



Araştırma Makalesi (Research Article)

**YEMEK SUNUMUNDA KULLANILAN YEREL MOTİFLİ TABAKLARIN TÜKETİCİ LEZZET ALGISINA ETKİSİ (THE EFFECT OF LOCAL PATTERN PLATES USED IN FOOD PRESENTATION ON CONSUMER FLAVOUR PERCEPTION)\*\***

**Emrehan KARAHAN<sup>1\*</sup>** (orcid.org/ 0009-0008-6940-4181)

**Serdar SÜNNETÇİOĞLU<sup>2</sup>** (orcid.org/ 0000-0003-0244-5874)

<sup>1</sup>Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, SBE, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Çanakkale, Türkiye

<sup>2</sup>Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi Ve Mutfak Sanatları Bölümü, Çanakkale, Türkiye

**Özet**

Mevcut çalışmayla motifli tabakların tüketicilerin lezzet algısı üzerindeki etkisinin araştırılması amaçlanmıştır. Bunun yanı sıra tabaklarda kullanılan motiflerin yöredeki unsurlardan tercih edilmesiyle bu durumun katılımcıların otantiklik algısına etkisinin tespiti amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında lezzet algısı ve otantiklik kavramları ele alınarak açıklanmıştır. Çalışma Çanakkale'nin Gökçeada ilçesini ziyaret eden turistlerle gerçekleştirilmiştir. Çalışmada karma yöntem kullanılmış veriler eş zamanlı olarak elde edilmiştir. Çalışmaya 60 kişi katılım göstermiş olup 30 kişi ile motifli diğer 30 kişi ile de motifsiz tabak üzerinden tadım gerçekleştirilmiştir. Bulgular ele alındığında yerel motifli tabakların tüketici lezzet algısı üzerinde olumlu etkisi olduğu görülmektedir. Katılımcıların motifli tabaktaki sunumun tadını motifsiz tabağa göre daha çok beğenmişlerdir. Katılımcıların motifli tabak üzerinden gerçekleştirilen sunumu, motifsiz tabak grubundaki katılımcılara göre görsel açıdan daha iştah açıcı, lezzetli ve çekici buldukları görülmektedir. Çalışmanın bulguları otantiklik açısından ele alındığında, yerel motifli tabakların tüketicilerin lezzet algıları üzerinde olumlu etkisi olduğu, katılımcıların motifli tabaklarda gerçekleştirilen sunumu motifsiz tabağa oranla daha otantik algıladıkları görülmüştür. Motifli tabak grubundaki katılımcıların %96,6'sı sunumu otantik olarak değerlendirenken, motifsiz tabak grubundaki katılımcıların %100'ü sunumu otantik bulmadıklarını ifade etmişlerdir. Bununla birlikte motifli tabak grubundaki katılımcıların %100'ü deneyimlerini otantik bir deneyim olarak ifade ederken, motifsiz tabak grubundaki katılımcıların %83,4'ü deneyimlerini otantik olarak tanımlamadıklarını belirtmişlerdir.

**Anahtar Kelimeler:** Lezzet Algısı, Otantiklik, Sunum, Motifli Tabak, Tat Algısı

**Abstract**

The current study aimed to investigate the effect of motif plates on consumers' taste perception. In addition, it was aimed to determine the effect of this situation on the participants' perception of authenticity by choosing the motifs used on the plates from local elements. Within the scope of the study, the concepts of taste perception and authenticity are discussed and explained. The study was conducted with tourists visiting Gökçeada district of Çanakkale. Mixed method was used in the study and data were obtained simultaneously. 60 people participated in the study, and 30 people tasted from plates with motifs and the other 30 people tasted from plates without motifs. Considering the findings, it is seen that plates with local motifs have a positive effect on consumer taste perception. The participants liked the taste of the presentation on the plate with the motif more than the plate without the motif. It is seen that the participants found the presentation on the motif plate more visually appetizing, delicious and attractive than the participants in the plate without motif group. When the findings of the study were considered in terms of authenticity, it was seen that plates with local motifs had a positive effect on consumers' taste perceptions, and the participants perceived the presentation on plates with motifs as more authentic than those without motifs. While 96.6% of the participants in the motif plate group evaluated the presentation as authentic, 100% of the participants in the non-motif plate group stated that they did not find the presentation authentic. However, while 100% of the participants in the motif plate group expressed their experience as an authentic experience, 83.4% of the participants in the non-motif plate group stated that they did not define their experience as authentic.

**Keywords:** Flavour Perception, Authenticity, Presentation, Patterned Plate, Taste Perception

\*\*Bu makale, 2023 yılı Ağustos ayında Çanakkale 18 Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü Tezli Yüksek Lisans Programında yüksek lisans tezi olarak gerçekleştirilmiştir.

\*Sorumlu yazar: [ecankarahan@gmail.com](mailto:ecankarahan@gmail.com)

DOI: 10.33083/joghat.2024.389

## Giriş

Lezzet algısı tüketicilerin tüketim tercihlerini etkileyen temel unsurlar arasında bulunmaktadır. Duyuların komplike hareketiyle meydana gelen lezzet algısı koku, tat, dokunma, işitme gibi duylardan etkilense de ilk izlenim aşamasında çoğu zaman görme duyusunun tesiriyle şekillenmektedir. Tüketicilerin tüketim maddeleriyle ilgili kararları ilk olarak bu aşamada oluşmaktadır. Günümüzde sosyal medyanın da yönlendirmesiyle tüketicilerin başta görsel algıları olmak üzere çoklu duysal algıları şekillendirilebilmektedir. Tüketiciler sunumlara ilişkin deneyimlerini sosyal medyada paylaşmakta ve diğer paylaşımlardan da etkilenebilmektedirler. Bu şekilde tüketicilerin tükettikleri ürünlerin duysal çıktıları manipüle edilebilmektedir. Bu durumun hem tüketiciler hem işletmeciler için önem arz ettiği söylenebilir. Duysal manipülasyon, özellikle görsel algının etkisiyle tüketim maddelerinin olduğundan daha lezzetli algılanmasını sağlayabilmektedir. Tüketicilerin genel itibarıyla sade/basit sunumlardan ziyade özenilmiş tabak ve sunumları daha lezzetli algıladıkları söylenebilir. Sunum ve tabaklardaki bu özenilmişlik yöresel unsurları içerdiğinde tüketicilerce otantik olarak da görülebilmektedir. Bu doğrultuda tüketicilerin daha otantik ve özenilmiş sunumları tercih ettikleri ifade edilebilir.

Alan yazında sunumun lezzet ve tat algısı üzerine etkisi tabak ve yemek üzerinden ele alındığı görülmektedir. Yemek açısından bakıldığında renk, şekil, yemeğin tabaktaki yeri, doku, porsiyon, denge-düzen ve sadelik-basitlik, tabak ile ilgili unsurlar ele alındığında ise renk, şekil, boyut ve malzeme üzerine yoğunlaştığı görülmektedir (Haykır, 2021: 1359).

Bu çalışma ile tüketicilerin yerel motifli tabaklarda gerçekleştirilen sunumları motifsiz tabaklara göre lezzetli algılayıp algılamadıklarının araştırılması amaçlanmıştır. Bunun birlikte sunumda tabağında kullanılan yerel motiflerin tüketicilerin otantiklik algılarına etkisi üzerine de durulmuştur.

## Kavramsal Çerçeve

### Lezzet ve Lezzet Algısı Kavramı

Tat duysusu ve bütün diğer duysal girdilerin birleşimi lezzeti meydana gelmektedir (Shimemura, Fujita ve Kashimori 2016: 1). Lezzet Arapça kökenli bir sözcük olup TDK tarafından “*Ağız yoluyla alınan tat*” şeklinde tanımlanmaktadır. Lezzet kavramı genel itibarıyla dokunma duysusunca kayda geçen, her türlü doku, acı ve sıcaklıktan oluşan (Klosse, 2014: 3) yenilebilir gıda ürünlerinin sahip olduğu insanların tadarak algıladığı özellik olarak ifade edilmektedir (Klosse 2013: 6). Diğer bir tanımda lezzetin tat, aroma, doku, ses, görünüş ve ısı gibi duylarca saptanan unsurların bir araya gelmesiyle meydana geldiği belirtilmektedir (Nosrat, 2017: 26).

Lezzet algısının tüketicilerin gıda ürünlerini tercih etmelerinde belirleyici bir rolü bulunmaktadır (Tournier, Sulmont-Rossé ve Guichard, 2007: 246). Lezzet algısı kavramını tam olarak anlayabilmek için lezzet ve tat kavramları arasındaki farkın açıklanması önemlidir. Lezzet ve tat kavramları birbiri ile karıştırılmakta ve birbirlerinin yerine kullanılabilir. Besinlerin tüketim aşamasında besinin tadı önemli bir faktör olarak kabul edilmektedir. Gıda maddelerinin tatları acı, tatlı, ekşi, tuzlu ve umami olmak üzere sınıflandırılmaktadır (Chandrashekar vd., 2006: 288; Tournier, Sulmont-Rossé ve Guichard, 2007: 247; Şeren Karakuş, 2013: 27). Bu sınıflandırmanın yanı sıra bazı çalışmalarda yağ asidi tadı (Gilbertson, 1998; Laugerette vd., 2005), metalik tat ve bunlara ek olarak 25 farklı tat olabileceği belirtilmektedir (Spence, 2013: 365). Alan yazında dört temel tat veya umami tadı da içerir olarak beş temel tat şeklinde ele alınmış ve diğer tatların ise temel tatlar etrafında şekillendiği temel tatların varyasyonları olduğu düşüncesi bulunmaktadır (Schiffman, 2000: 147). Tat kavramı TDK sözlüğüne göre “*Canlıların besinlerdeki uçucu olmayan bileşikleri damak, boğaz ve dil yüzeyindeki mukoza noktaları aracılığıyla algıladığı duyum*” olarak ifade edilmektedir. Diğer bir tanımda tatlı, ekşi, tuzlu, acı ve umami deneyimlerini gerçekleştiren dil ve yumuşak damak dokusunun üzerinde yer alan tomurcuklar yoluyla sağlanan duyum olarak ifade edilmektedir (Lawless, 1989: 57 aktaran Spence vd., 2015: 18; Chandrashekar vd., 2006: 288). Lezzetin ise tatma, koklama, dokunma ve işitme duylarının dâhil olduğu, ağırlıklı olarak tat ve koku birleşimi sonucu meydana geldiği belirtilmektedir (Karadeniz, 2000:317; Prescott, 2015: 50). Brillant Savarin’de (2016) lezzet için, çözünebilir her şeyin birbirine benzemeyen kendine has tatlara sahip olduğunu bu yüzden lezzetlerin sayısının sonsuz olduğunu ifade etmektedir. Bu bilgiler doğrultusunda tat kavramının sınırlandırılabilirliği fakat lezzet kavramının sınırının olmadığı ifade edilebilir. Lezzet algısı üzerinde koku ve tatma duysusunun rolü önemlidir. Aroma ve tat kimyasal birleşimin lezzetin salınımı üzerinde etkisi bulunmakta ve bu etkinin doğrudan doğruya lezzet algısı üzerinde de etkisi olduğu bilinmektedir (Karadeniz, 2000: 317; Delwiche, 2003: 352; Tournier vd., 2007: 246). Fakat algı kavramı bireyin duylar yani beş duyu organı ile çevreyi yorumlayıp anlamlandırması sonucunda oluşmaktadır (Göler,

2009: 58). Öyleyse lezzet algının iki duyu yani koku ve tat duyuları etrafında şekillendiği ifadesi eksik bir ifadedir. Bireyin bütün duyuları lezzet algısı üzerinde etkilidir. Bu süreç tüm duyuların komplike bir şekilde çalışmasıyla meydana gelmektedir (Klose, 2013: 13; Elder ve Krishna: 2010: 126). Zampini ve Spence (2004) lezzet algısının tüm duyuların etkileşimiyle oluşacağını belirtmişlerdir. Lezzet algısı tat alma, koku alma, duyma, görme ve dokunma duyuları etrafında şekillenmektedir. Bu duyular lezzet algısının temel unsurları olarak görülmektedir (Yayla, 2019; 11).

Lezzetin sadece dildeki tat alıcıları tarafından algılandığını belirten görüşler olsa da bu görüşün eksik olduğu ifade edilebilir. Yiyeceğin kokusu yani koku ile ilgili ipuçları, nasıl görüldüğü yani görsel ipuçları ve ağız veya eller tarafından nasıl hissedildiği yani somatosensoriyel ipuçlarının da lezzet algısı üzerindeki etkisi bulunmaktadır. Bununla yanı sıra lezzet algısının etkilendiği faktörler yalnızca gıda kaynaklı duyu faktörler değildir, lezzet algısı çevresel/bağlamsal faktörlerinde etkisi dâhilinde meydana gelmektedir (Stewart ve Goss, 2013: 1).

## Yemek Prezantasyonu

Prezantasyon Fransızca bir kelimedir ve Türk Dil Kurumuna göre “tanıtma” anlamına gelmektedir (TDK,2021). Başka bir tanıma göre prezantasyon, “bir şeyin verildiği, sunulduğu veya sergilendiği tarz veya biçimdir” (Oxford Dictionaries, 2021). Prezantasyon kelime anlamı olarak sunma, sunum ve tanıtma gibi anlamlara karşılık geldiğinden, yiyeceklerin prezante edilerek sunumunun gerçekleştirilmesinin bireylerin beğeni ve tercihleri üzerinde etkili olduğu belirtilmektedir (Uçuk, 2017: 45). Yiyeceklerin sunulması gastronominin konuları yer almaktadır. Yemek prezantasyonu da gastronominin konusu içerisinde olan yiyeceklerin düzenlenme ve sunum aşamalarının tümünü barındırmaktadır (Uçuk ve Özkanlı, 2017: 51). Gastronomik açıdan bakıldığında yiyeceğin sunumu tat yönünden olduğu gibi göze de hitap edecek şekilde olmalıdır. Bu şekilde diğer duyular vasıtasıyla sanatsal bir bakış açısı oluşturmalıdır. Yemeğin sunumu sanat olarak ele alındığında tabağın tuval görevini üstlendiği, yemeğinse tat ve sunum olarak bir bütünü oluşturmakta olduğu bilinmelidir (Deroy vd., 2014). Sunumu gerçekleştirilen yemeğin göze hitap edecek hale getirilmesi önemli bir durum olup yemeğin tabakta konumlandırılmasıyla birlikte bireylerin beğenisini kazanmada etkili bir kriteri oluşturmaktadır. Sanatsal bir ilhamla oluşturulan sunumun bireylerin yemek için daha fazla ödeme istekleri üzerinde etkisi olduğu da bilinmektedir (Michel vd., 2015: 48-49). Yemeklerin mutfak ve gastronomik yönleriyle ilgili sunum ve katılım, doğrudan güzel sanatlar faaliyeti kategorisine girmektedir. Çoğu toplum, yemek hazırlamalarını tamamen faydacı ya da son derece gelişmiş, stilize sunum ve katılım yöntemleri olarak farklılaştırmaya çalışır. Bununla birlikte sadece tüketim için değil, aynı zamanda statü, ritüel ve estetik amaçlarla da tasarımlar gerçekleştirilmektedir (Hegart ve Mahony 2001:3). Özenle hazırlanmış bir yemek sunumu bireylerin iştahları üzerinde olumlu yönde bir etkiye sahip olup yemek yeme arzusunu arttıracak gibi tam tersi özensiz bir sunumda bireylerin iştahları üzerinde olumsuz yönde bir etki meydana getirip yemek yeme isteğini olumsuz olarak etkileyebilmektedir (Erciyas, 2021: 93). Tabak süsleme sanatı yıllardır işletmelerde kullanılmakta ve mutfak okullarında hâlihazırda üzerinde durulan konulardan birini oluşturmaktadır. Ayrıca yemek sunumu televizyonlardaki yemek programları, yiyecek ve mutfak ile ilgili kitap ve dergilerin konuları arasında da bulunmaktadır. Bununla birlikte yiyecek sunumu ve tabak süsleme konularının gastronomi ve mutfak sanatları yazınında gereken ilgiyi görmediği de bilinmektedir (Mwangi 2010:1). Yemek sunumunun (tabaklamanın) tarihsel açıdan sanat olarak ele alınabileceği ilk bulgulara Japon kültüründe rastlanmaktadır. Japonların Kaiseki geleneği incelik ve yetenek gerektiren bir yemek sunum sanatıdır. Sunumu gerçekleştirecek şefler yemeklerin sunumunun gerçekleştirileceği kapları, malzemeleri ve garnitürleri yemeği bir bütün haline getirecek şekilde özenle tercih ederek sunumu gerçekleştirmektedirler. Japon kültürü haricinde yemek sunumu ile ilgili olarak Fransa’da önemli bir aşçı ve mimarlık öğrencisi olan Antonin Carême ön plana çıkmaktadır. Antonin Careme mimari birtakım figürleri (anıt, nehir vb.) kullanarak hazırladığı yemeklerin sunumunu bunların üzerinde gerçekleştirmiştir (Deroy vd., 2014: 3). Daha sonra Auguste Escoffier ana yemek ve garnitürlerin aynı tabak içerisinde sunulması sistemini sağlayarak hem yemek ve garnitürlerin soğumasının önüne geçmiş (Mac Veigh, 2009: 109) hem de sunumları sadeleştirmiştir (Beaugé, 2012: 11). Yemek ve sanat arasındaki ilişkinin bireyler için önemi avangart ve post modern sanat ile birlikte anlaşılmiş bu doğrultuda yemek sunumlarında kayda değer derecede değişiklikler ve gelişimler meydana gelmiştir (Sipahi vd., 2017: 391).

Yemeğin duyu özellikleri kadar görüntüsünün de önemli olduğu bilinmektedir. Alışlagelmiş sunumların ötesinde farklı malzemelerin kullanılması da sunum aşamasında önemli bir yer teşkil etmektedir. Bir yemeğin tabak, garnitür ve tamamlayıcı gereçlerle sunulması gerekli görülmektedir. Geçmişten günümüze gastronomide sunum konusu ele alındığında günümüzde sunumun farklı sanat ve bilim dalları ile de bağlantılı olarak ne derece önemli olduğu gerçekleştirilen çalışmalarda da görülmektedir (Deroy vd., 2014). Sunumu

gerçekleştirilen yemeğin görsel açıdan bireye birçok bilgi aktardığını, en kritik olanın ise ne yendiğini belirlemeye yardımcı olma konusunda olduğunu çalışmalar göstermektedir. Zellner “*Yemeği tatmadan önce görürüz*” ve “*İlk tat gözlerle alınır*” şeklinde ifadelerle görsel ipuçları ve sunumun üzerine düşülmesi gereken bir konu olduğunu işaret etmektedir (Zellner vd., 2014: Ayrıca Zellner vd., 2011: 642).

### **Otantiklik**

Fransızca bir kelime olan “otantik” kelimesini Türk Dil Kurumu “*Eskiden beri mevcut olan özelliklerini taşıyan, orijinal*” şeklinde tanımlamaktadır (TDK,2021). Otantik sözcüğünün kökeni Yunanca “*authentēs*” sözcüğüne dayanmaktadır (Golomb, 1995: 56). Yunancada bu sözcüğün “*birisi eliyle yapılmış, el yapımı olan*” veya “*otoriteyle birlikte hareket eden*” olmak üzere iki anlamda kullanıldığı bilinmektedir (Bendix, 1997: 14). Otantiklik kavram olarak 20. yüzyıl ortasından itibaren sosyal bilimlerin araştırma konuları arasına girmiştir (Çokışler, 2018: 119). Heitmann (2011: 45) otantiklik kavramını “saf, gerçek olan şey” şeklinde ele alarak otantikliğin modern olanın etkisine maruz kalmamış dokunulmamış olduğunu vurgulamaktadır.

Cohen’e (1988: 375) göre otantiklik müzeciler ile etnograflar için, batının etkisine maruz kalmamış modern yaşam öncesi ve ürünlerin özelliğini, doğal olan kullanılarak yapıları vurgulamaktadır. Su (2018: 5) tarafından batı dünyasında felsefe ile ilgili bir kavram olarak kullanımı olan otantikliğin, turizm alanındaki çalışmalarda müzelerde sergide olan eserlere verilen değerle önem kazandığı vurgulanmıştır.

Bruner (1994: 401) otantiklik için dört anlam belirtmiştir. İlki gerçeğe benzeme olasılıklı, ikincisi özgünlük, üçüncü anlamı orijinallik yani hiçbir benzeri olmama şeklinde ifade etmiştir. Dördüncü anlamı ise yetkin ve otorite olma olarak vurgulanmıştır. Cobb (2014: 8) ise otantikliği gerçek olandan çok bireylerde yaratılan etki şeklinde ifade etmektedir. Lee vd., (2016: 984) otantikliği kavram olarak üç farklı şekilde ele aldıklarını belirtmişlerdir. Bunlar; nesnel, yapısal ve varoluşsal olarak ifade edilmektedir.

**Nesnel Otantiklik:** Nesnel otantiklik, orijinal, gerçek, hakiki, bozulmamış, asıl, sürekli olan, bulunduğu yerde üretimi gerçekleştirilmiş, yerel halkça yapılan gibi ifadeleri karşılamaktadır (Chhabra, 2012: 499).

**Yapısalcı Otantiklik:** Nesnel otantikliğe zıt bir görüş olduğu ifade edilmektedir. Otantikliğin yapısalcı olduğunu ifade edenler otantikliğin deney yoluyla tanımlanabilir doğru ve nesnel bir olgu olmadığını vurgulamaktadırlar (Reisinger ve Steiner, 2006: 69).

**Varoluşsal Otantiklik:** Wang (1999: 358) varoluşçu otantiklik için kişinin bireysel olarak doğru gördüğü etkinliğin ifade şeklidir diye bir ifadede bulunmuştur. Bireyin kendinin asıl olduğuna ilişkin özel bir varoluş durumu ile batı topluluğunda kamusal görev ve yerlerde gerçek benlik kaybına yönelik hareket etmeyi ifade etmektedir (Atasoy, 2020: 40).

Cohen (2007 aktaran Dülger, 2019: 38) otantiklik ile alakalı birden fazla tanımı sıralamaktadır:

- Geleneksel faaliyet ya da uzun süreli kullanım olarak otantiklik
- Farklılaştırılmamış ürün olarak gerçekçi otantiklik
- İlişkiler yönünden bakıldığında dürüst ve samimi olarak otantiklik
- Kültürel etkinlikler (dans ve müzikte olmakla birlikte) ile ilgili yaratıcılık olarak otantiklik
- Turizm alanında hayatın akışı olarak otantiklik.

### **Yöntem**

Bu çalışmada lezzet algısı üzerine gerçekleştirilen farklı çalışmalar incelenerek kavramsal çerçeve oluşturulmuştur. Otantiklik kavramı incelenerek kavramsal çerçeve içerisine dâhil edilmiştir. Çalışmanın uygulama aşamasında deneysel bir yol izlenmiştir. Çalışma deneysel tasarıma sahip bir çalışma olmasının yanı sıra verilerin elde edilmesi noktasında bir karma yöntem araştırması olarak tanımlanabilir. Katılımcıların duygusal ve duygusal olarak hislerine yönelik verilerin bu şekilde daha kapsamlı olarak elde edileceği düşünülmüştür.

Çalışmada nitel ve nicel araştırma yöntemleri birlikte kullanılmıştır. Her iki yöntemin birlikte kullanımı karma yöntem olarak adlandırılmaktadır (Creswell,2009:4). Karma yöntem “Araştırmacının, araştırma problemlerini anlamak için hem nicel veriler (kapalı uçlu) hem de nitel veriler (açık uçlu) topladığı iki veri setini birbiriyle bütünleştirdiği ve daha sonra bu iki veri setini bütünleştirmenin avantajlarını kullanarak sonuçlar çıkardığı araştırma yaklaşımı olarak tanımlanmaktadır. Bu yaklaşım sağlık, sosyal ve davranış bilimleri alanında kullanılmaktadır.” Bu yöntem ile amaçlanan her iki yani nicel ve nitel yöntemleri birleştirmektir. Bunun

sebebi araştırmanın problemini kavramak için tek bir yöntem yerine iki yöntemin birlikte kullanımının daha etkili olacağı düşüncesidir (Creswell, 2017: 2). Karma yöntem nitel ve nicel yöntem dışında bir yöntem olmakla birlikte iki yöntemi birbirine bağlayan bir model oluşturmaktadır (Johnson ve Onwuegbuzie, 2004:15). Nitel ve nicel yöntemlerin kendi başlarına kullanımında ortaya çıkabilecek eksiklerinin giderilmesiyle birlikte çalışmanın daha nitelikli bir boyut kazanması için iki yöntemin birlikte kullanılması yani karma yöntem ön plana çıkmaktadır (Greene, 2005: 209). Karma yöntemle çalışma gerçekleştirmek farklı yöntemleri kullanarak olayları bütün halinde gösterme, veri analizini gerçekleştirme ve bir araya getirmektir (Baki ve Göçek, 2012: 2). Karma yöntem nitel ve nicel veri toplanması, toplanan verilerin analizi ile yorumlanma aşamasını içerisinde barındırmaktadır (Leech ve Onwuegbuzie, 2009: 266). Mevcut çalışmada elde edilen veriler eş zamanlı olarak toplanmıştır. Ayrıca karma yöntem araştırmalarında başlıca desenler bulunmaktadır. Bu desenler yakınsayan paralel karma, açımlayıcı sıralı karma ve keşfedici sıralı karma olarak sınıflandırılmaktadır. Mevcut çalışmada kullanılan yakınsayan paralel desen nitel ve nicel verilerin birlikte toplanmasını temel almaktadır. Birlikte toplanan veriler ayrı ayrı analiz edilir, nitel ve nicel verilerin birbirlerini tasdik edip etmediği üzerine durulur (Creswell, 2014: 14-16). Burada amaç araştırmanın problemini anlamak ve araştırma konusuna dönük farklı ve birbirini tamamlayıcı nitelikte veriler elde etmektir (Morse, 1991: 122).

Çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme formu ve anket formu birlikte kullanılmıştır. Nitel verileri elde etmek için oluşturulan görüşme formu hazırlanırken konular ile ilgili gerçekleştirilen literatür taramasından faydalanılmıştır. Görüşme formunda 11 soru bulunmaktadır. İlk iki soru otantiklik üzerine, diğer sorular ise katılımcıların lezzet algısını belirlemeye yönelik sorulardır. Sorular ve soru sayısı uzman görüşü alınarak belirlenmiş olup yine uzman görüşü dâhilinde eksikler düzeltilerek son halini almıştır.

Nicel verileri elde etmek için oluşturulan anket formunda alan yazındaki çalışmalardan faydalanılmıştır. Oluşturulan anket formu ile sunulan yemeğin otantikliği ve katılımcıların otantiklik arayışları ile ilgili bilgi edinilmesi amaçlanmıştır. Anket formunda 11 madde bulunmaktadır ve 5'li Likert tipi derecelendirme kullanılmıştır. Katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorularda anket formunda yer almaktadır.

Mevcut çalışma gerekli etik kurul izni alındıktan sonra Çanakkale'nin Gökçeada ilçesinde 01.08.2022-30.08.2022 tarihleri arasında bulunan gönüllü olarak çalışmaya katılım göstermek isteyen turistler ile gerçekleştirilmiştir. Deneysel temelli çalışmalar ele alındığında gruplar oluşturulurken 30'ar katılımcı ile deneylerin gerçekleştirilebileceği bilinmektedir. Titizlik ile gerçekleştirilen çalışmalarda 15 deneyin bile yeterli sayıyı oluşturacağı denek bulma zorluğundan ötürü kabul görmektedir. Bazı araştırmacılar bu sayının en az 30 olması gerektiği üzerinde de durmaktadırlar. 15 denekten daha az sayıda katılımı gerçekleştirilen çalışmaların çokluğu ve varlığı da göz önünde bulundurulduğunda 30 katılımcının dâhil olmasının uygun olduğu ifade edilmektedir (Özen ve Gül, 2007: 416). Çalışma kapsamında amaçlı örnekleme yöntemlerinden amaçlı rasgele örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Amaçlı rasgele örneklemin kullanım amacı ön yargıyı azaltma, inanılabilirlik ve güvenilirliği artırmaktır (Baltacı, 2018: 246). Araştırma kapsamında sunumu değerlendirmek üzere motifli (30 kişi) ve motifsiz (30 kişi) tabak üzerinden tadım olacak şekilde 60 kişi üzerinde gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar yöreyi ziyaret eden turistlerden gönüllü olanlardan seçilmiştir. Katılımcılar daha önce bu şekilde bir sunum değerlendirmesi içerisinde bulunmamıştır. 60 katılımcının tümü araştırmanın tüm sürecine dâhil olmuştur.

Yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilerek elde edilen verilere içerik analizi ve betimsel analiz uygulanmıştır. İçerik analizi ile veriler çalışmanın problemi doğrultusunda ana temalara ayrılmıştır. Elde edilen veriler betimsel analiz yöntemiyle de anlamlı bir şekilde yorumlanarak ifade edilmiştir. Anket vasıtası ile elde edilen veriler üzerinden frekans analizi gerçekleştirilmiştir. Bu sayede elde edilen verilerin desteklenmesi amaçlanmıştır. Görüşme formu ile elde edilen verilere içerik analizi ve betimsel analiz uygulanmıştır. Verilen bilgiler doğrultusunda, görüşme sorularına verilen cevaplara içerik analizi yapılarak veriler sınıflandırılmış ve kodlar ile temalar oluşturulmuştur. Görüşme sorularına verilen cevaplara betimsel analiz yapılmış ve yorumlanmıştır. Anket ile elde edilen veriler SPSS Statistical Packages for the Social Sciences programından faydalanılarak istatistiksel olarak analiz edilmiştir.

Karma yöntem, tek bir yöntem kullanılarak elde edilebilecek geçerlilik ve güvenilirlikten daha fazlasını elde etmek amacıyla tercih edilen bir araştırma yöntemidir (Creswell ve Plano Clark, 2018:65). Karma yöntemle gerçekleştirilen araştırmaların esnekliği ve yöntem genişliği araştırmanın sorularını derinlemesine inceleme olanağı tanırken araştırma sürecinin geçerlilik ve güvenilirliğine etkisi büyüktür (Arslan, 2022: 71).

Alan yazındaki çalışmalar incelendiğinde, tüketicilerin restoranlarda tükettikleri otantik yiyeceklere yönelik çalışmalar bulunduğu görülmektedir. Sukalakamala ve Boyce (2007), tüketicilerin Tayland mutfağı restoranında gerçekleştirdikleri otantik yemek deneyimleri ve deneyimleri ile bağlantılı olarak algılarıyla birlikte beklentilerini ele almışlardır. Tüketicilerin yemek deneyimleri üzerinde atmosferin otantikliğinin etkisi olmasının yanı sıra Tayland mutfağına ait yiyeceklerin kullanımının tüketicilerin beklentileri arasında olduğu görülmektedir. Pratt (2008) otantiklikle yerelliği kavramsal açıdan ele alarak gerçekleştirdiği çalışmada otantik ile yerel gıdaların insan, yiyecek ve bölge arasındaki bağı güçlendirdiği görülmektedir. Sims (2009) gastronomi turistleri açısından otantik yiyeceklerin seyahatlerinde motivasyon unsuru olduğu ve bu durumun gastronomi turizmi üzerinde olumlu etkisi olduğu ifade edilmektedir. Tsai ve Lu (2012) çalışmalarında otantik yemekler üzerinden gerçekleştirilen deneyimlerin tüketicilerin satın alma etkisine etkisi üzerinde durmuşlardır. Tüketicilerin otantik yemek üzerinden gerçekleştirdikleri deneyimlerin olumlu gerçekleştiğini ifade etmişlerdir. Tüketicilerin tekrar deneyimleme isteğinin de etkilendiği görülmektedir. İşletmelerin otantik yemek deneyimlerine etki etmek için yemek ve ortam açısından düzenlemeler yapmaları gerektiği üzerinde durulmuştur. Bu doğrultuda oluşturulan hipotezler şu şekildedir:

**H1:** Motifli tabakta gerçekleştirilen sunum motifsiz tabağa oranla daha otantik algılanacaktır.

**H2:** Motifli tabakta sunulan yemeğin tadı motifsiz tabağa oranla daha otantik algılanacaktır.

Çanakkale 18 Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Etik Kurulundan 28.07.2022 tarih ve 14/42 sayılı karar numarası ile izin alınmıştır.

### Bulgular

Araştırma kapsamında motifsiz ve motifli tabak üzerinden keşkek tadımı gerçekleştiren 30'ar kişiden oluşan iki katılımcı grubu bulunmaktadır. Katılımcıların tanımlayıcı demografik özellikleri şu şekildedir;

Motifsiz tabak grubundaki katılımcıların 17'si kadın ve 13'si erkek olmak üzere toplam 30 katılımcı bulunmaktadır. Katılımcıların 6'sı 18-25, 14'ü 26-34, 8'i 35-49 ve 2'si 50-64 yaş aralığındadır. Katılımcıların eğitim durumlarına bakıldığında 4 katılımcının lise, 5 katılımcının ön lisans, 19 katılımcının lisans ve 2 katılımcının da lisansüstü eğitim mezunu olduğu görülmektedir. Tablo 1'de katılımcıların demografik özellikleri verilmektedir.

**Tablo 1. Motifsiz Gruptaki Katılımcıların Demografik Özellikleri**

<b>Cinsiyet</b>	Erkek	13
	Kadın	17
<b>Yaş</b>	18-25 yaş	6
	26-34 yaş	14
	35-49 yaş	8
	50-64 yaş	2
<b>Eğitim Düzeyi</b>	Lise	4
	Ön Lisans	5
	Lisans	19
	Lisansüstü	2

Motifli tabak üzerinden gerçekleştirilen sunumu tadan katılımcıların 18'i kadın ve 12'si erkek olmak üzere toplam 30 katılımcı bulunmaktadır. Katılımcıların 3'ü 18-25, 13'ü 26-34, 12'si 35-49 ve 2'si 50-64 yaş aralığındadır. Katılımcıların eğitim durumlarına bakıldığında 2 katılımcının lise, 2 katılımcının ön lisans 20 katılımcının lisans ve 6 katılımcının da lisansüstü eğitim mezunu olduğu görülmektedir. Tablo 2'de katılımcıların demografik özellikleri verilmektedir.

**Tablo 2. Motifli Gruptaki Katılımcıların Demografik Özellikleri**

<b>Cinsiyet</b>	Erkek	12
	Kadın	18
<b>Yaş</b>	18-25 yaş	3
	26-34 yaş	13
	35-49 yaş	12
	50-64 yaş	2
<b>Eğitim Düzeyi</b>	Lise	2
	Ön Lisans	2

Lisans	20
Lisansüstü	6

Her iki gruba da sunumdan bağımsız olarak yöneltilen “Sizce bir yemeği otantik yapan unsurlar nelerdir?” sorusuyla elde edilen bulguların içerik analizi sonuçları aşağıda Tablo 3 ve Tablo 4 ‘te verilmektedir.

Elde edilen veriler doğrultusunda oluşturulan kodlar ve meydana getirilen temaların her iki gruptaki katılımcılardan elde edilen verilerle eşdeğer olduğu söylenebilir. Bu sorunun her iki gruptaki katılımcılara yöneltildiği sırada katılımcıların sunumları görmemiş olmasına özen gösterilmiş ve tadımı gerçekleştirilmemişlerdir.

**Tablo 3. Yemeği otantik yapan unsurların bulgularına yönelik içerik analizi (Motifsiz tabak)**

Tema	Kodlar
Yöresellik	Yöresel unsurları ve ürünleri barındırması (19 katılımcı)
	Yöreye özgü yemek olması (6 katılımcı)
Sunum	Sunum şekli (16 katılımcı)
	Sunum materyali (4 katılımcı)
Geleneksellik	Aslına uygunluk/orijinallik (10 katılımcı)
	Kültürel bağ/tarihsel süreç (9 katılımcı)
Pişirme Tekniği	Pişirme tekniği/ hazırlanış (8 katılımcı)
Ambiyans	Ortam/Mekân/Yer (5 katılımcı)

**Tablo 4. Yemeği otantik yapan unsurların bulgularına yönelik içerik analizi (Motifli tabak)**

Tema	Kodlar
Yöresellik	Yöresel unsurları ve ürünleri barındırması (20 katılımcı)
	Yöreye özgü yemek olması (4 katılımcı)
Sunum	Sunum şekli (14 katılımcı)
	Sunum materyali (10 katılımcı)
Geleneksellik	Aslına uygunluk/orijinallik (9 katılımcı)
	Kültürel bağ/tarihsel süreç (10 katılımcı)
Pişirme Tekniği	Pişirme tekniği/ hazırlanış (10 katılımcı)
Ambiyans	Ortam/Mekân/Yer (10 katılımcı)

Her iki gruptaki katılımcılardan elde edilen bulgular dâhilinde oluşturulan kod ve temaların aynı olduğu görülmektedir. Her iki gruptaki katılımcılarında yemeği otantik yapan unsurları yöresellik üzerinde durdukları ve tanımlamada bulunurken yemeğin yöresel ürünleri/unsurları barındırması gerektiği ve yemeği yöreye özgü olması gerektiği noktalarında yoğunlaştıkları görülmektedir.

**MS7:** “Ürünler ve yemeğin otantik olması. Otantik olması yani yöresel bir yemek olması. İçerisinde kullanıldığı malzemelerin yerel ürünler olması o bölgeye ait olması hangi bölgeden yapılıyorsa o bölgeden bize ilham vermesi”

**M6:** “Bence o yemeğin piştiği, hazırlandığı bölge o şehrin ya da orada çıkan şeylerin o topraktan çıkan ürünlerin kullanılması, oradaki hayvanların malzemelerinin sütünün, yoğurdunun, peynirin o yöreden kullanılan malzemelerle yapılması.”

Sunum teması katılımcılar tarafından üzerine dikkat çekilen bir faktör olarak ön plana çıkmaktadır. Katılımcıların otantik yemeğin unsurları arasında sunumu gösterdikleri görülmektedir. Sunum üzerinde duran katılımcıların sunum şekli ve sunum materyali üzerine yorumlarının yoğunlaştığı ifade edilebilir.

**M11:** “Sunumun otantikliği ve kullanılan malzemelerin yemekle uyumu yani her şeyin tabağın çatalın, kaşığının, servisin peçeteliğinin hepsinin birbiriyle uyumu otantikliğini gösterir.”

**MS7:** “Ürünler ve yemeğin otantik olması. Otantik olması yani yöresel bir yemek olması. İçerisinde kullanıldığı malzemelerin yerel ürünler olması o bölgeye ait olması hangi bölgeden yapılıyorsa o bölgeden bize ilham vermesi”

Katılımcılar yemeği otantik yapan unsurlar arasında kültürel bağ/tarihsel süreç gibi faktörlerinde etkisi olduğunu ifade etmişlerdir. Yemeğin bölgede tarihsel bir süreç içerisinde oluşumunu sağlaması ve kültürel açıdan yöreye bütünleşmiş olmasının yemeğin otantik algılanmasında etkili olduğu görülmektedir. Tarihsel süreç ve kültürel bağ gibi unsurlara değinen katılımcılar aynı zamanda orijinallik üzerine durdukları görülmektedir.

**M4:** “Yemeği otantik yapan unsurlar geçmişten günümüze, bölgenin kültürel bağlarıyla damak tadı oluşumu.”

**M14:** “Kökeninde gelen, eskiden gelen bir yöntem varsa eğer, o orijinal yöntemleri kullanılarak devam ettirilmesi.”

**MS30:** “Eski olması, geçmişle bir bağı olması usulüne uygun şekilde asıl haliyle yapılıyor olması, malzemelerin yerel olması da yemeği otantik yapabilir diye düşünüyorum.”

Katılımcılar tarafından yemeği otantik yapanlar arasında gösterilen bir diğer unsur pişirme yöntemidir. Katılımcıların otantik yemeğin yöredeki pişirme/hazırlanış yöntemleri kullanılarak yapılmasını da otantik yemeğin özellikleri arasında gösterdikleri görülmektedir.

**M12:** “Yapılış teknikleri bence o yemeğin otantikliğini belirler. Yani yapılan yemeğin yapılma tekniği de önemli, nasıl pişirildiği o yörede o şekilde mi kullanılıyor.”

**MS25:** “Bence bir yemeğin otantik olabilmesi için o yemeğin içeriği, pişirme yöntemi, hazırlanış şekli ve sunumu açısından bulunduğu bölgeyi, şehri veya coğrafyayı temsil etmesi gerekmektedir.”

Mevcut yemeğin sunumunun otantikliğine yönelik görüşleri sorulan motifsiz gruptaki katılımcıların yemeğin sunumunu otantik bir sunum olarak değerlendirmedikleri görülmektedir. Otantiklik açısından sunumun eksik bulan katılımcıların birkaçı sos faktörünün kendi başına otantiklik üzerine etkisi olabileceğini ifade ettikleri söylenebilir. **MS6:** “Otantik bir sunum sosla üzerine döktüğünüz yağ sunumu farklılaştırmış diyebilirim ama tabak için çok otantik olduğunu söyleyemem. Bana göre düz standart bir tabak.” Bununla birlikte katılımcıların büyük çoğunluğunun tabağın otantiklik üzerinden sunumu olumsuz etkilediği aksine keşkeğin kendi özelinde otantiklik algısı yaratan bir yemek olduğunu ifadelerinden hareketle söylemek mümkündür. **MS23:** “Bu yemek kulağa da işte tat olarak da bir bana otantik geliyor. Ama bu tabağın bu tabakta sunulduğu için bana herhangi bir restoranda sunulabilecek bir yemek algısı oluşturdu. O nedenle hani belki bu otantik olarak kabul edilse de tabakla çok fazla o havaya giremedim açıkçası.” Ayrıca katılımcıların tabağın şekilsel özellikleri ve hammaddesi gibi özelliklerin otantiklik açısından olumsuz bir algı oluşturduğunu ifade ettikleri de görülmektedir.

**MS5:** “Çok sade ve bohem bir tabak vardı. Yani kâse tarzında ve hani şey değil herhangi bir otantikliği yok. Günümüzün modern düz tabaklarından biri diyebilirim ben bunun için.”

**MS10:** “Bence bu tabak çok otantik bir tabak değil. Otantik deyince benim aklıma gelen daha doğal malzemeler işte bakır olabilir çinko olabilir. Çünkü ya da porselen olur ama o porselenin işte çinili olabilir bu porselen.”

Motifli tabak üzerinden sunum gerçekleştirilen katılımcılara yemeğin sunumunun otantikliği sorulduğunda katılımcıların geneli sunumu otantik bulduklarını ifade etmişlerdir. Katılımcıların sunumu otantik bulmasındaki temel etkenin tabak üzerinde bulunan motifler olduğu görülmektedir.

**M19:** “Sunumdaki tabakta kullandığımız figürlere baktığımızda ise Gökçeada'nın yöresel ürünleri olduğunu görüyoruz. Bu da bence ekstra bir otantiklik katmış diyebilirim.”

**M21:** “Üzerindeki motifler zaten otantikliğini destekler vaziyette.”

Ayrıca motiflerin otantiklik yönünden etkileri üzerinde duran katılımcıların motiflerin yemek hakkında bilgi verir nitelikte olması, yöreyi ve doğayı çağrıştırmasıyla birlikte eskiyi hatırlatmasının olumlu etkilerine vurgu yapmışlardır.

**M28:** “Sunum yönünden bakınca tabaktaki dört noktadaki keçi motifleri yemeğin içindeki kuzu etine dikkatimi çekmesinde önemli rolü oldu, bence otantik bir sunumdu.”

**M25:** “Gökçeada'ya geldiğimiz andan itibaren yaylın oğlakları görmeye alıştık bu yemeğin sunumunda da yer alan oğlak, keçi görseli bize Gökçeada'nın mutfak ürünleri adına güzel bir görsel oluşturdu. Ayrıca keşkek bizim kültürümüzde önemli tören yemeklerinden olmasına rağmen adaya endeksli ticari olarak pazarlanacak bir ürün olarak burayla iç içe bir sunum yapılması da otantik olmuş. Tabak kenarındaki figürlerin etrafındaki ve aralardaki yeşil renkli dallarda yereli çağrıştırmış bu da otantik hissettirir.”

**M7:** “Tabağın yanındaki keçi ve koyun motifleri ve sanki mayıs ayını andırıyormuş gibi oluyor. Çünkü o yediğin kuzu da o zamanların bir kültürü olduğu için. Artı bunların yeni yeni çıkmış üzerinde sabah çiği üzerinde olan bir ot yani çimen gibi görüyorum ben o yeşillikleri gayet hoşuma gitti.”

Katılımcıların sunumu otantik buldukları, sunumda kullanılan motiflere yönelik olumlu ifadeleri ve yöreyle ilişkilendirdikleri yönündeki söylemlerinin kelime yoğunlukları Şekil 1'de görülmektedir. Tabağın üzerindeki



motifler ve motiflerin bölgesel çağrışımlarının sunumu gerçekleştirilen yemeğin otantikliği üzerinde olumlu etkisi olduğu Şekil 1’de verilmektedir.

Şekil 1. Sunumu gerçekleştirilen yemeğin otantikliği ile ilgi kelime bulutu analizi



Motifsiz ve Motifli tabakla sunum gerçekleştirilen katılımcılara yemeği yerken ne hissettikleri ve duygu durumları sorulduğunda katılımcıların ifadelerinden kod ve temalar oluşturulmuştur. Her iki grubun ifadelerinden oluşturulan kod ve temalar Tablo 5’te verilmektedir.

Tablo 5. Katılımcıların duygu durumları

Motifsiz tabak grubu		Motifli tabak grubu	
Tema	Kodlar	Tema	Kodlar
<b>Hedonik duygular</b>	Olumlu/İyi hissettim 3 Keyif aldım 6 Mutlu hissettim 7 Hoşuma gitti 5 Olumsuz 2 Nötr 4	<b>Hedonik duygular</b>	Olumlu/İyi hissettim 4 Keyif aldım 7 Mutlu hissettim 12 Hoşuma gitti 5
<b>Nostaljik duygular</b>	Geçmiş hissetme 8 Özlem 1 Güven 1	<b>Nostaljik duygular</b>	Geçmiş hissetme 16 Hüzün 2 Özlem 1 Huzur 1

Her iki gruptaki katılımcılarında duygu durumlarına yönelik ifadelerinden çıkarılan benzer kodlar bulunmakla birlikte motifsiz tabakla sunum gerçekleştirilen gruptaki katılımcılardan olumsuz geri dönüşlerde bulunanların olduğu görülmektedir. Bununla birlikte motifli tabak grubunda kendini mutlu hisseden katılımcıların diğer gruptaki katılımcılara göre daha fazla olduğu söylenebilir. Ayrıca nostaljik duygular teması altında bulunan geçmiş hissetme durumunun motifli tabak grubundaki katılımcılarda daha fazla olduğu görülmektedir.

Katılımcıların yemek deneyimleri ve yemek beğenilerine yönelik ifadelerine bakıldığında motifsiz gruptaki katılımcıların deneyimlerini alışlagelmiş, ortalama ve zayıf olarak değerlendirdikleri sırasıyla **MS5** ve **MS10’un** **MS5:** “Biraz zayıf diyebilirim. Bu kadar.”, **MS10:** “Ortalama bir yemektir.” ifadelerinde görülmektedir. Katılımcıların yemeğin tadımdan sonraki kıvam özellikleri ile birlikte tadı, yapımının zor olması ve yöreselliği gibi özelliklerinin yemek deneyimini olumlu olarak değerlendirmelerinde etkili olduğu söylenebilir.

**MS9:** “Yemekten zevk aldım. Çünkü bu her zaman yapılabilecek bir yemek değil, zor bir yemek ve yöresel bir tat onun için ben çok hoşuma gitti.”

Motifsiz tabak grubundaki katılımcıların yemek beğenileri ele alındığında katılımcıların genelinin yemeği beğendikleri yemeği beğenmelerine etki eden unsurlar arasında kıvam, tat, kullanılan malzemeler ve sosun etkili olduğu görülmektedir. Katılımcıların genel olarak kıvam ve sos unsurlarına görsel anlamda değil tat özelinde değindikleri görülmektedir. Katılımcıların beğenilerinde yemeğin kokusunun da etkisi olduğu söylenebilir. Yemeği beğenmeyen katılımcıların yemeğin lezzeti ile görsel açıdan özellikleri arasında fark

olduğunu belirttikleri görülmektedir. Katılımcıların estetik ve sunum açısından yemeği yetersiz buldukları beğenmemelerinde bu durumun etken olduğunu belirttikleri görülmektedir.

**MS18:** “Yemeği gördüğümde biraz ön yargılı davrandım. Çünkü görüntüş açısından pek fazla iştahım açılmadı ama yemeği tattığımda güzel. Tadı tat olarak çok güzeldi. Yani sevdim diyebiliriz”

Motifli yemek tabağıyla sunumun gerçekleştirildiği grubun yemek deneyimleri ve yemek beğenileriyle ilgili ifadelerine bakıldığında katılımcıların genelinin de olumlu bir deneyim gerçekleştirdikleri ve yemeği beğendikleri görülmektedir. Deneyimlerini olumlu olarak değerlendiren katılımcılar deneyimlerini tanımlarken farklı bir deneyim olarak tanımlarken, kendilerini özel hissettiklerini ve tekrar deneyimleme istekleri olduğunu ifade etmişlerdir. Motifli tabak grubundaki katılımcılar arasında deneyimini olumsuz bir deneyim olarak değerlendiren katılımcı bulunmamaktadır.

**M9:** “Deneyim olarak olumlu hoş yani. Biraz hani estetikte arıyor insan sunumda değişik bir tabak açıkçası şeyde geldi aklıma yani Truva geldi aklıma çünkü Truva kentine de böyle bir merakım var, Çanakkale bölgesine de o da geldi, yani tarihsel şeyler aklıma geliyor. Çünkü normal bir şeyden uzaklaştırıyor belki de belki o yüzden sıcak geldi. Yani kapitalizmin böyle bir yani kapitalizmin böyle bir tabakta vahşiliği var, onu hissetmedim böyle sınıfsal bir pozisyonu olarak değil de üst sınıf olarak normal bir canlı gibi hissettim kendimi.”

**M11:** “Yemek gerçekten hani tadı damağımda kaldı diyebileceğim bir yemek. Her zaman arayabileceğim böyle akşamüstü serinde yenilebilecek arayabileceğim daha sonra da tekrar oraya gidip bu yemeği yiyebileceğim diyeceğim bir lezzet oldu benim için.”

Yemeğin beğenisi göz önünde bulundurulduğunda motifli tabak grubundaki katılımcıların tamamının yemeği beğendiği fakat bir katılımcının sos faktörünün hoşuna gitmediği iki katılımcının ise kıvam konusunda eleştirileri bulunduğu görülmektedir.

**M9:** “Şimdi keşkek konusunda açık konuşursak, biraz daha şey geldi bana, keşke daha böyle parçacıklı tercih ediyorum keşkeği, sunumu beğendim, sunum çok güzeldi. Çıtayı çok yükseğe çıkardı. Yani sunum ve araçları dedim ya keşkeğin en üstündeki sosu ve tabağın şekli sunumu çıtayı çok yukarı çekti.”

**M21:** “Bu yemeği aslında iki şekilde değerlendirmek istiyorum olumlu yönde. Bir şöyle üzerindeki tabak servisiyle sunumuyla birlikte beni olumlu etkiledi. Fakat üzerindeki tereyağı hani tat olarahtan bahsediyorum onun haricinde tat olarak o üzerindeki tereyağı benim hoşuma açıkçası çok fazla gitmedi ama sunum olarak tabii ki otantik bir yemek olduğunu söyleyebilirim.”

Katılımcıların sunuma yönelik değerlendirmeleri ve yemeğin servis edildiği tabak ile yemek arasındaki uyuma yönelik ifadeleri ele alındığında motifsiz tabak grubundaki katılımcıların genel itibarıyla sunumu yetersiz buldukları sunumu yetersiz bulmalarında başlıca etkenin sadelik olduğu ve katılımcıların tabağa yönelik olumsuz ifadeleri olduğu görülmektedir. Katılımcılar tabağa yönelik olumsuz ifadelerinde tabağın renk özellikleri ile hammaddesinin uygun olmadığını belirtmişlerdir.

**MS5:** “Çok zayıf, çok vasat bir sunumu vardı. Öncelikle tabağı zaten çok kötüydü.”

**MS6:** “Tabak sade olmuş bana sorarsanız. Yemeğe bakarsak da tabağa çok yakın bir renk seçilmiş. Görsel olarak patlatan herhangi bir renk, herhangi bir kontrast ya o renk uyumunu şey yapamıyorum göremiyorum. Bu şekilde değerlendirebilirim.”

**MS17:** “Sunum açısından değerlendirmek olursa hani ilk başta gördüğümde daha çok böyle bir bakır tepsi üzerinde ya da bir bakır kâse üzerinde ahşap kaşıkla görmek isteyebilirdim. Ya bu biraz daha çok modern ve sade kalıyor. Biraz daha eski görmek isterdim diyebilirim. Beğenme konusunda çok negatif değilim ama çok pozitif olduğumda söylenemez.”

Sunum üzerine olumsuz değerlendirmelerde bulunan motifsiz gruptaki katılımcıların yemek ve tabak uyumuna yönelik değerlendirmelerinin de genel itibarıyla olumsuz olduğu görülmektedir. Katılımcıların yemek tabak uyumuna yönelik ifadelerine bakıldığında yemek ve tabağı anlam olarak bağdaştırmadıkları, tabak ve yemeğin renk özelliklerini uyumsuz buldukları ve tabağın şekilsel özelliklerini sevmedikleri ifade edilebilir.

**MS5:** “Uyumsuz. Görsel olarak birbirine çok yakın renkler. Tabak çok düz ve hani dediğim gibi keşkeğe uygun bir tabak değil. Çok çukurluydu bence daha düz, çok çukur olmadan biraz daha böyle nasıl desem? Bir santim kadar çukurlu ve farklı renkler barındıran bir tabaka olmalıydı. Keşkekle aynı renk olması, keşkeği kamufle eder gibi bir görüntü yaratıyor.”

**MS13:** “Pek bir uyum yok. Yemek geçmişten gelen bir yemek. Yani geçmiş bir tarihi olan bir yemek. Tabak ise günümüzde kullanılan tabaklardan”.

Motifli tabak grubundaki katılımcıların sunum üzerine değerlendirmeleri ile yemek tabak uyumu üzerine ifadelerine bakıldığında katılımcıların genel itibarıyla sunumu beğendikleri ve yemekle tabağı uyumlu buldukları görülmektedir. Katılımcıların sunuma yönelik değerlendirmelerinden hareketle yemekle tabağı uyumlu, sunumu otantik, sunumu yemekle ilişkili, tasarımı yemekle ilgili, tasarımı da Gökçeada kültürünü yansıtır nitelikte buldukları bununla birlikte tabak ile tabak üzerindeki motiflerin beğeni ve çağrışımlara olumlu etkisi olduğunu ifade ettikleri söylenebilir. Yemek ve tabak uyumuna yönelik katılımcıların değerlendirmelerine bakıldığında ifadeleri üzerinden uyum aşağıdaki gibidir;

- Tabağın ebadı, porsiyon, tabağın şekli uyumlu,
- Şekilsel açıdan keşkek için ideal,
- Tabak yemeği yerken farkındalık yaratmakta,
- Tabak yemekten alınan zevki arttırmakta,
- Tabağın yemeğin görüntüsüne olumlu etkisi bulunmakta,
- Yeme kolaylığı sağlaması,
- Yeme özgüveni sağlaması,
- Tabak ve yemeğin renk özellikleri uyumlu,
- Motifler uyumu destekler nitelikte.

Her iki katılımcı grubuna da görsel açıdan sunumun iştah açıcılığı, görsel olarak sunumun lezzeti ve sunumun görsel çekiciliği sorulmuştur. Motifsiz tabak grubundaki katılımcıların genel itibarıyla sunumu iştah açıcı bulmadığı sunum ve tabağın özellikleri, sadelik gibi unsurların iştah açıcılığı olumsuz etkilediği görülmektedir. Görsel açıdan sunumu değerlendiren katılımcıların görüntü ve lezzet uyumsuzluğundan kaynaklı olarak görsel açıdan sunumu lezzetli bulmadıkları, sos ve sosun renginin görsel açıdan lezzeti destekleyici unsurlar olduğu belirtilmektedir. Bununla birlikte katılımcıların sunumun görsel çekiciliğini değerlendirmeleri istendiğinde tabak, tabağın şekli, sunumun sadeliği ve renk özelliklerinin görsel çekicilik açısından olumsuz değerlendirildiği görülmektedir. İlgili bulgular Tablo 6’da verilmektedir.

**Tablo 6. Motifsiz tabak**

Görsel açıdan iştah açıcılık	Görsel olarak sunumun lezzeti	Sunumun görsel çekiciliği
Sunum ve tabak özellikleri olumsuz	Sos ve sosun rengi olumlu	Tabak, tabağın şekli, sunumun
Sadelik olumsuz	Görüntü tat arası lezzet farklılığı	sadeliliği ile renk özellikleri olumsuz
Sos olumlu	olması olumsuz	

Motifli tabak grubundaki katılımcıların görsel açıdan iştah açıcılık, görsel olarak sunumun lezzeti ve sunumun görsel çekiciliğini değerlendirdikleri ifadeleri incelenmiştir. Sunumu görsel açıdan iştah açıcı bulan katılımcılar bu durum üzerinde yemek tabak uyumunun, tabağın, sunumun, renk uyumunun, sosun ve düzenlilik gibi unsurların etkisi olduğunu belirtmişlerdir. Görsel olarak sunumu lezzetli olarak değerlendiren katılımcılar tabak, tabağın tasarımı, yemeğin üzerine dökülen sos ile renk uyumunun görsel lezzeti olumlu etkilediğini ifade etmişlerdir. Katılımcılar sunumu görsel açıdan da çekici bulduklarını ifade etmekle birlikte tabak ve tabağın barındırdığı motiflerin görsel çekicilik unsuru olduğunu dile getirmişlerdir.

**Tablo 7. Motifli tabak**

Görsel açıdan iştah açıcılık	Görsel olarak sunumun lezzeti	Sunumun görsel çekiciliği
Yemek tabak uyumu, tabak, sunum, renk uyumu, sos ve düzensizlik gibi özellikler iştah açıcılığı olumlu etkilemiştir.	Tabak, tabağın tasarımı ve yemeğin üzerine dökülen sosun etkisi ile renklerin uyumu, görsel olarak sunumun lezzetine olumlu yönde etki etmiştir.	Tabak ve motifler görsel açıdan çekiciliği arttırmıştır.

## Nicel bulgular

Çalışmanın bu kısmında araştırma dâhilinde oluşturulan iki hipotezin desteklenirliği ve frekans analizi sonucu elde edilen veriler bulunmaktadır.

Araştırma kapsamında sunumun otantikliğine ve sunumu gerçekleştirilen yemeğin tadının otantikliğine yönelik gerçekleştirilen hipotezler “**H1**: Motifli tabakta gerçekleştirilen sunum motifsiz tabağa oranla daha otantik algılanacaktır.” ve “**H2**: Motifli tabakta sunulan yemeğin tadı motifsiz tabağa oranla daha otantik algılanacaktır.” şeklindedir. Gerçekleştirilen ilgili frekans analizleri incelendiğinde motifli tabakta gerçekleştirilen sunumun motifsiz tabakta gerçekleştirilen sunuma oranla daha otantik algılandığı bulgusuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte motifli tabakta sunulan yemeğin tadının motifsiz tabakta sunulan yemeğe oranla daha otantik algılandığı bulgusuna ulaşılmıştır. Bu doğrultuda **H1** ve **H2** hipotezleri kabul edilmiştir.

Katılımcıların sunumu gerçekleştirilen yemeğin otantikliğine yönelik algılarını ve otantiklik arayışlarını tespit etmek için yöneltilen sorular üzerinden frekans analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçları Tablo 8 ve Tablo 9’da verilmektedir.

**Tablo 8. Motifsiz tabak grubu verileri**

İfadeler	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
	1	2	3	4	5
<b>Bu tabakta gerçekleştirilen yemeğin sunumunu otantik olarak algıladım</b>	25 kişi %83,3	5 kişi %16,7	-	-	-
<b>Bu tabakta sunulan yemeğin tadını otantik olarak algıladım</b>	5 kişi 16,7	5 kişi 16,7	5 kişi 16,7	12 kişi %40	3 kişi 10
<b>Yemeğin sunulduğu tabağın yapısı bana ilham kaynağı oldu</b>	26 kişi 86,7	4 kişi 13,3	-	-	-
<b>Yemek sunumunun bölge ile olan etkileşimini sevdim.</b>	26 kişi % 86,7	2 kişi % 6,7	1 kişi % 3,3	1 kişi % 3,3	-
<b>Bu tabakta sunulan yemeği yemek benim için otantik bir deneyimdi.</b>	20 kişi % 67,7	5 kişi % 16,7	3 kişi % 10	2 kişi % 6,6	-
<b>Bir turist olarak yerel yemek kültürü hakkında bilgi edinmek için otantik yemek deneyimleri ararım.</b>	-	-	-	6 kişi % 20	24 kişi % 80
<b>Bir turist olarak otantik seyahat, bölgede yapılan yemekleri yemekle eş değerdir</b>	9 kişi % 30	6 kişi % 20	9 kişi % 30	3 kişi % 10	3 kişi % 10
<b>Bir turist olarak otantik olan sunumlara sahip yerel yemekleri tüketmeyi her zaman merak ederim.</b>	-	-	-	6 kişi % 20	24 kişi % 80

**Tablo 9. Motifli tabak grubu verileri**

İfadeler	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
	1	2	3	4	5
<b>Bu tabakta gerçekleştirilen yemeğin sunumunu otantik olarak algıladım</b>	-	-	1 kişi % 3,3	7 kişi % 23,3	22 kişi % 73,3
<b>Bu tabakta sunulan yemeğin tadını otantik olarak algıladım</b>	-	-	-	7 kişi % 23,3	23 kişi % 76,7
<b>Yemeğin sunulduğu tabağın yapısı bana ilham kaynağı oldu</b>	-	-	5 kişi % 16,7	5 kişi % 16,7	20 kişi % 66,7

<b>Yemek sunumunun bölge ile olan etkileşimini sevdim.</b>	-	-	-	6 kişi % 20	24 kişi % 80
<b>Bu tabakta sunulan yemeği yemek benim için otantik bir deneyimdi.</b>	-	-	-	13 kişi % 43,3	17 kişi % 56,7
<b>Bir turist olarak yerel yemek kültürü hakkında bilgi edinmek için otantik yemek deneyimleri ararım.</b>	-	-	1 kişi % 3,3	9 kişi % 30	20 kişi % 66,7
<b>Bir turist olarak otantik seyahat, bölgede yapılan yemekleri yemekle eş değerdir</b>	-	2 kişi % 6,7	2 kişi % 6,7	11 kişi % 36,7	15 kişi % 50
<b>Bir turist olarak otantik olan sunumlara sahip yerel yemekleri tüketmeyi her zaman merak ederim.</b>	-	-	-	4 kişi % 13,3	26 kişi % 86,7

Her iki gruptaki katılımcıların yemeğin sunumunu otantik algılamaya yönelik ifadeye katılımları değerlendirildiğinde motifsiz tabak grubundaki katılımcıların tamamının yemeğin sunumunu otantik algıladıklarını ifade ettikleri görülmektedir. Motifli tabak grubundaki katılımcıların büyük çoğunluğunun ise yemeğin sunumunu otantik algıladıkları, katılımcıların %73,3'ünün bu ifadeye kesinlikle katıldığını %23,3'ünde katıldıklarını ifade ettikleri görülmektedir.

Sunumu gerçekleştirilen yemeğin tadını otantik algıladıkları yönündeki ifadeye katılımcıların verdiği cevaplar değerlendirildiğinde motifsiz tabak grubundaki katılımcıların sunumu gerçekleştirilen yemeği otantik algılamaları noktasında farklılıklar olduğu görülmektedir. Ancak katılımcıların %50'sinin yemeğin tadını otantik algıladığı %16,7'sinin kararsız olduğu geri kalan katılımcıların ise bu ifadeye katılmadıkları söylenebilir. Motifli tabak grubundaki katılımcıların değerlendirmeleri ele alındığında tamamının sunumu gerçekleştirilen yemeğin tadını otantik algıladıkları %76,7'sinin bunu kesin bir dille ifade ettiği görülmektedir.

Katılımcıların tabağın yapısının ilham kaynağı oluşu ile ilgili ifadeye verdikleri cevaplar ele alındığında motifsiz tabak grubundaki katılımcılara tabağın yapısını ilham kaynağı olmadığı görülmektedir. Katılımcıların %86,7'sinin bunu kesin bir dile ifade ettikleri görülmektedir. Motifli tabak grubundaki katılımcıların ise büyük çoğunluğunun bu ifadeye katıldığı ve tabağın yapısının kendilerine ilham kaynağı olduğunu ifade ettikleri görülmektedir. Katılımcıların sadece %16,7'sinin bu durumda kararsız kaldıkları ifade edilebilir. Bununla birlikte katılımcıların yemeğin sunulduğu tabağın tasarımı sevdim ifadesine verdikleri cevaplara bakıldığında motifsiz tabak grubundaki katılımcıların sadece %6,7'sinin kararsız kaldığı geriye kalan katılımcıların ise bu ifadeye katılmadıkları yani tabağın tasarımını sevmedikleri görülmektedir. Bununla birlikte motifli tabak grubundaki katılımcıların sadece %16,7'sinin bu ifade karşısında kararsız kaldıkları geri kalanların bu ifadeye katıldıkları ve yemeğin sunulduğu tabağın tasarımı sevdikleri ifade edilebilir.

Yemek sunumunun bölge ile olan etkileşimini sevmelerine yönelik ifadeye motifsiz tabak grubundaki katılımcıların büyük çoğunluğunun katılmadığı görülmektedir. Katılımcıların sadece %3,3'ünün bu ifadeye katıldığı %3,3'ünün ise kararsız kaldığı ifade edilebilir. Motifli tabak grubuna bakıldığında ise katılımcıların tamamının bu ifadeye katıldığı %80'inin kesin şekilde katılımlarını ifade ettikleri görülmektedir. Ayrıca katılımcıların sunumun bölge ile ilgili tarihi bir bakış açısı kazanmama yardımcı oldu ifadesine katılımları motifsiz tabak grubu üzerinden ele alındığında büyük çoğunluğunun bu ifadeye katılmadığı bununla birlikte %13,3'ünün kararsız oldukları ifade edilebilir. Motifli tabak grubundaki katılımcıların ise sadece %6,6'sının bu ifadeye katılmadığı görülmekle birlikte büyük çoğunluğunun sunumun bölge ile ilgili tarihi bir bakış açısı kazanmada etkisi olduğu ifade ettiği söylenebilir. İlave olarak her iki gruptaki katılımcılarda yemek sunumunun bölgeyle bağ kurmalarına etkisi de sorulmuştur. Motifsiz tabak grubundaki katılımcıların %73,3'ünün bu ifadeye kesinlikle katılmadıklarını ifade ederken %13,3'ünde katılmadıkları ifade etmiş geriye kalan katılımcılar ise bu ifadeye ne katılmış ne de katılmamışlardır. Motifli tabak grubundaki katılımcıların ise bu ifadeye %66,7'sinin kesinlik ifade ederek katılmasının yanı sıra %30'uda katıldıklarını belirtmiş %3,3'ü ise kararsız olduğunu belirtmiştir.

Sunumu gerçekleştirilen yemeğin katılımcılar açısından otantik bir deneyim olup olmadığı değerlendirildiğinde motifsiz tabak grubundaki katılımcıların sadece %6,6'sının deneyimlerini otantik bir

deneyim olarak algıladıkları, %10'unun kararsız kaldığı ve geriye kalan katılımcıların ise deneyimlerini otantik olarak değerlendirmedikleri görülmektedir. Motifli tabak grubundaki katılımcıların ise tamamı deneyimlerini otantik bir deneyim olarak tanımlamışlardır.

Her iki gruptaki katılımcılarında yerel yemek kültürü hakkında bilgi edinme noktasında otantik yemek deneyimleri aradıkları Tablo 8 ve Tablo 9'da görülmektedir. Sadece motifli tabak grubundaki katılımcıların %3,3'ünün kararsızlık ifade ettiği görülmektedir.

Her iki gruptaki katılımcılarında otantik seyahati bölgedeki yemekleri yemekle eş değer olarak değerlendirip değerlendirmedikleri Tablo 8 ve Tablo 9'da bulunan ifadeye katılım durumlarına göre değerlendirilmiştir. Motifsiz tabak grubundaki katılımcıların %50'si otantik seyahati bölgedeki yemekleri yemekle eş değer olarak değerlendirmiştir. %30'u kesinlikle bu ifadeye katıldığını, %20'si katıldığını ifade etmiştir. Katılımcılardan %30'u bu konuda kararsız kalırken %20'si ise otantik seyahati bölgedeki yemekleri yemekle eş değer görmemiştir. %10'u kesinlik bildirirken %10'u katılmadıklarını ifade etmişlerdir. Motifli tabak grubunda ise otantik seyahati bölgede yapılan yemekleri yemekle eş değer olarak değerlendiren katılımcıların %50'sinin bu ifadeye kesinlikle katıldığı %36,7'sinin katıldıkları görülmektedir.

Her iki gruptaki katılımcılarında otantik sunumlara sahip yerel yemekleri tüketmeyi merak ettikleri görülmektedir. Motifsiz tabak grubundaki katılımcıların %80'i kesinlikle bu ifadeye katıldıklarını ifade ederken %2'side katıldıklarını belirtmişlerdir. Motifli tabak grubundaki katılımcıların tümünün otantik sunumlara sahip yerel yemekleri tüketmeyi merak ettiğini ifade ettiği görülmektedir. Bu katılımcıların %86,7'si bu ifadeye kesinlikle katıldıklarını ifade ederken %13,3'ü katıldıklarını ifade etmişlerdir.

## **Sonuç**

Günümüzde bireylerin lezzet algılarının birçok faktör etrafında şekillendiği bilinmektedir. Temelde bireylerin yemekten ve yemeğin servis edildiği tabağın özelliklerinden etkilendikleri görülmektedir. Öncelikle tabakla yiyeceğin rengi olmak üzere tabağın şekli, boyutu ile üretildiği madde, yemeğin ise şekli, tabaktaki yeri, dokusu, porsiyonlanması, denge-düzeni ve sadelik-basitliği unsurlarından tüketicilerin lezzet algılarının etkilendiği bilinmektedir (Haykır, 2021: 1359).

Çalışmanın görüşme formu üzerinden gerçekleştirilen nitel kısmında elde edilen veriler doğrultusunda motifsiz ve motifli tabak grubundaki katılımcıların yemeği otantik yapan unsurları aynı şekilde tanımladığı görülmüştür. Bir yemeği otantik yapan unsurların elde edilen verilerden hareketle yöresellik, sunum, geleneksellik, pişirme tekniği ve ambiyans olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Motifsiz ve motifli tabaklar üzerinden gerçekleştirilen sunumlar üzerinden el edilen verilerden hareketle iki grup arasında önemli farklılıklar olduğu görülmektedir. Sunumun otantikliği ele alındığında motifsiz tabak üzerinden gerçekleştirilen sunumu katılımcıların otantik olarak tanımlamadıkları aksine motifli tabak ile gerçekleştirilen sunumun katılımcılar tarafından otantik olarak tanımlandığı tespit edilmiştir.

İki katılımcı grubu arasında duygu durum ve yemek deneyimleri açısından da farklılıklar olduğu saptanmıştır. Motifli tabak grubundaki katılımcılar ele alındığında duygu durum ve yemek deneyimleri yönünden olumsuz bir geri dönüş bulunmazken motifsiz tabak grubunda olum geri dönüşlerin yanı sıra olumsuz geri dönüşlerde bulunmaktadır. Motifsiz tabak grubundaki katılımcılardan deneyimlerinin olumsuz olduğunu ifade edenlerin görsel açıdan bir tatminsizlik yaşadıkları görülmüştür. Yemeğin beğenisi noktasından bakıldığında motifsiz tabak grubundaki katılımcıların yemeğin görselliği ile yemeğin lezzeti arasında bir zıtlığın olduğu yönündeki ifadelerinden hareketle motifsiz tabağın yemeğin beğenisinde olumsuz bir etkisi olduğu saptanmıştır. Motifli tabak üzerinden gerçekleştirilen sunumda yemeğin beğenisinin daha çok olduğu görülmüştür. Sunumun beğenisi noktasında motifsiz tabak grubundaki katılımcıların genel olarak sunumu beğenmedikleri sunumu sade olarak tanımladıkları tabağın renk özellikleri ve hammaddesi noktasında değişikliklerin yapılması üzerinde durdukları görülmüştür. Motifli tabak grubunun sunuma yönelik değerlendirmelerine bakıldığında motiflerin yemeğin lezzetli olduğuna yönelik çağrışımları olduğu tespit edilmiştir. Tabağın yöreyi yansıtan motifler barındırmasının da sunuma olumlu etkileri olduğu görülmüştür. Her iki tabağında seramikten olduğu göz önünde bulundurulduğunda katılımcıların bu noktada motifli tabağın seramik olmasını diğer gruba göre daha hoş karşıladıkları görülmektedir. Bu durum üzerinde motiflerin etkisinin olduğuna ulaşılmıştır.

Yemek ve tabak uyumu ele alındığında her iki grup arasında önemli farklılıklar olduğu görülmüştür. Motifsiz tabak grubundaki katılımcıların renk ve şekilsel özellikler açısından olumsuz görüşlerinin yanı sıra anlamsal olarak yemek ve tabağın bağdaşmadığını belirttikleri de görülmüştür. Bu kısımda yemeğin gelenekselliğinin tabak ile uyumsuz görülmesinin etkili olduğuna ulaşılmıştır. Motifli tabak grubundaki katılımcılar ise diğer

grubun aksine şekil, renk, ebat ve porsiyon açısından tabak ve yemeğin uyumlu olduğunu belirtmişlerdir. Tabağın keşkek servisi için ideal olduğu tabak ve yemeğin renginin uyumlu olduğu motiflerin bu etkiyi arttırıp yemek hakkında bilgi verdiği anlaşılmıştır. Bununla birlikte tabağın yöresel olarak tanımlamasının görsel açıdan olumlu etkisi olduğu görülmüştür. Motifli tabağın yeme kolaylığı ile birlikte yeme özgüveni sağladığı ve farkındalık içerisinde tüketime etkisi olduğu ifadeleri de kullanılmıştır.

Görsel olarak sunumun iştah açıcılığı ele alındığında motifsiz tabağın görüntüsünün iştahı olumsuz etkilediği görüntü ve tat arasında farklılık meydana getirdiğine, motifli tabağın görsel açıdan iştah açıcılığı desteklediği denge-düzen yönünden uygun olduğu tespit edilmiştir. Görsel açıdan iştah açıcılığı arttıran unsurlar tabak ve prezantasyon olarak ifade edilebilir. Motiflerin başlı başına iştah arttırıcı bir unsur olduğu, sunumun düzenli ve özenilmiş olmasının iştah açıcılığı desteklediği saptanmıştır. Bununla birlikte motifsiz tabak grubundaki katılımcıların sunumu beğenmeseler de tereyağı sosu ve renginin lezzet unsuru olarak ifade edilebileceğini belirttikleri görülmüştür. Motifli tabak grubundaki katılımcılar tarafından bütün halinde sunumun lezzetli görünmesi yanı sıra kaliteli bir sunum olmasının ve tabağın tasarımına özenilmesinin görsel açıdan lezzet unsuru olduğu belirtilmiştir. Bununla birlikte motifsiz tabağın görsel olarak çekici olmadığı tabağın şekilsel özelliklerinin bu durum üzerinde etkisi olduğu saptanmıştır. Motifli tabakla gerçekleştirilen sunumun ise görsel açıdan çekici olduğu, tabak ve motiflerin bu çekiciliği sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca görsel çekiciliğin üst düzeyde olduğu sunum tabağının sosyal medya üzerinden paylaşılmaya uygun bir sunum meydana getirdiği de ifadeler arasında bulunmaktadır.

Araştırmanın nicel kısmı ele alındığında otantikliğe yönelik çıktılar elde edilmiştir. Motifsiz tabakla gerçekleştirilen sunum otantik algılanmazken motifli tabakla gerçekleştirilen sunum katılımcıların %96,6'sı tarafından otantik görülmüştür. Yemeğin tadının otantikliği ele alındığında ise motifsiz tabakla sunum gerçekleştirilen katılımcıların %50'si yemeğin tadını otantik algılamakla birlikte motifli tabakla sunum gerçekleştirilen katılımcıların tamamı yemeğin tadını otantik olarak algılamıştır. Motifli tabaklarla gerçekleştirilen sunumların otantik algılandığı bununla birlikte motifli tabaklarda sunumu gerçekleştirilen yemeğin motifsiz tabaktakine oranla tadının daha otantik algılandığı sonucuna ulaşılmıştır. Yerel motifli tabakların yapısının katılımcıların büyük çoğunluğuna ilham kaynağı olduğu görülürken motifsiz tabağın hiçbir katılımcıya ilham kaynağı olmadığı görülmüştür. Bununla birlikte katılımcıların büyük çoğunluğunun motifli tabağın tasarımını sevdiği tespit edilmiştir.

Yerel motifli tabakla gerçekleştirilen sunumun bölge ile olan etkileşimini katılımcıların hepsinin sevdiği motifsiz tabakla gerçekleştirilen sunumun bölgeyle etkileşimini ise katılımcıların neredeyse tamamının (%93,4) sevmediği belirlenmiştir. Motifsiz tabakta sunum gerçekleştirilen katılımcıların hemen hemen hepsinin (%86,7) gerçekleştirilen sunum ile birlikte bölge ile ilgili tarihi bir bakış açısı kazanmadığı görülürken yerel motifli tabakla sunum gerçekleştirilen katılımcıların çoğunluğunun (%80) bölge tarihi ile ilgili bakış açısı kazandığı saptanmıştır. Bunun yanı sıra yerel motifli tabakla gerçekleştirilen sunum bölgeyle bağ kurulmasını sağlarken motifsiz tabağın bu konuda herhangi bir etkisi olmadığı tespit edilmiştir.

Motifli tabakla gerçekleştirilen sunumun katılımcıların hepsi tarafından otantik bir deneyim olarak algılandığı sonucuna ulaşılırken motifsiz tabakla gerçekleştirilen sunumda katılımcıların sadece %6,6'sının deneyimlerini otantik olarak tanımladıkları görülmüştür. Bununla birlikte her iki katılımcı grubunun da turistik ziyaretlerinde yerel yemek kültürü hakkında bilgi edinmek için otantik yemek deneyimleri aradığı sonucuna ulaşılmıştır. Motifsiz tabak grubundaki katılımcıların yarısının otantik seyahati, bölgedeki yemekleri yemekle eş değer olarak görürken motifli tabak grubundaki katılımcılarında büyük çoğunluğunun (%86,7) otantik seyahati bölgedeki yemekleri yemekle eş değer olarak gördüğü sonucuna ulaşılmıştır. İki katılımcı grubunun bütününe de otantik olan sunumlara sahip yerel yemekleri her zaman tüketmeyi merak ettikleri tespit edilmiştir.

Nitel ve nicel veriler birlikte ele alındığında birbirini destekler nitelikte sonuçlar elde edilmiştir. Motifli tabaklarda gerçekleştirilen sunumların tüketiciler tarafından daha hoş karşılandığı ve otantik algılandığı saptanmıştır. Motifli tabakların tüketicilerin lezzet algılarına olumlu yönde etki ettiği tespit edilmiştir. Motifli tabaklarda gerçekleştirilen sunumların yemeğin lezzetini arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır.

## Kaynakça

- Arslan, E. (2022). "Nitel araştırmalarda geçerlilik ve güvenilirlik". *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (51), 395-407.
- Atasoy, F. (2020). Algılanan Otantiklik, Destinasyon İmajı, Algılanan Değer ve Davranışsal Niyetler Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesi: Bir Kültürel Miras Alanı Olarak Beypazarı Örneği. Yayınlanmamış

Yüksek Lisans Tezi. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Nevşehir.

- Baki, A., ve Gökçek, T. (2012). “Karma yöntem araştırmalarına genel bir bakış”. *Electronic Journal of Social Sciences*, 11(42).
- Baltacı, A. (2018). “Nitel araştırmalarda örnekleme yöntemleri ve örnek hacmi sorunsalı üzerine kavramsal bir inceleme”. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 231-274.
- Beaugé, B. (2012). “On the idea of novelty in cuisine”. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 1(1), 5–14.
- Bendix, R. (1997). “In Search Of Authenticity: The Formation Of Folklore Studies”. Winconsin, UK.: *The University Of Wisconsin Press*.
- Bruner, E. M. (1994). “Abraham Lincoln as authentic reproduction: a critique of postmodernism”. *American Anthropologist*, 96(2), 397-415.
- Chandrashekar, J., Hoon, M. A., Ryba, N. J. and Zuker, C. S. (2006). “The receptors and cells for mammalian taste”. *Nature*, 444(7117), 288-294.
- Chhabra, D. (2012). “Authenticity of the objectively authentic”. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 499-502.
- Cobb, R. (2014). *The Paradox of Authenticity in a Globalized World*. New York: Palgrave Macmillan.
- Cohen, E. (1988). “Authenticity and Commoditization in Tourism”. *Annals Of Tourism Research*, 15(3), 371-386.
- Creswell, J. W. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative and mixed methods approaches* (3rd edition). USA: Sage
- Creswell, J. W. (2014). *A concise introduction to mixed methods research*. SAGE publications.
- Creswell, J. W. ve Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research* (3rd ed.). Sage.
- Creswell, J. W., and Sözbilir, M. (2017). *Karma Yöntem Araştırmalarına Giriş*. Pegem Akademi.
- Çokişler, N. (2018). “Kapadokyalı teyzenin savunması: turizm açısından kültürel mirasın otantikliği sorunu”. *Milli Folklor*, 30(120), 119-130.
- Delwiche, J. F. (2003). “Attributes believed to impact flavor: an opinion survey”. *Journal of sensory studies*, 18(4), 347-352.
- Deroy, O., Michel, C., Piqueras-Fiszman, B. and Spence, C. (2014). “The plating manifesto (I): From decoration to creation”. *Flavour*, 3(1), 1-11.
- Dülger, A. S. ve Ünlüönen, K. (2019). “Ziyaretçilerin otantiklik algılarının algılanan değer, memnuniyet ve davranışsal niyet düzeyleri üzerindeki etkisi: hamamönü örneği”. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 693-708.
- Elder, R. S. and Krishna, A. (2010). “The effects of advertising copy on sensory thoughts and perceived taste”. *Journal of consumer research*, 36(5), 748-756.
- Gilbertson, T. A. (1998). “Gustatory mechanisms for the detection of fat”. *Current opinion in neurobiology*, 8(4), 447-452
- Golomb, J. (1995). “In Search of Authenticity: Existentialism from Kierkegaard to Camus”. New York: Routledge.
- Göler, S. (2009). Biçim, renk, malzeme, doku ve ışığın mekân algısına etkisi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Mimar Sinan GS Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Greene, J. C. (2005). “The generative potential of mixed methods inquiry”. *International Journal of Research & Method in Education*, 28(2), 207-211.
- Haykır, M. (2021). “Tabak tasarımı ve tüketici yemek davranışı ilişkisi: kuramsal bir model önerisi (the relationship of plating and consumer food behavior:a theoretical model proposal)”. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 9(2), 1356-1378



- Hegarty, J. A., and O'Mahony, G. B. (2001). "Gastronomy: A Phenomenon of Cultural Expressionism and an Aesthetic for Living". *International Journal of Hospitality Management*, 20(1), 3-13.
- Heitmann, S., Robinson, P., and Povey, G. (2011). "Slow Food, Slow Cities and Slow Tourism". In P. Robinson, S. Heitmann, & P. Dieke (Eds.), *Research themes for tourism* (114– 127). Reading: CABI. Wallingford: CAB International.
- Johnson, R. B., and Onwuegbuzie, A. J. (2004). "Mixed methods research: A research paradigm whose time has come". *Educational Researcher*, 33(7): 14-26.
- Karadeniz, F. (2000). "Lezzet algılama mekanizması". *Gıda*, 25(5).
- Karakuş, S. Ş. (2013). "Tat algılamayı etkileyen faktörler (Factor Affecting Perception of Taste)". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 26, 34.
- Klosse, P. (2013). "The Essence Of Gastronomy: Understanding The Flavor Of Foods And Beverages. New York: CRC Taylor & Francis Group Press. Klosse, P. (2014). *The essence of gastronomy: Understanding the flavor of foods and beverages*. CRC Press.
- Laugerette, F., Passilly-Degrace, P., Patris, B., Niot, I., Febbraio, M., Montmayeur, J. P., and Besnard, P. (2005). "CD36 involvement in orosensory detection of dietary lipids, spontaneous fat preference, and digestive secretions". *The Journal of clinical investigation*, 115(11), 3177-3184.
- Lee, S., Phau, I., Hughes, M., Li, Y. F.; Quintal, V. (2016). "Heritage tourism in Singapore chinatown: a perceived value approach to authenticity and satisfaction". *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(7), 981-998.
- Leech, N. L., and Onwuegbuzie, A. J. (2009). "A typology of mixed methods research designs". *Quality & quantity*, 43, 265-275.
- MacVeigh, J. (2008). "International Cuisine". (First Edition). *Canada: Delmar, Cengage Learning*.
- Michel, C., Velasco, C., Fraemohs, P., and Spence, C. (2015). "Studying the impact of plating on ratings of the food served in a naturalistic dining context". *Appetite*, 90, 45-50.
- Morse, J. M. (1991). "Approaches to qualitative and quantitative methodological triangulation". *Nursing Research*, 40, 120-123
- Mwangi, A. (2010). "The Art and Science of Food Garniture". *Vaasan Ammattikorkeakoulu University Of Applied Sciences*, Pohjanmaa.
- Ning, W. (1999). "Rethinking authenticity in tourism experience". *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349-370.
- Nosrat, Samin. 2017. *Salt, Fat, Acid, Heat: Mastering the Elements of Good Cooking*. Edinburgh, UK: Canongate Books.
- Özen, Y. ve Gül, A. (2007). Sosyal ve eğitim bilimleri araştırmalarında evren-örneklem sorunu. Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi, (15), 394- 422.
- Prescott, J. (2015). "Multisensory processes in flavour perception and their influence on food choice". *Current Opinion in Food Science*, 3, 47-52.
- Reisinger, Y.; Steiner, C. J. (2006). "Reconceptualizing object authenticity", *Annals Of Tourism Research*, 33(1), 65-86.
- Schiffman, S. S. (2000). "Taste quality and neural coding: implications from psychophysics and neurophysiology". *Physiology & behavior*, 69(1-2), 147-159.
- Shimemura, T., Fujita, K., and Kashimori, Y. (2016). "A neural mechanism of taste perception modulated by odor information". *Chemical senses*, 41(7), 579-589.
- Sipahi, S.; Ekincek, S.; Yılmaz, H. (2017). "Gastronominin Sanatsal Kimliğinin Estetik Üzerinden İncelenmesi". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 381-396.
- Spence, C. (2013). "Multisensory flavour perception". *Current Biology*, 23(9), R365-R369.

- Spence, C., Smith, B., and Auvray, M. (2015). “Confusing tastes and flavours”. *Perception and its modalities*, 247, 274.
- Stewart, P. C., and Goss, E. (2013). “Plate shape and colour interact to influence taste and quality judgments”. *Flavour*. 2(27), 1-9.
- Tournier, C., Sulmont-Rossé, C., and Guichard, E. (2007). “Flavour perception: Aroma, taste and texture interactions”. *Food*, 1(2), 246-257.
- Tournier, C., Sulmont-Rossé, C., and Guichard, E. (2007). “Flavour perception: Aroma, taste and texture interactions”. *Food*, 1(2), 246-257.
- Uçuk, C. (2017). *Gastronomide Tabak Tasarım Teknikleri ve Yenilikçi Sunum Anlayışları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, , Gaziantep.
- Uçuk, C., Özkanlı, O. (2017). “Gastronomi turizmi: tabak prezentasyonunun gastronomi turizmindeki yeri”. *Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Dergisi*, 1(1), 51-54.
- Yayla, Ö. (2019). *Kullanılan Malzeme Yođunluđuna Göre Türkiye'de Lezzet Bölgelerinin Oluşturulması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Zampini, M., & Spence, C. (2004). The role of auditory cues in modulating the perceived crispness and staleness of potato chips. *Journal of sensory studies*, 19(5), 347-363.
- Zellner, D. A., Loss, C. R., Zearfoss, J., and Remolina, S. (2014). “It tastes as good as it looks! The effect of food presentation on liking for the flavor of food”. *Appetite*, 77, 31-35.
- Zellner, D. A., Siemers, E., Teran, V., Conroy, R., Lankford, M., Agrafiotis, A., ... & Locher, P. (2011). “Neatness counts. How plating affects liking for the taste of food”. *Appetite*, 57(3), 642-648.