tutum ölçeği geliştirilmesi. *Bayburt Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5(1), 76-88.
- Zaimoğlu, T. (2018). *Adana Cuisine*, T. C. Adana Valiliği Adana Lezzet Festivali Dergisi, 12-14.

Culinary Awareness and Authenticity: A Study on Adana Cuisine

Cemal İNCE

Tokat Gaziosmanpaşa University, Zile Dinçerler School of Tourism Management and Hotel Management,
Tokat/Türkiye

İbrahim Cemal GENÇAY

Tokat Gaziosmanpaşa University, Tokat Vocational School, Tokat/Türkiye

Şeyma ÇAKAZ

Tokat Gaziosmanpaşa University, Graduate School of Education, Tokat/Türkiye

Extended Summary

In today's world, it is observed that culinary cultures, like many other aspects, are undergoing changes. Many foods in local cuisines are beginning to be forgotten while dishes from other cultures are being consumed. In the face of this phenomenon, the preservation and sustainability of local cuisines, raising awareness about culinary culture and authentic culinary elements, are important not only in terms of cultural heritage but also for gastronomy and tourism marketing.

For tourists, eating and drinking, which was initially just a means to satisfy hunger, has now become a way to experience different cultures and flavors. Because of this, local dishes have become a tool for tourists to gain experiences about the region. These developments have resulted in the development of culinary awareness among local populations.

From a gastronomic identity perspective, Adana is one of the distinguished regions with a rich variety and unique elements. The blending of different civilizations and societies with various ethnic backgrounds in the fertile lands of Cukurova and the high internal migration has contributed to the diversity and richness of Adana's gastronomic identity (Artun, 2019).

In the study, the image of Adana cuisine was measured. 6 of the items regarding the image of Adana cuisine are evaluated as very good/excellent. Among these, the proposition that Adana food is attractive has the highest value with an average $\bar{X}$ = 4.47. The proposition that Adana food is easy to digest has the lowest value with an average of $\bar{X}$ = 3.54. Three of the propositions are defined as moderate. These are; Adana dishes are served with garnishes and sauces ($\bar{X}$ = 2.81), Adana dishes take a long time to prepare ($\bar{X}$ = 2.75), and Adana dishes are prepared with various cooking techniques ($\bar{X}$ = 2.68). In the proposition "Scientific techniques are used when cooking Adana dishes" (2.05), participants are aware that Adana cuisine has the worst image. In the study conducted by Lertputtarak (2012) on the image of Thai cuisine, the item "food offers cultural experience" achieved the highest average ($\bar{X}$ = 4.59). Learning local eating habits and table manners provided the lowest average ($\bar{X}$ = 3.59). As a result of the factor analysis on the image of Adana cuisine in the study, it was loaded on three factors: safety and quality, attractiveness and technical and artistic dimensions, while in Lertputtarak's (2012) study, the image of Thai cuisine was loaded on two factors as kitchen image and restaurant image as a result of the factor analysis. In the study conducted by Çekiç and Aksoy

(2021), the culinary image of Gaziantep and Hatay provinces was examined in the dimensions of safety and quality, attractiveness, art, culture and health. In the study of Gökçeada cuisine by Öztürk (2023), the culinary image was loaded into 8 dimensions: emotional and attractiveness, socio-cultural benefits, health, food safety, cooking methods, cultural structure, ingredient features and nutrition.

In this study, it was aimed to determine the culinary awareness of the people of Adana about the gastronomic values in their own kitchens, and their views on the authenticity and cooking frequency of these foods. The frequency of cooking Adana dishes is of great importance in terms of transferring these dishes and culinary cultures to future generations.

In the study, the awareness of Adana's culinary culture image among the people of Adana was tried to be measured. Demographic analysis, frequency analysis, factor analysis, ANOVA analysis, and chi-square analysis tests were applied in the study. Five hypotheses were put forward to carry out the measurements determined in the study, and analyses were conducted to verify these hypotheses. The specific results of the study are as follows:

1. According to the participants, the image awareness of Adana culinary culture is generally positive. The proposition with the highest image awareness is 'Adana dishes are attractive,' while the proposition with the lowest image awareness is 'Scientific techniques are used.'

2. Regarding the authenticity of Adana dishes, 27 dishes were identified as unique to Adana by the participants. No opinions were given for 13 dishes, and 11 dishes were not considered unique by the participants.

3. In the evaluations related to the cooking frequency of Adana dishes, participants preferred the answers 'once a year' or 'never' more frequently among 7 cooking frequency options for 41 dishes. For 7 dishes, participants preferred the answer 'once a month.'

4. In terms of image awareness of Adana dishes, the age group 35-44 showed differences in the dimensions of security and quality as well as attractiveness compared to other age groups.

5. In terms of image awareness of Adana dishes, the age group 45-54 showed differences in the dimensions of art and technique compared to other age groups.

6. In the analysis of the image awareness of Adana's culinary culture based on educational status, associate degree graduates showed differences in the dimensions of security and quality, and primary education graduates in the dimensions of art and technique, compared to other educational statuses. There were no differences in the attractiveness dimension based on educational status.

7. In terms of the authenticity of the foods, female participants considered 24 dishes to be more authentic, while male participants considered 2 dishes to be more authentic. Female participants did not have opinions on the authenticity of 12 dishes, while male participants had no opinions on 2 dishes.

8. In the analysis of the authenticity of Adana dishes by age groups, those aged 25-34 considered 24 dishes to be authentic and 7 dishes not to be authentic. It was found that they had no opinions on 18 dishes. Those aged 35-44 considered mürümrik soup to be more authentic compared to other age groups.

9. In the analysis regarding the relationship between the frequency of cooking foods and gender, women stated that 10 dishes are never cooked, while men stated that one dish is never cooked. No gender differences were found in 39 dishes.

The results of the research show that the local people who participated in the survey have a positive perception of the image of Adana cuisine. Studies can be conducted to determine the level of awareness about the authenticity of foods concerning the participants' gender. Comparisons can be made regarding the authenticity of the foods in Adana cuisine with the participants' age groups and the frequency of cooking the foods with the participants' gender to determine the levels of awareness. Thus, it is important to decide on aspects such as the recognition and cooking frequency of the unique foods of the cuisine.

Ek 1. Etik Kurul İzni

T.C.
TOKAT GAZİOSMANPAŞA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ARAŞTIRMALARI
ETİK KURULU KARARLARI

KARAR TARİHİ	OTURUM NO	KARAR SAYISI
07.12.2022	15	01-56

Üniversitemiz Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Etik Kurul Başkanı Prof. Dr. Eren YÜRÜDÜR başkanlığında toplandı.

KARAR 15.48- Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğünün 25.11.2022 tarih ve 233691 sayılı yazısı görüşüldü.

Aşağıda bilgileri yer alan araştırmacıların yapmak istediği uygulamaların ve kullanacağı veri toplama araçlarının etik açıdan uygunluğuna oy birliği ile karar verildi.

ÇALIŞMANIN TÜRÜ	Yüksek Lisans Tezi
BAŞLIK	Adana Mutfak Kültürü, Adana Mutfağının Algılanan İmajı ve Adana Mutfağının Farkındalık Düzeyinin Belirlenmesi
TEZ YÜRÜTÜCÜSÜ/ YAZARI	Şeyma ÇAKAZ (Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı)
RAPORTÖR GÖRÜŞÜ	OLUMLU

Prof. Dr. Eren YÜRÜDÜR
Etik Kurul Başkanı
(İmza)

Doç. Dr. Mehmet KARGÜN
Başkan Yardımcısı
(İmza)

Prof. Dr. Mehmet Serkan UMUZDAŞ
Üye
(İmza)

Doç. Dr. Emine ÖĞÜK
Üye
(İmza)

Doç. Dr. Yücel EROL
Üye
(İmza)

Doç. Dr. Fatih YAZICI
Üye
(İmza)

Dr. Öğr. Üyesi Şevki BABACAN
Üye
(İmza)