

Kastamonu Yaş Tarhanasının Gastronomi Turizmi Kapsamında İncelemesi

Investigation of Kastamonu Yaş Tarhana within the scope of Gastronomy Tourism

Sena ÖZTOSUN^a, Hüseyin PAMUKÇU^b ve Ömer SARAÇ^c

^a Yüksek Lisans Öğrencisi, Kastamonu Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Kastamonu, Türkiye.

^b Doç. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Afyon, Türkiye.

^c Dr. Öğr. Üyesi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Sakarya, Türkiye.

Özet

Mutfak kültürü bir destinasyon için en önemli çekici unsurlardan biri olarak bilinmektedir. Ülkelerin mutfak kültürü ve beslenme düzenlerinde önemli rol oynayan ve ait olduğu ülkeyle özdeşleşen geleneksel gıdalar bulunmaktadır. Tarhana bu gıdalardan biridir. Tarhana buğday unu, domates, soğan, yoğurt, yeşilbiber, kırmızıbiber, tuz ve karabiber gibi bazı malzemelerin karıştırılarak, fermente olmasıyla hazırlanmaktadır. Tarhana, geniş bir coğrafyada üretilip tüketilen yaygın bir besin kaynağıdır. Anadolu topraklarında yaygın olarak kış hazırlığı için yerel halk tarafından üretilmekte yapımı her bölge için farklılık gösterebilmektedir. Kuru ve yaş olmak üzere farklı üretim türleri olan tarhana, içerisine eklenen bakliyat, baharat, sebze, meyve ve benzeri çeşitli malzemelerle birlikte değişik çeşnilerle harmanlanmaktadır. Kastamonu'nun çeşitli yörelerinde evlerde hazırlanıp tüketilen yaş tarhananın hazırlanış yöntemi diğerlerine göre farklılık göstermektedir. Bu doğrultuda araştırmanın amacı, Kastamonu bölgesinde yeme-içme kültürünün önemli bir parçası olan yaş tarhananın yapım şekilleri ve türlerini incelemek ve tarhanayı gastronomi turizmi potansiyeline göre değerlendirmektir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi Turizmi, Fermente Mutfak, Yaş Tarhana, Kastamonu.

Abstract

Culinary culture is known as one of the most important attractions for a destination. There are traditional foods that play an important role in the culinary culture and diet of the countries and are identified with the country they belong to. Tarhana is one of these foods. Tarhana is prepared by fermenting wheat flour, yoghurt, tomato, onion, green and red pepper, salt and various spices. Tarhana is a common food source that is produced and consumed in a wide geography. It is widely produced by local people for winter preparation in Anatolia, and its structure may differ for each region. Tarhana, which has dry and wet production type, is blended with various ingredients such as legumes, spices, vegetables, fruits and added to it with different seasonings. In this direction, the aim of the research is to reveal the production methods and types of wet tarhana as an important element of the cuisine culture in Kastamonu region and to evaluate it in terms of its gastronomic tourism potential.

Keywords: Gastronomic Tourism, Fermented Kitchen, Wet Tarhana, Kastamonu.

Makale Bilgisi

Geliş Tarihi 28.07.2021

Kabul Tarihi 13.11.2021

Sayı Editörü

Sağbetullah MERİÇ

Sorumlu Yazar

Sena Öztosun

senaoztosun@hotmail.com

Önerilen Atf:

Öztosun, S., Pamukçu, H. ve Saraç, Ö. (2021). Kastamonu Yaş Tarhanasının Gastronomi Turizmi Kapsamında İncelemesi. *Journal of Academic Tourism Studies*, 2(2): 18-25.

1. GİRİŞ

Gastronomi kavramı, Yunanca mide anlamına gelen gastri ve kurallar anlamına gelen namos kelimelerinden oluşmaktadır (Dağdelen, Pamukçu ve Tanrıseven, 2019). Gastronomi, Fransızca'da "yemeği iyi yeme merakı, sağlıklı iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemi" anlamları taşımaktadır (Laorusse Gastronomique 1988'den aktaran Çakır 2009). Ancak bu tanımlamalar gastronomi bilimini açıklamakta yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle gastronomi kavramının kökeninden çok kavramsal anlamı üzerinde durulması gerekmektedir. Bu bağlamda gastronomi kökeni Antik Yunanlılara kadar uzanmakta insan refah düzeyi ve beslenmesiyle ilgili her alanda sağlanmış bilgi birikimi olarak tanımlanmaktadır (Akgöl, 2012). Buna ek olarak Yunan Atheneaus'un yeme-içme zevki konusunda yazdığı şiirin ana temasının gastronomi olduğu belirtilmektedir (Hatipoğlu, 2014; Sezgin ve Yıldırım, 2017).

Gastronomi birçok bilim dalıyla ilişki içerisindedir. Bu nedenle gastronomi hakkında birçok farklı tanım yapılabilmektedir. Gastronomi ilk başlarda "gösteriş için süslü ve kapsamlı yemekler" olarak kabul edilse de daha sonra daha geniş ve farklı tanımlarla ifade edilmiştir (Barkat ve Vermingnon 2006). Bu noktada Scarpato'nun (2000) gastronomiyi yiyecek içeceklerin, üretimi, hazırlanışı sunumuyla birlikte, pişirme ve yeme özelliklerini de ele alarak birlikte yürütülmesi şeklinde ifade edilmesi önceki tanımlamalara farklı bir boyut kazandırmıştır. Canbolat ve Çakıroğlu (2015) ise gastronomiyi yiyecek ve içecekleri geçmişten bu yana, içerisinde buldukları toplumun bilim ve sanat öğeleriyle birlikte detaylı olarak araştıran gelişimine ve hayata geçirilmesine katkıda bulunan çalışmaların bütünü olan, bir bilim dalı olarak tanımlamıştır. Buna ek olarak gastronomi yeme-içme kültürünün bilgi ve yeteneğe dönüşerek sanatsal ve bilimsel öğelerle uygulanması olarak da tanımlanmaktadır (Bucak, 2013: 207). Bu doğrultuda turizm endüstrisinde gastronomi, destinasyon tercihinde önemli bir rol oynamakta deniz-güneş-kum turizmine alternatif olarak gösterilebilmektedir (Shenoy 2005; Kivela ve Crotts, 2006 aktaran Sezgin ve Yıldırım, 2017).

Gastronomi turizmi, birincil ve ikincil gıda tedarikçileri, yemek festivalleri ve yiyecek üretim bölgelerinin özelliklerini deneyimlemek ve ürünlerinin tadına bakmak üzere gerçekleştirilen seyahatler olarak tanımlanmaktadır (Hall ve Mitchell, 2013). Gastronomi turizmi ile mutfak kültürünün turizmde çekici bir unsur haline gelmesi ve öne çıkması ile bölgede oluşturulabilecek farklı turizm faaliyetleri, kaynakların sürdürülebilirliğine katkıda bulunmaktadır (Kodaş, 2013). Zira gastronomi ve mutfak kültürü, destinasyonu ön plana çıkararak, daha çekici bir hale getirmekte, destinasyona prestij kazandırmakta ve turistlere farklı deneyimler yaşatarak yeni bir turizm trendinin ortaya çıkmasında öncü bir rol üstlenmektedir (Dağdelen ve Pamukçu, 2021). Aynı zamanda yiyecek içecek kültürü turistlerin destinasyon tercihlerini etkilemekte, onları gastronomiye ilişkin pazarlama faaliyetlerinde bulunan destinasyonları tercih etmeleri konusunda heveslendirmektedir (Kaşlı, Cankül, Köz ve Ekici, 2015).

Yapılan birçok çalışmada turist giderlerinin 1/3'ünün yeme-içme harcamalarından oluştuğu belirlenmiştir (Durlu, Özkaya, Sünnetçioğlu ve Can, 2013, 14; Canbolat, Keleş ve Akbaş, 2016). Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) hazırladığı "Yemek Turizmi Küresel Raporu"ndan elde edilen verilere göre, turizm destinasyonlarının turizmden elde ettikleri gelirler arasında gastronomi harcamaları yaklaşık %30'luk bir dilimle yerini almaktadır (Global Report on Food Tourism, 2012, Canbolat, Keleş ve Akbaş, 2016). Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği'nin (TÜRSAB) "Gastronomi Turizmi Rapor"undaki elde edilen verilerden yola çıkarak turizm gelirlerinin neredeyse %19'unun gastronomi aktiviteleriyle birlikte oluştuğu ortaya konulmaktadır (TÜRSAB, 2015; Canbolat, Keleş ve Akbaş, 2016). Bu veriler ışığında, turizmin bölgesel farklılıkları ortadan kaldırmasında gastronomi turizminin büyük bir rol üstlendiği söylenebilmektedir. Gastronomi turizminin bu başarısında mutfak kültürü son derece önemlidir.

Mutfak kültürü bir destinasyon için en önemli çekici unsurlardan biri olarak bilinmektedir. Yöresel mutfaklara has yiyecek ve içeceklerin tüketilmesi için destinasyonlara ziyarette bulunan gastro-turistler aynı zamanda buldukları bölgenin kültürü hakkında da bilgi sahibi olmaktadır.

Bununla birlikte yöresel yemek kültürüyle tanışmak, yöresel yiyecek ve içecekleri gittikleri yerde tatmak için seyahat faaliyetleri sergilemek gastronomi turizminin öncelikli amacıdır (Çevik, Saçılık, 2011). Gastro-turistlerin %70'lik bir bölümü ziyaret ettikleri destinasyondaki yöresel ürünleri tüketmekte, reçeteleriyle ilgili bilgi edinmekte ve bu gastronomik ürünlerden yaşadıkları yerlerdeki aile ve arkadaş çevrelerine götürerek onlara da tattırmaktadırlar (Marzella, 2008). Zira gastronomi faaliyetlerinin sosyolojik ve kültürel tanıtımı, turizm pazarlama kavramı ile doğrusal bir ilişkiye sahiptir. Tüm bunların bir sonucu olarak bir destinasyonun imajı ve sürdürülebilirliği gastronomik unsurlarla ve yiyecek içecek kültürüyle büyük oranda desteklenmektedir.

Türk mutfak kültürüne bakıldığında yeme-içmeyi gastronomik değerler açısından ele alan pek çok çalışma mevcuttur. Şanlıer (2005) Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin Türk mutfağına yönelik fikirlerini incelediği araştırmasında yabancı turistlerin %67,4'ünün; Albayrak'ın (2013) araştırmasında ise yabancı turistlerin %58,6'sının Türk mutfağındaki yiyecek ve içeceklerin tadını güzel bulduklarını ortaya koymuştur. Diğer bir çalışmada ise yabancı turistlere yönelik yapılan araştırmada turistlerin büyük çoğunluğunun (%93,2) Türkiye'ye tekrar gelmek istediği ve geliş sebebi olarak da %32,8'inin Türk mutfağına has lezzetleri deneyimlemek olduğu vurgulanmıştır (Birdir ve Akgöl, 2015). Bununla beraber katılımcıların %72,7'sinin ziyaret ettikleri destinasyondaki yerel mutfak kimliğini öne çıkaran yiyecek içecek işletmelerini tercih ettikleri belirtilmiştir. Araştırma verilerine göre Anadolu yeme-içme kültürünün tanıtılması ve destinasyonun çekiciliklerinin ön plana çıkarılması, ekonomi için önemli katkı sağlamaktadır (Canbolat, Keleş, Akbaş, 2016).

Yaş tarhana Anadolu şehirlerinden Kastamonu'nun yeme içme kültürü içerisinde oldukça önemli bir yer tutmaktadır. Bu doğrultuda araştırmada yaş tarhananın Kastamonu gastronomi turizmi çerçevesinde ele alınması amaçlanmıştır.

2. ANADOLU MUTFAK KÜLTÜRÜ VE TARHANA

Toplumların tükettiği besin çeşitleri ve yapılış şekilleri, toplumların örf, adet ve geleneklerine bağlı olarak değişim göstermekte, bu nedenle de “beslenme düzeni”, “mutfak kültürü” olarak tanımlanmaktadır (Arlı vd., 2002; Baysal, 2012; Bulduk, 2007; Çekal, Aslan, 2017). Bir toplumun yeme-içme alışkanlıklarının meydana gelmesinde birçok faktör rol oynamaktadır. Bunlar; örf ve adetler, gelenek ve görenekler, beslenme düzeni toplumun kendine özgü yemekleri olarak sıralanabilir (Tunç ve Saç, 1998). Buna ek olarak bireylerin içinde yaşadıkları sosyal çevrenin fiziki ve kültürel özellikleri de yeme-içme kültürünün oluşmasında etkilidir (Kemaloğlu, 2011). Yemek, fiziksel bir ihtiyaç olduğu kadar sosyal bir gereksinimdir. Ülkelerin mutfak kültürü ve beslenme düzenlerinde önemli rol oynayan ve ait olduğu ülkeyle özdeşleşen geleneksel yemekler bulunmaktadır (Kodaş, 2013). Bir bölgeye özgü yemek o yöre için farklılık oluşturmakta (Sezgin ve Yıldırım, 2017) ve kültürel değer kazanmaktadır.

Tarhana, Türk mutfak kültürüne ait geleneksel gıdalara bir örnektir. Yapılış şeklinin farklılık göstermesi sebebiyle bölgelerde çoğunlukla yöresel olarak değişim göstermekte farklı isimlerle anılmaktadır. Bu isimlerden bazıları “*un tarhanası*”, “*irmik tarhanası*”, ve “*domatesli tarhana*”dır. Çorum, Amasya, Maraş, Nevşehir, Gaziantep, Aydın, Afyonkarahisar ve Muğla gibi bazı şehirlerde tarhana yapım aşamasında kabuğu çıkarılan buğday yarması (gendime veya buğday kırması) kullanılmakta ve “*göçe tarhanası*” olarak bilinmektedir (Gök, Sezgin ve Yıldırım, 2017). Kastamonu, Antalya, Burdur, Bolu, Uşak, Denizli, Ankara, Manisa, Tekirdağ, Zonguldak ve Çanakkale'de tarhana buğday unu ile üretilmekte olduğundan “*buğday unu tarhanası*” olarak adlandırılmaktadır (Güler ve Konar, 1999; Gök, Sezgin ve Yıldırım, 2017). Türk mutfağında genel olarak çorba olarak tüketilmekte ve Türklerin geleneksel çorbası olarak adlandırılmaktadır. Üretim aşamalarından, kurutma işleminin gerçekleştirilmesi için tarhana genellikle yaz aylarında yapılır ve kış mevsiminde tüketilmektedir. Tarhana, yaş veya kuru muhafaza edilerek, tüketilmektedir.

Tarhana çorbasının hazırlanmasında kullanılan fermente edilmiş gıdalar, dünyanın birçok yerinde diyet ürünlerinin en önemli yapıtaşlarından biri olarak tüketilmektedir. Yiyeceklerin fermente edilmesi yöntemi çok eski zamanlara dayanmaktadır. Fermente edilmiş yiyecekler;

- çabuk bozulan hayvansal ve bitkisel ürünleri korur,
- malzemenin hacmini azaltır,
- ham ürünlerdeki istenmeyen faktörleri yok eder,
- besin değerini yükseltir,
- daha güvenli bir besin sağlar (Gülbandılar vd., 2012).

Fermente edilmiş gıdalar ile hazırlanan tarhana, “un ile yoğurdun karıştırılarak, biber, tuz, soğan, domates lezzet arttırıcı aromatik baharatlar ve bitkisel besinlerle harmanlandıktan sonra ve fermentasyon aşamasından geçirilerek elde edilen bir gıdadır” şeklinde ifade edilmektedir (Coşkun, 2014). Tarhana, Anadolu mutfağının temel gıdalarından olan yoğurdun bir çeşit muhafaza biçimidir (Anonim, 2004; Coşkun, 2014). Geçmişte tarhana Türklerin “kurut” olarak adlandırdıkları tuz, un, çökelek, kurutulmuş et ile hazırlanan kışın tüketilen besinler arasında bulunmakta ve tarhananın bir çeşidi olarak adlandırılmaktadır. Farsça’da ise tarhana “terhuwâne” olarak bilinmekte ve buğday kırmasının yoğurt ile karıştırıldıktan sonra hamur şekline getirilip kurutulmasıyla elde edilen çorbalık anlamına gelmektedir (Coşkun, 2014). Buna ek olarak Yakut Türkçesinde yaz aylarında hazırlanan ve kış aylarında tüketilmek için muhafaza edilen yoğurt “tar” sözcüğü olarak adlandırılmaktadır. Moğolca yoğun kıvamlı ekşitilmiş süt anlamına gelen “tarağ” kelimesi bulunmaktadır (Oğuz, 2002). *Divanü Lüğati’t Türk’* te tarhana için “tar” kelimesi kullanılmıştır. Osmanlı İmparatorluğu döneminde tarhana, “terine” ismi ile anılmaktadır (Aktaş ve Işık, 2009). Bir rivayete göre hükümdarın biri, misafir olduğu hanenin hazırladığı çorba için “Bu ne çorbası?” diye sorunca, evin hanımının “Dar Hane çorbasıdır” dediği bilinmektedir (Güler ve Konar, 1999; Coşkun, 2014).

3. KASTAMONU TARHANASI

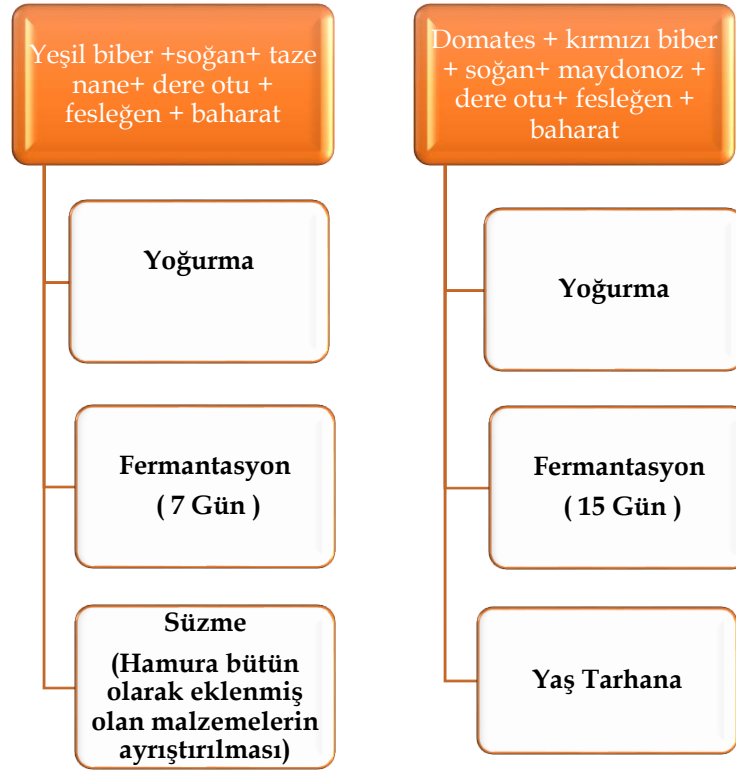
Tarhananın ilk olarak Orta Asya’daki Türkler tarafından yapıldığı bilinmektedir. Daha sonra Türkler tarafından Anadolu’ya, Orta Doğu’ya, Balkanlar’a ve bazı Avrupa ülkelerine getirilmiştir (Dağlıoğlu, 2000). Fermente bir ürün olarak tarhana yoğurt ve tahıl karışımı formudur ve Türkiye’de insanların beslenmelerinde oldukça sık yer verdikleri önemli bir yiyecektir. Tarhana, Suriye, Lübnan, Filistin, Mısır’da “kishk”, Yunanistan’da “trahanas”, Irak ve İran’da “kushuk”, Finlandiya’da “talkuna”, Macaristan’da “thanu” olarak adlandırılmaktadır (Bilgiç vd. 2006).

Üretim şeklinde de çeşitlilikler olan tarhana, farklı bölgelerde kurutma ve öğütme yapılmaksızın yaş olarak saklanarak tüketilmektedir (Erbaş, 2003; Özdemir vd., 2013). Geleneksel olarak dar bir bölgede varlığını sürdüren ve unutulmak üzere olan yaş tarhana destinasyon pazarlamasında otantik bir ürün olarak bilinmektedir. Tarhana üretimi sırasında fermantasyon açısından kendiliğinden oluşan birtakım metabolitlerin Ph düşüşüne yol açması ve mikrobiyal faaliyetleri engellemesi nedeniyle tarhana kurutulmadan uzun süre depolanabilmekte ve yaş tarhanada mevcut aromatik bileşenler tat ve aroma yönünden daha iyi korunmaktadır. Yaş tarhananın kuru tarhanaya göre laktik asit bakteri sayısının altı aylık bir inceleme sonucunda yaklaşık olarak beş kat fazla olduğu tespit edilmiştir. Fermantasyondan tüketim aşamasına, 0-4 C’de yaş olarak saklanabilmektedir (Erbaş, 2003).

Kastamonu’nun çeşitli yörelerinde evlerde hazırlanıp tüketilen yaş tarhananın hazırlanış yöntemi diğerlerine göre farklılık göstermektedir (Erbaş, 2003). Kastamonu tarhanası için yeterli miktarda süt mayalanarak yoğurt haline getirilir. Yoğurt bir hafta dinlendikten sonra içine doğranmış soğan, tuz ve karabiberle ovularak ilave edilerek, 5-10 gün bekletilir. Daha sonra içerisine yaş dereotu, kurutulmuş dereotu tohumu (darak dalı), fesleğen öğütülerek eklenir. Fermantasyonda 10 gün bekletilen yoğurt harcı her gün karıştırılarak bekletilir. Diğer taraftan domatesler ince ince doğranıp tuz ile kaynatılır, suyunu çekene kadar pişirildikten sonra diğer fermente edilen yoğurt

karışımına eklenir. Karışım hafif ateşte ısıtılır ve süzgeçten geçirilerek posası ayrılır. Un ve tuz ilave edilerek yavaş yavaş hamur haline getirilir. Bu karışıma karabiber, pul biber ve çekilmiş dereotu tohumu (darak dalı) eklenerek hamur yoğrulur. Ortalama 15 gün oda sıcaklığında fermantasyona bırakılır. Daha sonra buzdolabında muhafaza edilerek kış ayları boyunca tüketilir.

Kastamonu yaş tarhanasında ortalama bir değer ele alındığında, ph 3,77, kuru madde %51,37, kuru madde içeriğinde protein %13,37, kuru madde içerisinde tuz %9,05 olarak tespit edilmiştir (Alkan ve Özdemir, 2012). Bileşim değişkenlerini üretimin yapıldığı bölge ve yaşayan toplumun imkân ve adetlerine göre değişik ürünler eklenebilmektedir. Kastamonu yaş tarhanasının üretiminde temel tarhana hammaddelerine ek olarak dereotu tohumu kullanılmaktadır. Bu noktada oluşan bileşenler, kendine has aroma kazandırmaktadır. Diğer yöre tarhanalarından farklı olarak ikili fermantasyon yapılmaktadır. Kastamonu yaş tarhanasının üretimindeki bileşenler ile üretim teknikleri, Şekil 1’de gösterilmektedir.



Şekil 1. Kastamonu Yaş Tarhanası Üretim Metodu (Alkan ve Özdemir, 2012)

4. SONUÇ ve ÖNERİLER

Yöresel mutfak kültürü turizm destinasyonlarının çekiciliği açısından son derece önemlidir (Pamukçu vd., 2021). Yaş tarhana ise Anadolu mutfak kültürü içerisinde yer alan önemli bir yöresel üründür. Bu ürün Türkiye'nin birçok farklı ilinde farklı şekilde yapılmakta ve o şehirlerin kültürleri ile bütünleşmektedir. Türkiye'de bazı bölgelere has tarhana üretimi ve üretiminin sürdürülebilirliğinin sağlanması ekseninde araştırmalar yapılmıştır (Güler ve Konar, 1999; Erbaş, 2003; Aktaş, Cebirbay ve Işık, 2009; Alkan, Özdemir ve Çon, 2012; Gülbandırlar vd., 2012; Özdemir, Alkan ve Çon, 2013; Coşkun, 2014; Çekal ve Aslan, 2017; Gök, Sezgin ve Yıldırım, 2017). Bu araştırmada ise Kastamonu yaş tarhanasının gastronomi turizmi açısından önemi irdelenmeye çalışılmıştır.

Yapılan literatür taramasında tarhananın her yörenin önemli bir besin kaynağı olduğu görülmektedir. Anadolu toprakları üzerinde tarhana üretimi çok farklı şekillerde yapılmaktadır. Kastamonu yöresinde tarhana üretiminin diğer bölgelerdeki üretimle benzeşen ve farklılaşan

yönleri olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda çalışmada Kastamonu tarhanasının en karakteristik özelliği yaş olarak fermente edilip depolanmasıdır. Diğer yandan içerisine katılan yöresel dereotu tohumu (darak dalı) karışımı ile aromatik bir gıda elde edilmektedir. Araştırmada tespit edilen bu özellikler ile Kastamonu ili yaş tarhanasının, kendine has özellikleri olduğu sonucuna ulaşılabilmektedir. Kastamonu'daki yiyecek içecek işletmeleri mönülerinde yaygın olarak yer alan yaş tarhananın, araştırma sonucunda ortaya çıkan özellikler çerçevesinde anlatılması, tanıtılması ve ön plana çıkarılmasının destinasyon pazarlamasında oldukça önemli olduğu düşünülmektedir.

Bu bağlamda yöresel tarhana üretiminin sürdürülebilmesi ve değerinin ön plana çıkarılması amacıyla bilimsel çalışmalar çoğaltılmalıdır. Tarhana tanıtımına yönelik yapılan yiyecek ve içecek festivallerine daha fazla önem verilmesi gerekmektedir. Resmî kurumlar, sivil toplum kuruluşları ve bölge halkı iştiraki ile çeşitli programlar tertip edilmeli, il ve ilçe bazında Kastamonu yaş tarhanası tanıtım yapılmalı, üretimi yaygınlaştırılmalı, tüketimleri ise desteklenmelidir.

Kaynakça

- Akgöl Y. (2012). Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). Mersin: Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi.
- Aktaş, N., Cebirbay, M.A. ve Işık, N. (2009). Geleneksel Beyşehir Tarhanası. *II. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu*, Van, 27-29.
- Albayrak, A. (2013). Farklı Milletlerden Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşlerinin Saptanması Üzerine Bir Çalışması. *Journal of Yaşar University*, 30 (8), 5049-5063.
- Alkan, L.B., Özdemir, N. ve Çon, A.H. (2012). Kastamonu Yaş Tarhanasının Yapılışı ve Temel Özellikleri. *III. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu*, Konya, 10-12.
- Anonim (2004). *TS 2282 Tarhana Standardı*. Ankara: Türk Standartları Enstitüsü.
- Anonim (2014). Ulubey Yemekleri Tarhana Çorbası. 10 Aralık 2020 tarihinde <http://Ulubey.Brinkster.Net/Tarhana.html> adresinden erişildi.
- Arlı, M., Şanlıer, N., Küçükkömürler, S., Ersoy, Y., Yaman, M., Özgen, L., Şeren, S. ve Gümüş, H. (2002). *Yiyecek Üretimi I*. İstanbul: Turan Ofset.
- Barkat, M. S. ve Vermignon, V. (2006). Gastronomy Tourism: A Comparative Study Of French Regions: Brittany And La Martinique. *Sustainable Tourism With Special Reference to Island Sand Small States Conference*, Malta, 25-27.
- Baysal, A. (2012). *Beslenme*. 9. ed. Ankara: Hatiboğlu Yayınevi.
- Bilgic, N. (2006). Li, Adem Elgun, Selman Turker. Effects Of Various Phytase Sources On Phytic Acid Content, Mineral Extractability And Protein Digestibility Of Tarhana. *Food Chemistry*, 98, 329-337.
- Birdir, K. ve Akgöl, Y. (2015). Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3 (2), 57-68.
- Bucak, T. ve Arıcı, Ü. E. (2013). Türkiye'de Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme. *Balikesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16 (30), 203-216.
- Bulduk, S. (2007). *Gıda Teknolojisi*. 4. ed. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Canbolat, E. ve Çakıroğlu, F.P. (2015). Tarihi Çarşamba Kıvratması. *III. Uluslararası Halk Kültürü Sempozyumu'nda Sunulmuş Bildiri*, Ankara, 527-531.
- Canbolat, E., Keleş, Y., ve Akbaş, Y. Z. (2016). Gastronomi Turizmi Kapsamında Samsun Mutfağına Özgü Turistik Bir Ürün: Bafra. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 75, 87.
- Coşkun, F. (2014). Tarhananın Tarihi ve Türkiye'de Tarhana Çeşitleri. *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 9 (3), 69-79.
- Çakır, M. (2009). Destinasyon Pazarlamasında Gastronominin Rolü, *TÜROFED*, 30, 48-50.

- Çekal, N. ve Aslan, B. (2017). Gastronomik Bir Değer Olarak Tarhana ve Coğrafi İşaretlemede Tarhananın Yeri ve Önemi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1 (2), 124-135.
- Çevik, S. ve Saçılık, M. (2011). Destinasyonun Rekabet Avantajı Elde Etmesinde Gastronomi Turizminin Rolü: Erdek Örneği. *12. Ulusal Turizm Kongresi*, Düzce, 503-515.
- Dağdelen, Ş. ve Pamukçu, H. (2021). UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Gastro-Turist Profilinin Belirlenmesi: Gaziantep ve Hatay İli Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9 (1), 341-365.
- Dağdelen, Ş., Pamukçu, H., ve Tanrıseven, C. (2019). UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağında Gastronomi Alanında Yer Alan Hatay ili Instagram Hashtag Değerlendirmesi. *The Third International Congress On Future Of Tourism*, Mersin, 114-122.
- Daglioğlu, O. (2000). Tarhana as a Traditional Turkish Fermented Cereal Food. Its Recipe, Production And Composition. *Food/Nahrung*, 44 (2), 85-88.
- Durlu Özkaya, F., Sünnetçioglu, S. ve Can, A. (2013). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Rolü. *Journal of Tourism And Gastronomy Studies*, 1 (1), 13-20.
- Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) (2012). *Global Report on Food Tourism*. 03.02.2021 tarihinde http://Dtxtq4w60xqpw.Cloudfront.Net/Sites/All/Files/Pdf/Global_Report_On_Food_Tourism.Pdf, adresinden erişildi.
- Erbaş, M., (2003). Yaş Tarhananın Üretim ve Farklı Saklama Koşullarındaki Değişmeler (*Basilmamış Doktora Tezi*). Antalya: Akdeniz Üniversitesi Mühendislik Fakültesi.
- Gök, S. A., Sezgin, A. C. ve Yıldırım, F. (2017). Gastronomi Alanında Maraş Tarhanasının Değerlendirilmesi. *Aydın Gastronomy*, 1 (1), 61-70.
- Gülbandılar, A., Dönmez, M., Cankurtaran, M. ve Çeliközlü, S. (2012). Gediz Tarhanasının Kimyasal, Mikrobiyolojik ve Duyusal Özelliklerinin Değerlendirilmesi, *Türkiye 11. Gıda Kongresi*, Hatay.
- Güler, M. B. ve Konar, A. (1999). Çukurova Yöresi Tarhananın Üretim Yöntemleri ve Bileşimleri, *MKÜ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 4, (1-2), 13-24.
- Hall, C. M., & Mitchell, R. (2013). *Gastronomic Tourism*. Niche Tourism.
- Hatipoğlu, A. (2014). Osmanlı Saray Mutfağının Gastronomi Turizmi Çerçevesinde İncelenmesi. (*Basilmamış Doktora Tezi*). Sakarya: Sakarya Üniversitesi Turizm Fakültesi.
- Kaşlı, M., Cankül, D., Köz, E. N., ve Ekici, A. (2015), Gastronomik Miras ve Sürdürülebilirlik: Eskişehir Örneği. *Eko-Gastronomi Dergisi*, 1 (2), 27-46.
- M. (2011). Terekeme-Karapapak Türkleri ve Yemek Kültürü (Muş- Bulanık Çevresinde). *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(2), 415-438
- Kivela, J., Crofts, J. (2006). Tourism And Gastronomy: Gastronomy's Influence On How Tourists Experience A Destination. *Journal Of Hospitality And Tourism Research*, 30, 354-377.
- Kodaş D. (2013). Yerli Ziyaretçilerin Yerel Yiyecek Tüketim Güdülerinin Belirlenmesi: Beypazarı Örneği (*Basilmamış Yüksek Lisans Tezi*). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi.
- Larousse, L. (2009). *Larousse Gastronomique: The World's Greatest Culinary Encyclopedia*. New York, NY: Clarkson Potter.
- Marzella, D.A. (2008). Culinary Tourism: Does Your Destination Have Potential. *Travel Marketing Decisions*. 9 (2), 2-4.
- Oğuz, B. (2002). *Türkiye Halkının Kültür Kökenleri 1*, Anadolu Aydınlanma Vakfı Yayınları:7, Kültür Dizisi:5, 2. Baskı, İstanbul.
- Özdemir, N., Alkan, L. ve Çon, A. (2013). Taze ve Depolanmış Kastamonu Yaş Tarhanasının Mikrobiyolojik Kalitesi. *Alınları Zirai Bilimler Dergisi*, 23 (2), 35- 40.
- Pamukçu, H., Saraç, Ö., Aytuğar, S. ve Sandıkçı, M. (2021). The Effects of Local Food and Local Products with Geographical Indication on the Development of Tourism Gastronomy. *Sustainability*, 13 (12), 6692.
- Scarpato, R. (2000). *New Global Cuisine: The Perspective Of Post- Modern Gastronomy Studies'*. (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Melbourne: RMIT Üniversitesi.

- Shenoy, S. S. (2005). Food Tourism And The Culinary Tourist (*Basılmamış Doktora Tezi*). ABD: Clemson Üniversitesi Graduate School.
- Şanlıer, N. (2005), Yerli ve Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı Hakkındaki Görüşleri. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25(1), 213-227.
- Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB), (2015). *TÜRSAB Gastronomi Turizmi Raporu*. 12.03.2021 tarihinde <http://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastro> adresinden erişildi.