



Araştırma Makalesi (Research Article)

GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ÖĞRENCİLERİNİN YENİLEBİLİR ÇİÇEK OLARAK LAVANTAYA İLİŞKİN BİLGİ, DENEYİM VE GÖRÜŞ DURUMLARI
(KNOWLEDGE, EXPERIENCE, AND VIEWS OF LAVENDER AS AN EDIBLE FLOWER AMONG GASTRONOMY AND CULINARY ARTS STUDENTS) **

Şeyma Nur GÜNEŞ^{1*} (orcid.org/0000-0001-8484-6158)

Duygu TİBET AKGÜL² (orcid.org/0000-0001-7269-2577)

Tolga AKCAN^{3,4} (orcid.org/0000-0002-2488-5769)

¹Akdeniz Üniversitesi, Manavgat Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Antalya, Türkiye

²Yaşar Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Gıda Teknolojisi Programı, İzmir, Türkiye

³Dokuz Eylül Üniversitesi, Efes Meslek Yüksekokulu, Gıda İşleme Bölümü, Gıda Teknolojisi Programı, İzmir, Türkiye

⁴Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, İzmir, Türkiye

Özet

Tarihte kullanımı çok eski zamanlara dayanan lavanta, dünyanın pek çok yerinde kolaylıkla yetiştirilmesinin yanı sıra karakteristik özellikleri sayesinde insanlar için ilgi çekici bir çiçek olmuştur. Bölgelere göre özellikleri çeşitlilik gösteren lavanta, günümüzde de yaygın biçimde kullanılan bir kaynaktır. Lavanta, tıbbi, sanatsal ve kozmetik alanlarda yaygın olarak tercih edilen değerli bir çiçektir. Bununla birlikte sahip olduğu renk, koku ve aromatik özellikler aynı zamanda gastronomik açıdan da değerini ortaya koymaktadır. Gastronomide kullanım alanlarının çeşitliliği ve insanlar tarafından ilgi odağı olması lavantanın aynı zamanda ekonomik ve turistik açıdan değerini de göstermektedir. Bu çalışma, değerli bir yenilebilir çiçek olarak lavantanın Gastronomi ve Mutfak Sanatları öğrencileri tarafından bilinirlik ve tüketim düzeylerini belirlenmeyi amaçlamaktadır. Bulgular, lavantalı gastronomik ürünlere ilişkin tadım (denemiş olma) ve beğeni düzeylerinin genel olarak düşük olmadığını; buna karşın ürünlerin daha geniş ölçekte yaygınlaştırılabileceğini ve geliştirilebileceğini göstermektedir. Ayrıca çalışmada belirtilen ürünlerin yanı sıra lavantanın marinasyon, aromalandırma ve lezzetlendirme işlevleriyle de kullanılabileceği önerileri elde edilmiştir. Sonuç olarak, lavantanın daha fazla araştırılması, çeşitli biçimlerde tanıtılması ve ürün çeşitliliğinin artırılmasıyla, ülkemizde gastronomi alanına ve ekonomiye katkı sağlayabileceği ifade edilebilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Lavanta, Yenilebilir Çiçek, Gastronomi, Tüketici Beğenisi, Ürün Geliştirme

Abstract

Lavender, whose use dates back to antiquity, thrives across diverse regions and, owing to its distinctive sensory attributes, has long attracted human interest. Exhibiting regional variation in its characteristics, lavender remains a widely utilized resource today. Lavender is widely employed in the medical, artistic, and cosmetic domains. Moreover, its colour, fragrance, and aromatic profile underscore its gastronomic value. Moreover, its colour, fragrance, and aromatic profile underscore its gastronomic value. The diversity of its culinary applications, together with its public appeal, further attests to lavender's economic and touristic significance. This study aims to determine the awareness and consumption levels of lavender considered a valuable edible flower among Gastronomy and Culinary Arts students. The findings indicate that "tasting" (ever-tried) and liking levels for lavender-based gastronomic products are generally favorable, while there remains room for broader dissemination and further product development. In addition to the products listed, participants suggested that lavender can also be used for marination, aromatization, and flavor enhancement. Overall, with further research, promotion, and greater product diversification, lavender may contribute to the development of gastronomy and the national economy in Turkey.

Keywords: Lavender, Edible Flower, Gastronomy, Consumer Preference, Product Development

**Bu makale, 2020 yılı Eylül ayında, Dokuz Eylül Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi tarafından desteklenen 2020.KB.SOS.008 numaralı proje kapsamında gerçekleştirilmiştir.

* Sorumlu yazar: sgunes@akdeniz.edu.tr

DOI: 10.33083/joghat.2025.543

Giriş

Yüzlerce yıldır çeşitli şekillerde mutfak sanatlarında kullanılan yenilebilir çiçeklere ilişkin yapılan ilk çalışmalar; Roma, Çin, Orta Doğu ve Hint kültürlerinde çiçeklerin yemeklerde kullanıldığını göstermektedir. Günümüzde ise yemek kitapları, mutfak dergileri ve televizyon programlarının varlığı ile popülerliğini yeniden kazanmış olan yenilebilir çiçekler bir niş pazar olarak dünyada artan bir talebe sahiptir (Fernandes vd., 2017).

Yenilebilir çiçeklere olan ilginin sürekli artmasının nedenleri arasında; küreselleşme, tüketici bilincinin artması, eski beslenme alışkanlıklarına olan yönelim gibi faktörler gösterilebilmektedir (Rop vd., 2012). Yenilebilir çiçekler günümüzde taze halde garnitür olarak kullanılabilirken, aynı zamanda birçok şef tarafından bir yemeğin parçası olarak kullanılabilir (Husti vd., 2013). Aynı zamanda soslarda renklendirici olarak da kullanılabilen çiçekler özellikle içeceklerin lezzetini artırmak ve doğal renklendirmeyi sağlayabilmek için tercih edilmektedir (Mlcek ve Rop, 2011). Sahip olduğu tat, görünüm ve aroma sayesinde tüketici talebine yönelik ürünler için değer arz eden çiçekler aynı zamanda antioksidan ve antimikrobiyal özellikleri sayesinde fonksiyonel bir gıda olarak da talep edilmektedir (Fernandes vd., 2017).

Gastronomide çiçek kullanımı pek çok farklı şekilde olabilmektedir. Yenilebilir çiçekler kullanılırken tedarik, hazırlık, pişirme vb. gibi aşamalarda bilinçli olmak ve ürünün özelliklerine uygun yöntemleri uygulamak önem taşımaktadır. Likör, zeytinyağı, sirke çeşitlerinde ve soslarda, yenilebilir çiçekler gurmeler tarafından ele alınmaktadır. Ayrıca lavantalı cheesecake, menekşeli avokado salatası, leylaklı tereyağı, ıstakoz ile doldurulmuş kabak çiçekleri, ıhlamur çiçekli pancake, et çeşitlerinin yanında biberiye ve kekik gibi otların çiçekleriyle hazırlanmış jöleler, gündemde olan lezzetlerden sadece birkaç tanesidir (Şahin, 2009; Upadhyay, 2011).

Bu çalışmada gastronominin trendleri arasında yer alan yenilebilir çiçeklerden önemli bir tanesi olan lavanta araştırılmıştır. Pek çok farklı alanda kullanılabilme potansiyeli olan lavanta, sahip olduğu renk, koku, tat ve besin değeri gibi özellikleriyle gıda ürünleri için talep edilen bir çiçektir. Ayrıca ülkemizin çeşitli bölgelerinde lavanta yetiştiriciliği turistik bir değer olarak öne çıkmaktadır. Bu kapsamda gastronomik bir ürün olarak lavantanın bilinme ve tüketilme düzeyinin ortaya konulması, bunun yanı sıra lavanta ürünlerinin yaygınlaştırılması ve çeşitlendirilmesine yönelik önerilerin geliştirilmesi amaçlanmıştır.

Kavramsal Çerçeve

Lavanta Hakkında Genel Bilgi

Lavanta kelimesi yıkanmak anlamına gelen Latince “lavare” kelimesinden türemiştir. Bu terimin anlamı eski zamanlarda lavantanın banyo suyuna hoş koku vermesi amacıyla kullanılmasına dayanmaktadır (Upson, 2002). Lavanta (*Lavandula spp.*), nane, kekik, biberiye ve diğer birçok ot ve çalıyla aynı bitki ailesine sahip olan *Lamiaceae*, (eski adı ile *Labiatae*) ailesine aittir. Tür sayısı bakımından farklı görüşler bulunmasına rağmen, Lavanta cinsi için yaygın görüş yaklaşık 28 tür olduğu yönündedir ve bu cins binlerce genotipe sahiptir (Mason, 2014). Çoğu tür Akdeniz bölgesi, Atlantik adaları, Hindistan ve Anadolu’ya dayansa da günümüzde dünyanın her yerinde lavanta yetiştirilebilmektedir (Barrett, 1996). Genellikle çok çeşitli iklim koşullarına karşı dayanıklı bir yapıda olan lavantalar, nemli tropikal koşullara pek uygun değildir (Mason, 2014). Bununla birlikte lavantaları; genellikle çok yıllık olarak kabul edilen dayanıklı lavantalar ve yılda bir kez çiçek açan, dünyanın en iyi yağlarının elde edildiği, çok yoğun kokuya sahip olan hassas lavantalar olarak iki grupta sınıflandırmak mümkündür (Barrett, 1996). Güçlü kazık köklere sahip olması uzun yıllar çiçek vermesini sağlamaktadır. Toprak yapısı ve mevcut iklim şartlarına bağlı olarak kökleri 80-100 santimetre derinlere kadar inebilmektedir. Çiçekler ise dışı tüylü, içi düz 5 milimetre uzunluktaki dört adet çanak yaprak tarafından korunmaktadır (Atalay, 2008; Güler ve Korkmaz, 2015). Lavanta tür, iklim ve toprak koşullarına bağlı olarak değişebilmekle birlikte genellikle temmuz ayında tam çiçeklenme aşamasında hasat edilmektedir. Hasat günümüz teknolojisinde benzinli çit biçme makineleri ile yapılmaktadır (Aslanca ve Sarıbaş, 2011). Hasat havanın ve lavanta çiçeğinin serin olması sebebi ile sabahın erken saatlerinde, çiğ buharlaştıktan sonra yapılmaktadır. Çiçek atmosferik ısınmadan önce daha yüksek şeker oranına sahip olduğundan, tazeliğini de koruyabilmek için hasat sonrası serin ortamda muhafaza edilmektedir (Husti vd., 2013).

Lavantanın Kullanım Alanları

Lavanta; hoş kokusu, güzel görüntüsü ve içeriği sayesinde hem geçmişte hem de günümüzde farklı formlarda cazip bir bitki olarak çeşitli amaçlar için kullanılmıştır. Lavantanın tıbbi ve sanatsal amaçlar içerisinde yer alması, süs bitkisi olarak yetiştirilmesi, gastronomide kullanılması bu amaçlara örnek olarak gösterilebilmektedir.

Lavantanın en önemli kullanım alanlarından birisi olan lavanta yağı, bitkinin yüzeyinde salgılanan yağların damıtılmasından elde edilmekte ve esansiyel yağ olarak adlandırılmaktadır (Denny, 2002). 100'den fazla bileşen içeren lavanta yağı, bitkinin karakteristik kokusuna sahip kısımlarından elde edilen uçucu bir yağdır (Mason, 2014). Viktorya döneminde yaygın olarak parfüm şeklinde kullanılmış ve çok sayıda kozmetik ürününde yer almış olan lavanta yağı günümüzde esas olarak diğer uçucu yağlar ve aromatik kimyasallarla birlikte kullanılmaktadır. Esas olarak linalool ve linalil asetattan oluşan gerçek lavanta yağı, sıcaklık, su miktarı, rakım, gübre, mevsim, coğrafya vb. gibi nedenlerle çok değişken bir bileşime sahiptir (Lis-Balchin, 2002). Lavanta esansiyel yağı çeşitli sağlık etkilerine sahiptir. Bunlar; rahatlatıcı, yatıştırıcı, antistres, antikonvülsif ve spazmolitik özellikler, alerjik ve antialerjik aktiviteler ve antikanser özellikleridir. Sahip olduğu etkiler sebebiyle çeşitli hastalıkların tedavisinde, kozmetikte ve parfümeride antik çağlardan beri kullanılmaktadır (Buchbauer, 2002). Lavanta yağı günümüzde parfümlerde, sabunlarda, şampuanlarda, yüz kremlerinde, deodorantlarda, mumlarda ve dezenfektanlarda kullanılabilmektedir. Ayrıca masajda kullanılan en yaygın bitkisel yağlardan biridir (Mason, 2014). Bununla birlikte cilt rahatsızlıklarının tedavisinde, aromaterapide, güneş yanığında, gerginlik ve baş ağrısında, böcek ısırıklarında lavanta yağının kullanıldığı bilinmektedir. Lavanta yağı aynı zamanda genellikle alerjik reaksiyon gösterme olasılığı düşük, nispeten güvenli kabul edilen bir yağ çeşididir (Barrett, 1996; Mason, 2014).

Lavantanın kullanım alanlarından birisi el sanatlarıdır. Bu noktada genellikle kurutulmuş lavanta yapraklarından yararlanılmaktadır. En iyi kaliteyi sağlamak için lavantayı hasattan sonra mümkün olan en kısa zamanda kurutmak önemlidir (Mason, 2014). Geçmiş yüzyıllarda da yaygın olarak kullanılan lavanta keseleri, el sanatları açısından lavanta kullanımına önemli bir örnek olarak gösterilebilir. Kurutulmuş lavanta çiçekleriyle doldurulmuş olan ve çeşitli şekillerde hazırlanabilen keseler, oda kokusu olarak ya da böcek kovucu olarak kullanılabilmektedir (Lis-Balchin, 2002). Bununla birlikte kokulu mumların ve sabunların hazırlanmasında ve mevsime göre farklı bitkilerle birlikte hoş kokulu potpuri yapımında da kullanılmaktadır (Mason, 2014; Lis-Balchin, 2002). Ayrıca preslenmiş ve kurutulmuş lavanta ile hediyeelik eşyaların hazırlanması mümkündür (Mason, 2014). Lavanta çubukları ise kurdelenin kurutulmuş lavanta demeti çevresine sıkıca bağlanmasıyla hazırlanmaktadır. Eskiden kalma güzel kokulu bir uygulama olan lavanta çubukları hazırlanırken demet içinde tek sayıda (15-17-19 vb.) lavanta sapının olması gerekmektedir (Barrett, 1996). El sanatlarının yanı sıra peyzaj düzenlemeleri, bahçe süslemeleri ve çit yapımı için tek başına ya da farklı bitkilerle birlikte lavanta kullanılabilmektedir (Mason, 2014). Ayrıca bir mesajı ifade etmek için farklı anlamlara sahip çiçeklerden yapılan küçük çiçek ve bitki buketlerinin “Tussie Mussie” hazırlanmasında da lavantaların kullanıldığı bilinmektedir.

Lavantanın en önemli kullanım alanlarından birisi de tıbbi olarak kullanımıdır. Lavantanın sakinleştirici etkisinin yanı sıra antifungal ve antioksidan etkisi tarihte fiziksel ve psikolojik pek çok hastalığa karşı ilaç olarak kullanılmasını sağlamıştır (Hart ve Lis-Balchin, 2002). Eski dönemlerde lavanta kramplara, migren hastalığına, kalp rahatsızlıklarına şifa olmuştur (Barrett, 1996). Bitkisel tedavide lavanta kullanımı geçmişte olduğu gibi günümüzde de devamlılığını sürdürmektedir. Sindirim sorunlarının tedavisi, antiseptik, iştah açıcı, terlemeyi uyarıcı ve burun tıkanıklarına karşı lavanta kullanılmaktadır (Mason, 2014). Ayrıca sinir, stres, depresyon, gerginlik, kaygı, korku, ruhsal dengesizlik, uykusuzluk vb. gibi psikolojik rahatsızlıklara ve baş ağrısı, ağız kokusu, kellik, boğaz ağrısı, cilt hastalıkları gibi fiziksel rahatsızlıklara karşı faydalı olduğu çalışmalarla ortaya konmuştur (Barrett, 1996; Lis-Balchin, 2002).

Lavanta hoş kokusunun yanı sıra sahip olduğu antiseptik ve anti-inflamatuvar özellikler sayesinde hem kozmetik ürünleri için hem de temizlik ürünleri önemli bir potansiyel içermektedir (Mason, 2014). Eski zamanlardan beri temizlik ve saflıkla ilişkilendirilmiş olan lavanta, antik çağlardan günümüze vücut bakımı ve kozmetik amaçlı kullanılmıştır (Castle ve Lis-Balchin, 2002). Dezenfektan amaçlı lavanta kullanımı Orta çağdan günümüze gelen bir uygulamadır (Barrett, 1996). Bununla birlikte vücut losyonu, krem, çok amaçlı temizleyici, toz ve sıvı deterjanlar vb. ürünlerde lavanta kullanımından bahsetmek mümkündür (Mason, 2014). Ayrıca mobilya cilası olarak ve koku giderici spreiler gibi ev yapımı temizlik ürünlerinde lavanta kullanılabilmektedir (Castle vd., 2002).

Hoş kokulu bir bitki olan lavanta tek başına ya da diğer bitkilerle birlikte (gül yaprakları veya yağı, karanfil çiçekleri, kokulu sardunya, limon otu ve/veya turuncgil kabuğu veya yağı vb.) koku amaçlı olarak yaygın bir şekilde kullanılabilmektedir (Mason, 2014). Yüzyıllardır sevilen ve değer verilen hoş kokulu bir bitki olan lavanta, tarihte Romalılar ve Kuzey Afrikalılar tarafından halka açık hamamlardaki sulara güzel koku vermesi amacıyla kullanılmıştır (Barrett, 1996). Lavanta koku vermesi amacıyla parfümeri ürünlerinde, losyonlarda, sabunlarda ve kolonyalarda kullanılmaktadır (Lis-Balchin, 2002; Mason, 2014). Koku verici özelliğinin yanı

sıra cildi yumuşatan ve rahatlatan etkileri sebebiyle de ürünlerde tercih edilmektedir (Barrett, 1996; Hart vd., 2002).

Lavantanın Gastronomik Değeri

Günümüzde yenilebilir çiçeklere karşı ilginin artmasıyla birlikte gastronomide farklı şekillerde lavanta kullanımı geliştirilmiştir. Ancak sadece bazı lavanta türlerinin mutfaklarda kullanılabilir özellikte olduğu unutulmamalıdır. Yaygın olarak bilimsel alandaki isimleri ile bilinen, *Lavandula Stoechas L.* (Karabaş, Karan, Karabaş Otu, Tepeli Lavanta, Fransız Lavantası, İspanyol Lavantası, Yalancı Lavanta Çiçeği, Yaban Lavantası, Karağan Kekiği ve Sittıhotuz), *Lavandula Angustifolia Mill.* (İngiliz Lavantası, Lavanta Çiçeği), *Lavandula dentata L.* (Saçaklı Lavanta, Fransız Lavantası), *Lavandula latifolia Medik* (Flemenk Lavantası, Başak Lavanta), *Lavandula multifida L.* (Mısır Lavantası, Eğrelti Kanatlı Lavanta), *Lavandula spp.* (Lavanta) ve *Lavandula x allardii Hy = Lavandula x heterophylla Viv.* türleri tüketilebilir cinsten olanlardır (Aksap, 2018).

Taze ya da kurutulmuş olarak tüketilebilen lavanta genellikle yağ, likör ve bal içerisine ilave edilerek kullanılmaktadır (Fernandes vd., 2017; Rop vd., 2012). Ayrıca kurutulmuş ya da taze şekilde bisküvi, kek, ekmek gibi fırıncılık ürünlerinde kullanılabilir ve dondurma, reçel, jöle, krema, şekerleme çeşitleri, şurup gibi tatlı ürünler lavantalı tariflere örnek olarak gösterilebilmektedir. Bunun yanı sıra toz şekerle kurutulmuş lavanta yaprakları karıştırılıp, daha sonra lavantalı kurabiye çeşitleri yapmak üzere hazırda tutulabilir (Barrett, 1996; Mason, 2014; Lis-Balchin, 2002). Lavanta yağı özellikle pastane ürünleri ile alkollü ve alkolsüz içecek gruplarında kullanılmaktadır. Ancak saf lavanta yağının kontrollü bir şekilde kullanılması önem taşımaktadır. Yüksek kalitede olsa bile lavanta yağının gıdalarda aşırı kullanımı rahatsız edici etkiler oluşturabilmektedir (Mason, 2014). Dünyada yenilebilir çiçekler arasında beslenme ve sağlık açısından en yaygın kullanım alanına sahip olan lavantanın kullanıldığı yemekler incelendiğinde; lavantalı krema, lavanta aromalı şekerler, lavantalı pudra şekeri, çubuklu donmuş lavanta, lavantalı piliç ve lavanta jeli olarak yer almaktadır (Şahin, 2017). Lavanta kullanılarak hazırlanan içecekler ise lavanta likörü, lavantalı limonata, lavanta suyu ve lavanta çayı örnek verilebilir. Özellikle lavanta çayının farklı bitkilerle birlikte hazırlanıp, rahatlatıcı ve sağlıklı bir çay olarak tüketicilere sunulduğu bilinmektedir. Soğuk ya da sıcak olarak tüketilebilen lavanta çayının her gün taze olarak demlenmesi, lezzet ve fayda açısından önem taşımaktadır (Barrett, 1996; Mason, 2014; Lis-Balchin, 2002). Lavantanın diğer tüketim şekilleri ele alındığında ise hafif ve hoş kokulu bir sirke yapımında, hediyeelik eşya olarak ya da farklı tariflerin içerisinde kullanılmak üzere bal yapımında, çeşitli tariflerde doğal gıda aroması olarak, renklendirici ve tatlandırıcı lavanta damlalarının yapımında kullanılabilir (Barrett, 1996; Lis-Balchin, 2002). Kurtogulları vd. (2021) yayınladıkları kitapta lavanta çayı, lavanta sirkesi, lavantalı kek ve lavantalı bisküvi tariflerine yer vermiş ve lavanta ile üretilen gıda maddelerinin besin değerlerinin de lavantasız üretilen ürünlere göre fark yarattığını ortaya koymuştur. Aksap (2018), Isparta’da yaptığı çalışma ile doğrudan lavanta katılarak ortaya çıkan limonata, reçel ve dondurmanın yanı sıra bal, lokum, kahve, çay, gözleme, unlu mamuller, çorba ve muhallebi gibi ürünlerin lavanta aroması ile tüketiciler tarafından beğenildiğini ifade etmiştir.

Lavantanın Ekonomik Değeri

Dünya çapında yetiştirilen en önemli bitkilerden birisi olan lavanta esas olarak parfümeri, kozmetik, gıda işleme ve aromaterapi ürünlerinde kullanılan uçucu yağları için yetiştirilmektedir. Yüksek bir talebe sahip kaliteli ve saf lavanta yağlarının genellikle altın fiyatına denk ya da daha fazla olduğu bilinmektedir. En pahalı parfümlerin üretilmesinde kullanılan en iyi yağların yüksek fiyata talep görmesi, lavanta çiftçileri için çok önemli fırsatlar sağlamaktadır. Bununla birlikte birçok lavanta çiftliği işletmesi aynı zamanda turizm sektörüyle birlikte çalışmaktadır. Çoğu lavanta yetiştiricisinin yıllık gelirinin yarısının turizmden sağlandığı söylenebilir (Mason, 2014).

Dünyada lavanta turizminin merkezi olarak Fransa’nın Provence Bölgesi bilinmektedir. Bölge 19 yy. dan bu yana lavantanın başkenti olarak nam salmıştır. Lavanta temalı fotoğraf çekimlerinin popüler olduğu bölge pek çok turist için cazibe noktası olmaktadır (Ongun, Gövdere ve Köseahyaoglu, 2018). Fransız mutfağında özellikle pastacılık ürünlerinde lavantaya yer verildiği görülmektedir. Lavanta androjen bir aroma ve tada sahiptir. Keskin aroması sebebi ile doğrudan baharat yerine kullanılmamalıdır. Aksi halde lezzetlendirilmek istenen asıl ürünün aromasını baskılayarak ön plana geçecektir. Buna rağmen çiçek tomurcukları şeker, krema, tereyağı veya çikolata ile kullanıldığında farklı tatları ortaya çıkarmaktadır (Hill, 2019).

Türkiye’deki lavanta etkinlikleri incelendiğinde; kırsal turizm faaliyetlerinin artışı ile lavanta hasat şenliği yapılan özellikle Isparta ilinde, lavantadan üretilen yiyecek ve içeceklerin çeşitliliğinin arttığı ve tüketicilerin beğenilerine sunulduğu tespit edilmiştir (Çuhadar vd., 2022). 2018 yılında Isparta’da yapılan bir araştırmaya

göre lavantalı dondurmanın en beğenilen yiyecek olduğu saptanmıştır. Ancak yine aynı yılın mahsulü ile üretilen lokum da benzer başarının sağlanamadığı ve Ar-ge çalışmalarının sürdüğü bildirilmiştir (Aksap, 2018). Anadolu Ajansının Ağustos 2019 tarihli haberine göre Afyonkarahisar’da İkbāl Şekerleme firması lavantalı lokum üretimini 2 yıllık AR-GE çalışması sonucunda başarmış ve tüketicilerin beğenisine sunmuştur.

Geniş kullanım alanları ve sahip olduğu potansiyel sebebiyle lavantaya ilişkin yeni yatırımların ve çeşitli projelerin yapıldığı gözlemlenmektedir. Güler vd. (2015) lavanta üretimi için yapılan yatırımların artış sebeplerini şöyle açıklamışlardır;

- Toprak verimi düşük, sulama olanaklarının kısıtlı olduğu bölgelerin değerlendirilmesi,
- Lavanta üretiminin zahmetsiz olması,
- İş gücü ihtiyacının az olması,
- Tomurcuk, yağ vb. birincil ürünlerin haricinde lavanta balı, lavantalı yiyecek ve içecekler vb. ikincil ürünlerin de üretilme potansiyelinin olması,
- Lavantalı ürünlere olan talebin artması

Yatırımların yanı sıra lavantaya olan ilgi ve talepteki artış sebebi ile çeşitli projeler geliştirilmiştir. Bu projelerden en önemlisi Kuyucak Köyü’nün göç ve kalkınma sorunlarına çözüm yaratabilmek ve yerel halka iş kaynağı ve istihdam yaratabilmek adına, T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) ve Anadolu Efes ortaklığı ile gerçekleştirilen “Gelecek Turizmde-Lavanta Kokulu Köy” projesidir. Kabul edilen proje kapsamında köyde yaşayan kadın ve genç nüfusun aktif olarak görev aldığı “Lavanta Kokulu Köy Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi” kurulmuştur. Aromatik bitki yetiştiriciliğinden ev pansiyonculuğuna, kırsal turizm etkinliklerinden işletmelerde hijyen eğitimine kadar pek çok alanda uzmanlarca eğitim verilmiştir (Ongun vd., 2018). Isparta çevresinde özellikle Kuyucak Köyü’nde 3000 dekarlık alanda *Lavandin* (*L. X intermedia*. Super A) kültürü bölgenin sulanmayan, kıraç ve eğimli arazilerine uyum sağladığı ve verim elde edilebildiği için yetiştirilmektedir. Hasadı yapılan lavantaların bir kısmı fabrikalarda damıtılarak yağ üretiminde bir kısmı da kurutulduktan sonra lavanta tomurcuğu üretiminde kullanılmak üzere değerlendirilmektedir (Kara ve Baydar, 2011).

Yöntem

Araştırmanın evrenini Akdeniz Üniversitesi Manavgat Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında toplamda 213 adet öğrenciyle nicel araştırma yöntemlerinden birisi olan yüz yüze anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. *Anket uygulaması için Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma ve Etik Kurulu’ndan 19.03.2025 tarihli toplantı ile gerekli izin alınmıştır.* Anket formunun oluşturulması ve formda belirtilen lavantalı ürünlerin belirlenmesi noktasında literatürde yer alan çalışmalar etkin olmuştur. Bu kapsamda günümüzde lavanta kullanılarak hazırlanan ve ülkemizin belirli bölgelerinde tüketicilere sunulan lavantalı tarifleri içeren çalışmalardan katılımcılara yöneltilen soruların oluşturulmasında yararlanılmıştır (Akşap, 2018; Akyön ve Özel, 2024; Kurtoğulları ve Güneş, 2021; Şahin, 2017). Anketlerin incelenmesi sonucunda eksiklik ve/veya çelişkili cevaplar barındıran 51 adet anket kullanılabılır nitelik taşımadığı için 162 adet anket verisi üzerinden analizler gerçekleştirilmiştir. Veri toplama aracı olarak kullanılan anket 6 bölümden oluşmaktadır. Öğrencilerin lavanta tüketimi hakkındaki bilgi, deneyim ve görüşlerinin ortaya konmasının amaçlandığı çalışmada ilk bölümü katılımcıların demografik özellikleri, ikinci, üçüncü ve dördüncü bölümü lavantalı gıda ürünlerine ilişkin katılımcıların tadım/beğeni/görüş özellikleri, beşinci bölümü katılımcıların lavanta ürünlerinin tanıtım çalışmalarına ilişkin görüşleri ve altıncı bölümü ise katılımcıların lavanta köyü bilme/ziyaret etme durumları oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında elde edilen veriler frekans ve yüzde analizi kullanılarak analiz edilmiştir. Frekans analiz tekniği, elde edilen verilerin gözlem sıklığını ve yüzdesel olarak dağılımlarını gösteren bir istatistiksel analiz tekniğidir. Demografik faktörleri, anket maddelerini, kategorik ya da tam sayılı araştırma sorularını değerlendirmek için kullanılmaktadır (Akademik Servis, 2024).

Bulgular

Tablo 1. Demografik Özellikler

Cinsiyet	n	%
Kadın	102	62,96
Erkek	60	37,03

Yaş	n	%
17-20	73	45,06
21-23	62	38,27
24-26	26	16,04
27+	1	0,61
Medeni Durum	n	%
Bekar	160	98,76
Evli	2	1,23
Eğitim Yılı	n	%
1.Sınıf	92	56,79
2.Sınıf	5	3,08
3.Sınıf	3	1,85
4.Sınıf	62	38,27
Toplam	162	100

Araştırma kapsamında toplam 162 kişiden elde edilen anket verileri incelenmiştir. Tablo 1’de çalışmaya dahil olan katılımcılara ilişkin demografik özellikler gösterilmiştir. Tablo 1’de yer alan demografik özellikler incelendiğinde, kadın katılımcıların çoğunluğu (%62,96) oluşturduğu görülmektedir. Yaş dağılımı açısından incelendiğinde ise en fazla (45,06) katılımcı grubunun 17-20 yaş arasında olduğu, sonrasında ise sırasıyla çoğunluğu 21-23 yaş arası (%38,27) ve 24-26 (%16,04) arasındaki katılımcıların oluşturduğu görülmektedir. Ayrıca sadece bir katılımcının 27 yaşında büyük olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte katılımcıların büyük çoğunluğu (%98,76) bekarıdır. Eğitim yılı açısından ise çoğunluğu 1. Sınıf (56,79) ve 4 sınıf (38,27) öğrencileri oluşturmaktadır.

Tablo 2. Lavantalı Gıda Ürünlerini Tatma Durumuna İlişkin Bulgular

Ürünler	Tattım		Tatmadım	
	n	%	n	%
Bal	74	45,67	88	54,32
Limonata	83	51,23	79	48,76
Lokum	88	54,32	74	45,67
Kahve	72	44,44	90	55,55
Çay	77	47,53	85	52,46
Reçel	79	48,76	83	51,23
Dondurma	78	48,14	84	51,85
Unlu Mamuller (Kek,Cupcake,Kurabiye vb.)	76	46,91	86	53,08
Muhallebi	67	41,35	95	58,64
Çorba	62	38,27	100	61,72

Tablo 2’de lavantalı gıda ürünlerine ilişkin örnekler verilerek katılımcıların bu ürünleri tatma durumları gösterilmiştir. Tablo 2’ye göre; katılımcıların yarısından fazlasının lavantalı lokum (54,32) ve limonata (51,23) tadımı gerçekleştirdiği belirlenmiştir. Bununla birlikte en az tatma oranına sahip ürün, lavantalı çorba (38,27) olarak belirtilmiştir. Diğer ürünlerin tadım oranları ise %41,35 ile %48,76 arasında değişmektedir. Tablo 2 genel olarak incelendiğinde, katılımcıların yarısından fazlasının lavantalı gıda ürünlerini deneyimlemediği söylenebilmektedir.

Tablo 3. Lavantalı Gıda Ürünlerinin Beğeni Durumlarına İlişkin Bulgular

Ürünler	Hiç Beğenmedim n (%)	Beğenmedim n (%)	Kararsızım n (%)	Beğendim n (%)	Çok Beğendim n (%)
Bal	1 (%1,35)	5 (%6,75)	13 (% 17,56)	46 (% 62,16)	9 (%12,16)
Limonata	0	4 (4,81)	14 (%16,86)	56 (%67,46)	9 (%10,84)
Lokum	1 (%1,13)	7 (%7,95)	15 (%17,04)	57 (%64,77)	8 (%9,09)
Kahve	2 (%2,77)	4 (%5,55)	13 (%18,05)	43 (%59,72)	10 (%13,88)
Çay	1 (%1,29)	4 (%5,19)	18 (%23,37)	41 (%53,24)	13 (%16,88)
Reçel	1 (%1,26)	7 (%8,86)	11 (%13,92)	48 (%60,75)	12 (%15,18)
Dondurma	0	5 (%6,41)	10 (%12,82)	51 (%65,38)	12 (%15,38)

Unlu Mamuller (Kek, Cupcake, Kurabiye vb.)	0	6 (%7,89)	13 (%17,10)	46 (%60,52)	11 (%14,47)
Muhallebi	0	4 (%5,97)	16 (%23,88)	40 (%59,70)	7 (%10,44)
Çorba	1 (%1,61)	5 (%8,06)	7 (%11,29)	41 (%66,12)	8 (%12,90)

Tablo 3'te lavantalı gıda ürünlerinin tadımını gerçekleştirmiş olan katılımcıların ürünlere ilişkin beğeni düzeyleri gösterilmiştir. Tablo 3 genel olarak lavantalı gıda ürünlerinin beğenildiğini göstermektedir. Her bir ürün için, ürünü tadan katılımcıların yarısından fazlası “beğendim” ifadesini belirtmiştir. Bununla birlikte Tablo 3'te görüldüğü üzere bal (%1,35), lokum (%1,13), kahve (%2,77), çorba (%1,61) ürünleri “hiç beğenmedim” ifadesi belirtilmiş olan ürünlerdir. Ürünlerin beğeni düzeyine ilişkin “çok beğendim” ifadesi ise katılımcıların %9,9 ile %16,88 arası tarafından belirtilmiştir. Ürünlere ilişkin belirtilen “beğenmedim” ifadesi ise katılımcıların %4,81 ile %8,86 arası tarafından belirtilmiştir.

Tablo 4. Mevcut Gıda Ürünlerinin Yanı Sıra Lavantanın Kullanılabileceği Potansiyel Gıda Ürünlerine İlişkin Bulgular

Mevcut lavantalı gıda ürünlerinden başka hangi ürünlerde lavanta kullanılabileceğini düşünüyorsunuz?	n	%
(Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz)		
Süt ve süt ürünleri (peynir, süt, yoğurt, kefir vb.)	63	38,88
Sütlü tatlılar (sütlaç, puding, kazandibi vb.)	141	87,03
Demleme çay	101	62,34
Diğer	8	4,93
Süt ve süt ürünleri (peynir, süt, yoğurt, kefir vb.)	63	38,88
Sütlü tatlılar (sütlaç, puding, kazandibi vb.)	141	87,03

Tablo 4'te lavantanın kullanılabileceği diğer ürün grupları hakkında katılımcıların işaretleme yapması istenmiştir. Tablo 4'te görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %38,88'i süt ve süt ürünleri grubunda, %87,03'ü sütlü tatlılar grubunda, %62,34'ü demleme çayda lavanta kullanımının uygun olduğunu belirtmiştir. Bununla birlikte katılımcılara “diğer” seçeneği sunulurken lavantanın kullanılabileceği diğer gıda ürünleri hakkında (isteğe bağlı) fikir belirtmeleri istenmiştir. Bu kapsamda; çeşitli et ürünlerinin marinasyonunda ve lezzetlendirilmesinde, çeşitli pastacılık mamullerinde, zeytinyağı vb. ürünlerin aromalandırılmasında lavanta kullanımının uygun olabileceği katılımcılar tarafından belirtilmiştir.

Tablo 5. Lavantalı Gıda Ürünlerine Yönelik Tanıtım Çalışmalarına İlişkin Bulgular

Lavantalı gıda ürünlerinin tanıtımının geliştirilmesi için neler yapılabilir?	n	%
(Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz)		
Reklamların artırılması (TV , gazete, dergi)	117	72,22
Türkiye’de sevilen, ünlü insanların bölgeye gelmesi	86	53,08
Avrupa haber ajanslarının daha fazla gelmesi için çaba gösterilmesi	59	36,41
Lavantalı yiyecek ve içecek çeşitlerinin artırılması	128	79,01
Çevre illerde bölgeyi tanıtıcı reklam panolarının yapılması	115	70,98
DİĞER	6	3,70

Tablo 5'te lavantalı gıda ürünlerinin tanıtımının geliştirilebilmesine yönelik nasıl çalışmalar yapılabilceği konusunda katılımcılara seçenekler sunulmuştur. Tablo 5'te ifade edildiği gibi katılımcıların %72,22'si reklamların artırılmasının, %53,08'i lavantanın yetiştirildiği ve lavantalı gıda ürünlerinin hazırlandığı bölgelere ünlülerin gelmesinin, %36,41'i Avrupa haber ajanslarının daha fazla gelmesi için çaba gösterilmesinin, %79,01'i lavantalı yiyecek ve içecek çeşitlerinin artırılmasının, %70,98'i çevre illerde bölgeyi tanıtıcı reklam panolarının yapılmasının tanıtım çalışmalarını olumlu yönde etkileyeceğini belirtmiştir. Bununla birlikte katılımcılara (isteğe bağlı) “diğer” seçeneği sunulurken tanıtım faaliyetlerinin geliştirilmesine yönelik fikirleri sorulmuştur. Bu doğrultuda; çeşitli şenliklerin düzenlenmesi, sosyal medyada daha fazla yer

alması, tadım-workshop faaliyetlerinin düzenlenmesi, makul fiyatlarda tüketiciye sunulması ve tüketiciyi cezbedici yönünün öne çıkarılması gibi uygulamaların tanıtım üzerinde olumlu etki sağlayacağı belirtilmiştir.

Tablo 6. Lavanta Köyü/Bahçesi Bilgi ve Ziyaret Düzeyi Hakkındaki Bulgular

	Evet n (%)	Hayır n (%)		Evet n (%)	Hayır n (%)
Daha önce lavanta köyünü/bahçesini duydunuz mu?	51 (%31,48)	111 (%68,51)	Daha önce hiçbir lavanta köyü/bahçesi ziyaretinde bulundunuz mu?	9 (%5,55)	153 (%94,44)
Cevabınız evet ise lütfen nereden duyduğunuzu yazınız.	Sosyal medya (%31,37) TV/İnternet (%17,64) Isparta ziyareti (%15,68) Diğer (%35,29)		Cevabınız evetse lütfen hangisi olduğunu belirtiniz.	Isparta (%77,77) Denizli (%11,11) Uşak (%11,11)	

Tablo 6’da katılımcıların lavanta köyünü/bahçesini bilme ve ziyaret etme durumları gösterilmiştir. Tablo 6, katılımcıların %31,48’inin daha önce lavanta köyünü/bahçesini duyduğunu ve bu katılımcıların büyük çoğunluğunun (%31,37) lavanta köyünü/bahçesini sosyal medya üzerinden duyduğunu göstermektedir. Bununla birlikte Tablo 6’da katılımcıların %17,64’ünün diğer internet mecraları ya da TV aracılığıyla, %15,68’inin Isparta ziyaretleri esnasında lavanta köyünü/bahçesini duyduğu görülmektedir. Katılımcıların geri kalanı ise (%35,29), arkadaş ortamı ya da tur şirketi aracılığıyla, seyahat esnasında ve yaşadığı yerde lavanta yetişmesi sebebiyle lavanta köyünü/bahçesini bildiklerini belirtmiştir. Lavanta köyünü/bahçesini ziyaret eden katılımcılar Tablo 6’da görüldüğü üzere toplam katılımcıların sadece %5,55’ini oluşturmaktadır. Bu katılımcılar başta Isparta ili olmak üzere Denizli ve Uşak illerinde lavanta köyü/bahçesi ziyaret ettiklerini belirtmiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğu ise (%94,44) herhangi bir lavanta köyü/bahçesi ziyaret etmediğini belirtmiştir.

Sonuç

Sahip olduğu hoş koku, karakteristik aroma, güzel görüntü sayesinde lavanta, gastronomide en fazla öne çıkan yenilebilir çiçeklerden birisidir. Bununla birlikte içinde bulunduğumuz coğrafya nedeniyle çeşitli bölgelerde turistik bir ürün olarak lavanta köyü/bahçesi bulunmaktadır. Yenilebilir bir çiçek olarak lavantanın gastronomik değeri pek çok çalışmayla ortaya konmuş, farklı gıda ürünleri için kullanımı yaygınlaşmaya başlamıştır. Bu nedenle lavantanın gastronomide kullanım alanlarının artırılması, tanıtımının yaygınlaştırılması ve potansiyel katkılarından en yüksek verimin alınması önem taşımaktadır. Bu kapsamda çalışmada Gastronomi ve Mutfak Sanatları öğrencilerinin yenilebilir bir çiçek olarak lavantalı ürünlerin tadım ve beğeni düzeyleri araştırılmıştır. Araştırma bulguları doğrultusunda lavantalı ürünlerin genel olarak tadım ve beğeni düzeylerinin düşük olmadığı ancak daha fazla yaygınlaştırılabileceği ve geliştirilebileceği söylenebilmektedir. Ayrıca Tablo 4’te görüldüğü üzere farklı hangi ürünlerde lavanta kullanılabilir sorusuna yönelik yüksek oranda (%87,03) sütü tatlılar için lavanta kullanımının uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcılar bu bölümde çeşitli ürünler için lavantanın marinasyon, aromalandırma ve lezzetlendirme işlevleriyle kullanılabileceğini belirtmiştir. Bu durum lavantanın özellikle hoş koku ve karakteristik aroma bileşenleriyle açıklanabilmektedir. Lavantalı gıda ürünlerinin tüketiciler tarafından daha fazla bilinmesi ve cezbedilmesi noktasında tanıtım çalışmaları büyük bir öneme sahiptir. Tablo 5’te gösterilen, tanıtıma yönelik hangi uygulamaların daha etkin olduğu sorusuna verilen yanıtlar doğrultusunda; yiyecek içecek çeşitliliğinin artırılması (%79,01), farklı mecralar aracılığıyla reklamların artırılması (%72,22) ve çevre illerde tanıtıcı reklam panolarının yapılması (%70,98) öne çıkmaktadır. Ayrıca katılımcılar tarafından geliştirilen; çeşitli şenliklerin düzenlenmesi, sosyal medyada daha fazla yer alması, tadım-workshop faaliyetlerinin düzenlenmesi, makul fiyatlarda tüketiciye sunulması ve tüketiciyi cezbedici yönünün öne çıkarılması gibi uygulama fikirlerinin lavantanın tanıtımında önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırmanın son bölümünde ise ülkemizde turistik amaçlara hizmet eden ve her geçen gün ziyaretçiler için daha fazla ilgi çekici bir duruma gelen lavanta köyü/bahçesi hakkında katılımcılara sorular iletilmiş ve sonuçlar Tablo 6’da gösterilmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda, katılımcıların %31,48’inin lavanta köyünü daha önce duymuş ve %5,55’inin ise ziyaret etmiş olması, bu bölgelere ilişkin daha fazla tanıtım yapılması gerektiğini ortaya koymaktadır. Tablo 6’daki bulgular daha önce lavanta köyünü duymuş olan katılımcıların çoğunluğunun sosyal medya aracılığıyla lavanta köyünü bildiklerini göstermektedir. Özellikle genç nesil için web tabanlı medya araçlarının daha etkin olduğu açıkça görülmektedir. Çalışmadan elde edilen sonuçlar doğrultusunda

değerli bir yenilebilir çiçek olan lavantanın daha fazla araştırılması, tanıtılması ve çeşitlendirilmesiyle birlikte ülkemizdeki ekonominin ve gastronominin gelişimine katkı sağlanabileceği düşünülmektedir.

Teşekkür

Yazarlar, bu araştırmayı 2020.KB.SOS.008 numaralı proje kapsamında finanse eden Dokuz Eylül Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi'ne teşekkür eder.

Kaynakça

- Akademik Servis. (2024). *SPSS frekans analizi nedir? Nasıl yapılır ve yorumlanır?*. Erişim tarihi: 02.02.2025, <https://www.istmer.com/frekans-analizi-spss-ile-nasil-uygulanir/>
- Aksap, Y. (2018). Gastronomik bir değer olarak lavanta. *IJGTR Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 32–41.
- Akyön, Y. B., ve Özel, Ç. A. (2024). Lavanta bitkisinin tıbbi aromatik özellikleri ve *Lavandula angustifolia*'nın doku kültürü uygulamaları. In F. Çığ & S. Soysal (Eds.), *Tarla bitkilerinde verimlilik ve sürdürülebilirlik* (pp. 17–48). Ankara: İksad Yayınevi.
- Aslançan, H., ve Sarıbaş, R. (2011). *Lavanta yetiştiriciliği* (Yayın No. 41). Isparta: Meyvecilik Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü.
- Atalay, A. T. (2008). *Konya ekolojik şartlarında yetiştirilen lavanta (Lavandula angustifolia Mill.)'da farklı dozlarda uygulanan organik ve inorganik azotlu gübrelerin verim ve kalite özellikleri üzerine etkileri* (Yayınlanmış yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya, Türkiye.
- Barrett, P. (1996). *Growing & using lavender*. US: Storey Publishing.
- Buchbauer, G. (2002). Lavender oil and its therapeutic properties. In M. Lis-Balchin (Ed.), *Lavender: The genus Lavandula* (pp. 124–140). London & New York: Taylor & Francis.
- Castle, J., and Lis-Balchin, M. (2002). History of usage of *Lavandula* species. In M. Lis-Balchin (Ed.), *Lavender: The genus Lavandula* (pp. 35–51). London & New York: Taylor & Francis.
- Çuhadar, Y., ve Coşkun, İ. O. (2022). Kırsal turizm faaliyetlerinin yöre halkının ekonomik refahına etkisi: Isparta Kuyucak örneği. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5(2), 799–818.
- Denny, E. F. K. (2002). Distillation of the lavender type oils: Theory and practice. In M. Lis-Balchin (Ed.), *Lavender: The genus Lavandula* (pp. 100–117). London & New York: Taylor & Francis.
- Fernandes, L., Casal, S., Pereira, J. A., Saraiva, J. A., and Ramalhosa, E. (2017). Edible flowers: A review of the nutritional, antioxidant, and antimicrobial properties and effects on human health. *Journal of Food Composition and Analysis*, 60, 38–50.
- Güler, K.H., ve Korkmaz, M. (2015). Orman köylerinde kırsal kalkınma aracı olarak lavanta yetiştiriciliği. 4. *Ormancılıkta Sosyo-Ekonomik Sorunlar Kongresi'nde sunulmuş bildiri*. Trabzon.
- Hart, S., and Lis-Balchin, M. (2002). Pharmacology of *Lavandula* essential oils and extracts in vitro and in vivo. In M. Lis-Balchin (Ed.), *Lavender: The genus Lavandula* (pp. 140–155). London & New York: Taylor & Francis.
- Hill, T. (2019). *Kokulu ot ve baharat ansiklopedisi* (N. Pişkin, Çev.). İstanbul: Oğlak Yayınevi.
- Husti, A., Cantor, M., Buta, E., and Horť, D. (2013). Current trends of using ornamental plants in culinary arts. *ProEnvironment/ProMediu*, 6(13), 52-58.
- Kara, N., ve Baydar, H. (2011). Türkiye'de lavanta üretim merkezi olan Isparta ili Kuyucak yöresi lavantalarının (*Lavandula × intermedia* Emeric ex Loisel.) uçucu yağ özellikleri. *Selçuk Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi*, 25(4), 42–46.
- Kurtoğulları, B., ve Güneş, E. (2021). Gastronomi alanında kullanılan lavantalı tarifler. In A. Kaya, M. Yılmaz, & S. Yetimoğlu (Eds.), *Gastronomide alternatif yaklaşımlar* (pp. 166–172). Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi Yayınları.
- Lis-Balchin, M. (2002a). Lavender oil and its use in aromatherapy. In M. Lis-Balchin (Ed.), *Lavender: The genus Lavandula* (pp. 180–194). London & New York: Taylor & Francis.

- Lis-Balchin, M. (2002b). Miscellaneous uses of lavender and lavender oil: Use in hair products, food flavouring, tisanes, herbal pillows and medicinal products. In M. Lis-Balchin (Ed.), *Lavender: The genus Lavandula* (pp. 200–206). London & New York: Taylor & Francis.
- Mason, J. (2014). *Growing and knowing lavender*. Australia: ACS Distance Education.
- Mlcek, J., and Rop, O. (2011). Fresh edible flowers of ornamental plants: A new source of nutraceutical foods. *Trends in Food Science & Technology*, 22(10), 561–569.
- Ogun, U., Gövdere, B., ve Kösekaşyaoglu, L. (2018). Kırsal turizm kapsamında yerel halkın beklentileri: Isparta Kuyucak lavanta vadisi örneği. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 7(2), 43–49.
- Rop, O., Mlcek, J., Jurikova, T., Neugebauerova, J., and Vabkova, J. (2012). Edible flowers: A new promising source of mineral elements in human nutrition. *Molecules*, 17(6), 6672–6683. doi:10.3390/molecules17066672
- Şahin, Ö. (2009). Yiyecek içecek işletmeciliğinde yenilebilir çiçekler. 3. *Ulusal Gastronomi Sempozyumu'nda sunulmuş bildiri*. Akdeniz Üniversitesi Alanya İşletme Fakültesi, Alanya Meslek Yüksekokulu, Antalya.
- Şahin, Ö. (2017). Muğla karabaşının (*Lavandula stoechas* L.) yiyecek ve içecek olarak değerlendirilmesine yönelik bir öneri. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 5(Special Issue 2), 37–49.
- Upadhyay, R. K. (2011). Kareel plant: A natural source of medicines and nutrients. *International Journal of Green Pharmacy*, 5(4), 255–265.
- Upson, T. (2002). The taxonomy of the genus *Lavandula* L. In M. Lis-Balchin (Ed.), *Lavender: The genus Lavandula* (pp. 2–35). London & New York: Taylor & Francis.