

Birbirine Yakışan Gıda Ürünlerinin Gastronomideki Yeri

The Place of Compatible Food Products in Gastronomy

Oğuz ÇAM^a 

^a Yüksek Lisans Mezunu, Kastamonu Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ABD, İnanç Turizmi Programı, Kastamonu, Türkiye.

Özet

Bireylerin yaşamlarında yüksek derecede önem arz eden alanlar vardır. Gastronomi de bunlardan biridir. Gastronomi, geçmişten günümüze mevcut ve olası potansiyel ve etkilerini artıran alan olma özelliği taşımaktadır. Gastronomi, yiyecek ve içeceklerin ön plana çıktığı alan olarak dikkat çekmektedir. Yiyecek ve içecek temelli bu alan dünya üzerinde önemli çekicilik oluşturmaktadır. Pek çok insanın gastronomi amaçlı seyahatler gerçekleştirdiği bilinmektedir. İnsanların bu seyahatlerde gastronomik gelişim ve değişimleri deneyimleme istekleri de ön plana çıkmaktadır. Bu doğrultuda bir hareket eylemi gerçekleştirilmesi hedeflenerek gastronomi kapsamında birbirine yakışan gıdalarla ilgili bu çalışmanın yapılması amaçlanmıştır. Bu çalışmada birbirine yakışan gıda ürünlerinin gastronomideki yeri ele alınmıştır. Çalışma, derleme şeklindedir. Çalışmada sonucunda birbirine yakışan gıda ürünlerinin gastronomi alanında yoğun olarak değerlendirildiği ve önemli olduğu ortaya çıkmıştır. Bulgular ışığında konuyla ilgili olarak çeşitli önerilerde bulunulmuştur. Genel olarak bu çalışmayla gastronomi alanyazınına katkılar sağlanacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Yiyecek, İçecek.

Makale Bilgisi

Geliş Tarihi 18.11.2023
Kabul Tarihi 28.12.2023

Sayı Editörü


Hacer ARSLAN KALAY

Abstract

There are areas of high importance in individuals' lives. Gastronomy is one of them. Gastronomy is a field that increases its current, and possible potential, and effects from past to present. Gastronomy attracts attention as the area where food, and beverages come to the fore. This food, and beverage-based field creates significant appeal around the world. It is known that many people travel for gastronomy purposes. People's desire to experience gastronomic developments, and changes also comes to the fore during these travels. Aiming to take action in this direction, it is aimed to carry out this study about foods that go well together within the scope of gastronomy. In this study, the place of food products that go well together in gastronomy is discussed. The study is in the form of a compilation. As a result of the study, it was revealed that food products that go well with each other are intensively evaluated, and important in the field of gastronomy. In the light of the findings, various suggestions have been made on the subject. In general, it is thought that this study will contribute to the gastronomy literature.

Keywords: Gastronomy, Food, Beverage.

Sorumlu Yazar

Oğuz Çam
oguzcam911@gmail.com 

Önerilen Atıf:

Çam, O., (2023). Birbirine Yakışan Gıda Ürünlerinin Gastronomideki Yeri. *Journal of Academic Tourism Studies*, 4(2): 109-139.

1. GİRİŞ

Yiyecek ve içecek konusunda ön plana çıkan konular vardır. Gastronomi de bu konular içerisinde önemli bir yere sahiptir. Gastronominin temeli, varlığı ve gücü yiyecek ve içeceklerle ilgilidir. Yiyecek ve içecekler, insanların yaşamaları için tüketmek zorunda oldukları belli başlı gereksinimlerinden (Belpınar, 2014; Kurnaz, 2017; Çam ve Çılgınoğlu, 2021; Çılgınoğlu vd., 2022). Bundan dolayı da gastronomik gelişim, değişim ve trendler insanların hayatlarında önemli bir konuma sahiptir. Ayrıca gastronomi konusu ekonomik, turistik ve sosyolojik yönlerden insanlar üzerinde çekicilik etkisi uyandırmaktadır. Bu görüşe ilave olarak; gastronomi uluslararası ve ulusal arenalardaki potansiyel, önem ve hareketliliğini artırmaya devam etmekte ve bu konudaki dikkatleri üzerine çekmektedir. Bu noktadan hareket ederek gastronomi konusu üzerine bir çalışma yapma girişiminde bulunulmuştur. Çalışmanın ana hatlarına ilişkin bilgiler yöntem, bulgular ve analiz bölümlerinde detaylı olarak verilmiştir.

2. GASTRONOMİ

Gastronomi kelimesi, etimolojik bakımdan irdelendiğinde Yunanca gastro ve nomos kelimelerinin bir araya gelmesinden ortaya çıkmaktadır. Gastro kelimesi, mide anlamını; nomos kelimesi de, kanun, kaide veya düzenleme anlamlarını taşımaktadır. Bu nedenle gastronomi, yeme ve içme ile ilgili kural ve normlara uyumla ilişkilidir. Gastronomi kelimesinin kelime anlamından yola çıkıp gastronominin; nelerin, ne denli, nasıl, hangi şekilde, nerede ve ne zaman yenilip içileceği ile ilgili tavsiye ya da kılavuz özelliği taşıdığı neticesine erişilebilmektedir (Santich, 2004; Çılgınoğlu ve Çam, 2021). Gastronomi, yapısında ihtiva ettiği tüm sanatsal ve bilimsel unsurlar ile yiyecek ve içeceklerin tarihsel gelişme sürecinden başlayıp tüm niteliklerinin detaylı biçimde kavranması, uygulama eyleminin gerçekleştirilmesi ve geliştirilip hâlihazır şartlarına entegre edilmesi etkinliklerini içeren disiplindir (Eren, 2007; Çam ve Çılgınoğlu, 2021). Gastronomi, güzel tertip edilen, sağlığa uygun, lezzetli ve hoş mutfak, yemek tertibi sistemidir (Ünlü ve Dönmez, 2008). Gastronomi, belirli bölge ve ülkeler ile ilgili mutfak âdetlerini de içerisinde barındıran iyi yeme ve içme sanatı ve bilimidir (Hatipoğlu, 2010; Çam ve Çılgınoğlu, 2021). Gastronomi, ayrıca bir kültür ve sanat felsefesidir (Öney, 2016; Çılgınoğlu ve Güleç, 2022). Gastronomiye ilişkin topluluk üzerinde oluşan algılar ve uzmanlar tarafından yapılan değerlendirmeler tarihsel süreç içerisinde sağlanan iktisadi, sosyolojik, toplumsal yapı konuları doğrultusunda farklılık göstermektedir (Navarro vd., 2012). Buna göre; gastronomiye, bireylerin en iyi şekilde beslenmeleri için bilimsel olarak inceleme yapma, iyi yemek için rehberlik etme ve son zamanlarda da turizm ve kültür ile ilişkiler kurma yönünde manalar yüklendiği de göze çarpmaktadır (Aydın, 2016; Çılgınoğlu ve Çam, 2021).

Gastronomi konusunda amaç, olası en iyi beslenme ile bireyin hastalıklardan korunmasına ve hayattan haz almasına yardımcı olunmasıdır. Gastronomi alanında; yenilebilir tüm maddelerin hijyenik olabilen ancak sağlığa uygun olması gerekmeyen şekilde en yüksek göz zevkini ve damak tadını amaçlayıp, yemeye hazır biçimde sofraya getirilmesine kadar geçip giden bir süreç vardır. Yiyecek ve içeceklerin hazırlanıp sunumunun yapılması, bilinenin ötesinde bir sanatı ifade etmekte olup, durum da gastronominin sanat açısının gözler önüne serilmesine yardımcıdır. Bu noktada en kayda değer husus, gastronomi sanatının kişinin varoluşundan günümüze kadar uzanan bir yolculuk eylemi olmasıdır (Akgöl, 2012; Uçuk, 2017; Aldemir, 2021; Çam ve Çılgınoğlu, 2021; Osmanlar ve Menemenci Bahçelerli, 2021). Başka bir deyişle kişi ihtiyaçları merdiveninin en alt basamağında bulunan yeme ve içme hadisesi, sanatsal-gastronomik bir yaklaşım ile merdivenin en üst basamağına yani kişinin kendini gerçekleştirme ve kendi kapasitesinin farkına varması ile başarının bununla beraber sağlanmasına değin yükselebilmektedir (Akgöl, 2012; Cao vd., 2013; Kula ve Çakar, 2015; Çam ve Çılgınoğlu, 2021). Bireyin bütün duyu organlarına hitap edebilen gastronomi estetik değerlerin hepsini bünyesinde taşımaktadır. Yiyecek ve içeceklerin; görsel, işitsel, tatsal ve lezzet açısından insanlar üzerinde iyi bir izlenim oluşturmaya ilişkin çalışmalar yürütülmekte ve emek gösterilmektedir. Bu nedenle yapılan her yemeğin tabağı ve sunumu yapılan içkinin bardağı neredeyse güzellik ve estetik endişeleri ile oluşturulmaya çaba sarf edilen sanat

eserinin kapsamını belirtmektedir. Bu çerçevede gölge, ışık, renkler doğal kompozisyonlarını bulur iken; kıvam ve aromalar ise bu esere farklı bir hava katıp, toplulukta bir ruhun ortaya çıkmasına destek olmaktadır (Akgöl, 2012; Çam ve Çılgınoğlu, 2021).

Seneler içinde değişim ve gelişim kaydeden gastronomi yeni yaklaşımların ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Gastronomi kapsamında yaşanan gelişmeler sağlıklı yiyeceklerin sunumunu ve kültürel bağları koruyarak yöresel yemeklerin varlığını devam ettirme, yemek tecrübelerini daha iyi hale getirme, tüketim amaçlı çeşitli yollar bulma gibi etkiler meydana getirmektedir. Nörogastronomi, moleküler mutfak gibi yaklaşımlar kişilerin gıdalardan aldıkları hazları artırmaya yönelik geliştirilen trendler olarak gastronomide yer almaktadır (Yıldız ve Yılmaz, 2020; Çılgınoğlu ve Çılgınoğlu, 2022).

Gastronomik ürünler, ön plana çıktığı konumlara marka tanıtımı ve turistik popülerlik açısından önemli seviyede avantajlar sağlamaktadır. Bu durum da gastronomik ürünleri gastronomi turizmi konusunda önemli kılmaktadır (Çılgınoğlu ve Güner, 2021). Bundan dolayı turistik destinasyonlarda gastronomi alanına önem verilmesi, bu tür destinasyonların turistik, sosyolojik ve ekonomik bakımdan ilerleme sağlaması için önem arz etmektedir.

3. YÖNTEM

Bu çalışmanın yöntemi, derleme olup; bu kapsamda derleme tiplerinden olan geleneksel derleme çalışması ortaya konmuştur. Geleneksel derleme, belli konuda yayımlanan iki ya da daha çok çalışma üzerinde değerlendirme gerçekleştirilerek bulgu, sonuç ve değerlendirmeleri sentezleyen çalışmalar olup, çoğunlukla ilgili alanda uzmanlar tarafından belli metot izlenmeksizin, çeşitli yollarla ve çeşitli kaynaklardan elde edilen bilgilerin derlendiği yazılardır (Burns ve Grove, 2009; Moula ve Goodman, 2009; Gerrish ve Lacey, 2010; Karaçam, 2013).

Bu çalışmanın amacı, birbirine yakışan gıda ürünlerinin gastronomideki yerine açıklık getirmektir. Bu tür bir çalışmaya alanyazında rastlanmaması araştırmanın özgünlüğünü ortaya koymaktadır. Birbirine yakışan gıda ürünleri, gastronomi konusunda büyük bir potansiyel, önem ve hareketlilik teşkil etmektedir. Bundan dolayı bu konuda çalışma gerçekleştirmenin önemli ve gerekli olduğu düşünülmektedir. Ayrıca bu çalışmanın söz konusu alanyazındaki (gastronomi konusunda) eksikliğin de ortadan kaldırılması konusunda katkı sağlaacağı düşünülmektedir. Çalışma kapsamında genel bir biçimde alanyazın taraması yapılmıştır. Sonrasında literatür destekli açıklamaya ve yorumlamaya dayalı bir yaklaşım benimsenmiştir.

4. BULGULAR VE ANALİZ

Öncelikle genellikle birbirine yakışan gıda ürünleri; yiyecekler, içecekler ve yiyecekler-içecekler kategorileri içerisinde aşağıdaki tabloda (tablo 1) ifade edilmiştir. Söz konusu gıda ürünlerinin isimleri, gastronomi alanyazınının temel şekilde incelenen, bu kapsamda elde edilen ve belirtilmesi gerektiği düşünülen önemli bilgilerin yazarın görüşüne dayalı halidir. Bu kapsamda öne sürülen birtakım atıfların da çeşitli yönlerden (parça-bütün ilişkisini güçlendirme, genel önemini artırma, kapsamını genişletme ve geliştirme vb.) söz konusu çalışmaya olumlu etkiler sağladığı düşünülmektedir.

Tablo 1. Birbirine Yakışan Gıda Ürünleri

BİRBİRİNE YAKIŞAN GIDA ÜRÜNLERİ					
Yiyecekler		İçecekler		Yiyecekler-İçecekler	
Bal-Kaymak	Balık-Ekmek	Çay-Kahve	Salep-Boza	Baklava-Ayran	Bal-Süt
Balık-Salata	Beyaz Çikolata-Bitter Çikolata-Sütlü Çikolata	Soda-Ayran	Türk Kahvesi-Su	Balık-Mezeler	Bira-Cips
Börek-Çörek	Çiğ Köfte-Marul			Bira-Fıstık	Bisküvi-Süt
Dolma-Yoğurt	Domates-Salatalık			Cips-Kola	Çay-Bisküvi

Döner-Pilav	Ekmek-Üzüm			Çay-Kek	Çiğ Köfte-Ayran
Fındık-Fıstık	Fıstık-Soslu Mısır			Döner-Ayran	Dürüm-Ayran
Ispanak-Yoğurt	Kabak Tatlısı-Ceviz			Gözleme-Ayran	Hamburger-Kola
Karniyarik-Cacık	Karpuz-Beyaz Peynir			Kahve-Bisküvi	Kahve-Çikolata
Kavun-Beyaz Peynir	Kavun-Karpuz			Kahve-Kek	Kebab-Şalgam Suyu
Ketçap-Mayonez	Kırmızı Et-Pilav			Kek-Limonata	Kırmızı Şarap-Biftek
Kırmızı Et-Tavuk	Kokoreç-Midye			Kokoreç-Ayran	Kokoreç-Şalgam Suyu
Köfte-Ekmek	Köfte-Pilav			Kola-Çekirdek	Limon-Çay
Kuru Fasulye-Pilav	Kuru Fasulye-Pilav-Cacık			Menemen-Çay	Patates Kızartması-Kola
Kuru Fasulye-Pilav-Turşu	Kuru Pasta-Yaş Pasta			Patlamış Mısır/Cin Mısır-Kola	Peynir-Yoğurt-Süt
Kuru Üzüm-Leblebi	Lahmacun-Salata			Pizza-Kola	Rakı-Balık
Manti-Yoğurt	Midye-Limon			Rakı-Mezeler ¹	Simit-Ayran
Musakka-Cacık	Nane-Limon			Simit-Çay	Sosisli Sandviç-Kola
Nohut-Pilav	Patates Kızartması-Kızartılmış Tavuk-Soğan Halkası			Türk Kahvesi-Su-Lokum	
Patates Kızartması-Köfte	Patates Kızartması-Sosis				
Patlamış Mısır/Cin Mısır-Çekirdek	Peynir-Zeytin				
Pilav-Cacık	Salam-Sucuk-Sosis				
Sarımsak-Yoğurt	Simit-Peynir				
Soğan-Sarımsak	Sosisli Sandviç-Patates Kızartması				
Sucuk-Ekmek	Sucuk-Yumurta				
Tahin-Pekmez	Tavuk-Pilav				
Tereyağı-Bal	Ton Balığı-Mısır				

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Yiyecekler

Bal ve kaymak, çoğunlukla kahvaltılarda tüketilen ürünlerdir. Ayrıca bu tür ürünler tatlı yapımında da kullanılmaktadır. Bal ve kuru kaymak birbirine çok yakışmakta olup, arasına toz şeker serpilip kilerlerde stoklanan kuru kaymak ve balın iyi bir lezzeti vardır (Pekşen, 2011). Kaymak üretiminde çeşitli gıda ürünleri (kuru yemişler, soslar, karamel, bal gibi) değerlendirilerek daha fazla beğenilip tüketilmesi sağlanabilmekte veya bu tüketim durumu artırılabilir. Ayrıca kaymak temelli yeni ürün veya ürünlerin geliştirilmesi ve çeşitliliği sağlanabilmektedir.

¹ Mezelerin hem yiyecek hem de içecek olabildiği düşünüldüğünden söz konusu gıda ürünlerine bu kategori (yiyecekler-içecekler) altında yer verilmiştir.

(Bağlayıcı vd., 2022). YouTube videolarına en fazla konu olan Türk sokak yiyecekleri arasında bal ve kaymağın da yer aldığı bilinmektedir (Yayla, 2021). Bu bilgiler ışığında bal ve kaymağın gastronomi bağlamında tanıtım ve pazarlama eylemleri açısından değer taşıdığını ifade etmek mümkündür.

Balık ve ekmek, birbirini iyi şekilde kombin eden ürünlerdir. Balık ekmek tüketmek iyi bir tercihtir. Bu tür yiyecekler isteğe göre limon da sıkılabilmektedir. Balık ve ekmeğin kombinasyonundan meydana gelen ve kayda değer sokak lezzeti olan balık ekmek, varış yeri kimliğinin meydana gelmesinde ve varış yerinin pazarlanmasında kayda değer bir cazibe ögesidir (Demir vd., 2019). İnsanları balık ekmek tüketmeye yönelten motivasyonlardan bazılarının; fiyat, toplumsal etkileşim, doğal çevre ve başka turistik cazibe ögeleri ve hizmet süresidir (Demir vd., 2019). Türk sokak lezzetlerinden olan balık-ekmeğin YouTube videolarına sıklıkla konu olduğu görülmektedir (Yayla, 2021). Bu da söz konusu gıda ürünlerinin gastronomi bağlamında tanıtım ve pazarlama eylemleri açısından değer arz ettiğini göstermektedir.

Balığın yanında salata da yenmektedir. Salata kalori açısından uygun (Baysal, 1992) ve dengeli bir ürün olarak görülmektedir. Ayrıca balık ve benzeri gıda ürünlerinin beraberinde genellikle ayran gibi içecekler tercih edilmeyip diğer içeceklerin tercih edildiği düşünülmektedir. Batı Akdeniz kentlerine ait mutfak kültürü ele alındığında balık kültürünün hâkim olduğu Antalya kentinde balıkla beraber tüketilen salatanın varlığı söz konusudur (Şengül ve Türkay, 2016). Yerli-yabancı turistlerin sevdikleri gıda ürünlerinden biri, ton balıklı salata (Şanlıer, 2005). Bu da hem gastronomik hem de turistik talep bakımından olumlu etkiler meydana getirmektedir.

Beyaz, bitter ve sütlü çikolatalar, gastronomi alanında iyi bir kombinasyona sahiptir. Bu ürünler, şekerlemeler seven kişiler tarafından tüketilebilmektedir. Ayrıca bu tür ürünler çocuklar açısından da büyük potansiyel ve önem teşkil etmekte ve çocuklar üzerinde birtakım albeni oluşturabilmektedir. Hâlihazırda fazla türlü renk ve kalıplarda çikolatalar hazırlanabilmekte olup, bunlar arasında beyaz, bitter ve sütlü çikolatalar da vardır. Bunlar farklı kakao likörü, kakao yağı, süt yağı miktarına sahiptir. Bunun sonucunda karbonhidrat, yağ ve protein miktarları da farklılaşmaktadır (Afoakwa, 2007; Koca, 2011).

Börek ve çörek, beraber tüketilen besinler arasındadır. Çeşitli sıcak ve soğuk içeceklerin eşliğinde bu yiyeceklerin tüketildiği bilinmektedir. Bu yiyeceklerin etli, tavuklu ve sebzeli olarak yapılabildiği, türlü baharatlar ile tadının artırılabilirdiği bilinmektedir. Hamur işlerinde öne çıkan börek ve çörek, iyi bir kombin oluşturan, geniş üretim ve tüketim alanına sahip olan ürün ikilisidir (Koca, 2016; Bedir, 2018; Aysin, 2019). Ayrıca türlü eğlenceler ile kutlanan Hıdırellez için börek, çörek vb. gıda ürünleri hazırlanabilmekte, türlü mesire alanlarına gidilebilmektedir (Aktaş, 2008: 13; Curoğlu vd., 2022).

Çiğ köfte ile marul birbirini iyi tamamlamaktadır. Çiğ köftenin genellikle marul ve benzeri yeşil renkli sebzelerin içerisine konarak tüketilebildiği de göze çarpmaktadır. Çiğ köfte ve marulun iyi bir kombinasyon elde ettiği, çiğ köftenin marulun arasına konarak veya ayrı ayrı hazırlanarak satışının, servisinin ve tüketiminin gerçekleştirilebileceği düşünülmektedir. Ayrıca isteğe bağlı olarak bu kapsamda limon da kullanılabilir (Daglioglu vd., 2005; Keskin vd., 2018; Aksoy, 2021; Dümen vd., 2023; Özbay vd., 2023).

Dolma ve benzeri yemeklerin yoğurtla beraber tüketildiği ve iyi bir kombinasyon oluşturduğu görülmektedir. Yoğurt bu tür yemeklerin üzerine dökülerek yenebildiği gibi, ayrı ayrı olarak da yenebilmektedir. Ayrıca birtakım tüketicilerin çeşitli yeşil renkli sebzeler ve farklı baharatları yoğurdun içerisine katarak yoğurdun tadını artırmayı hedefledikleri düşünülmektedir. Türk mutfağında pek fazla türlü malzemeler (kabak, pazı, dolma biber, lahana, domates, patlıcan vb.) değerlendirilerek ve iç harç hazırlanarak dolma yemekleri yapılabilmekte olup, bu mutfağın yapısından yer alan dolma yemeklerinin de çoğunlukla yoğurtla birlikte servis edildiği görülmektedir (İdacıtürk ve Uygungöz, 2023). Yine ayrıca etli dolmaların çoğunlukla yoğurtla birlikte servis edildiği göze çarpmaktadır (Baysal, 1988, Baysal vd., 1996; Büyüktuncer ve Yücecan, 2009).

Domates ve salatalık iyi bir kombinasyon meydana getirmektedir ve sağlıklı ürünler olarak görölmektedir. Bu tür ürünler genellikle kahvaltılıklarda, sandviç yapımlarında, salatalarda ve sağlıklı yemeklerin yapımlarında bir element olarak değerlendirilmektedir. Bu tür ürünlerin mümkün olabildiğince organik olanlarının değerlendirilmesi sağlık açısından önem taşımaktadır. Domates ve salatalık, dünya ve Türk mutfağında, bilhassa da kahvaltı öğünlerinde büyük yere ve öneme sahiptir (Çekal ve Doğan, 2021). İyi bir uyum oluşturan domates ve salatalık salataların da ana malzemesi olabilmektedir (Büyüktuncer ve Yücecan, 2009).

Döner ve pilav, yan yana yakıŖan ikilidir. Bu iki ürün çoğunlukla pilav üstü döner şeklinde kombine edilerek tüketilebilmektedir. Döner yapımlında kırmızı et veya tavuk eti tercih edilebilmektedir. Ayrıca gastronomik açıdan önem arz eden tereyağı ve salçalı veya domatesli sosların dönere çok yakıŖtığını belirtmek uygundur. Döner ve pilav, birbirini iyi tamamlayan gastronomik ürünler olup, türlü menülerin içerisinde bulunabilmektedir (Tutuş vd., 2013). Düşün yemeklerinde döner ve pilav servisinin ve tüketiminin gerçekleştirilebildiğı de görölmektedir (Karakeçili vd., 2017). Ayrıca sokak lezzetleri çerçevesinde önem taşıyan döner ve pilav, yoğun olarak sunumu ve tüketimi yapılan, gastronomik yönden değer taşıyan bir ürün bileşimi olarak görölebilmektedir (Altunbağ ve Yılmaz, 2019).

Ekmek ve üzüm birlikte tüketildiğı zaman iyi bir kombin oluşturmaktadır. Ekmeğın taze olması, üzümün de çok ekşi olmayıp sulu olması bu noktada önem taşımaktadır. Ekmek ve üzüm, iyi bir birlikte meydana getirmekte ve türlü zamanlarda (öğlenleri gibi) tüketilebilmektedir (Uzel, 1972). Kuru üzüm ve ekmeğın severek yendiğı de göze çarpmaktadır (Alpaslan vd., 2018). Kuru üzüm, ekmek sanayisinde kayda değer düzeyde değerlendirilen bir gıda maddesi olarak görölebilmektedir (Demiray ve Hatırlı, 2021). Konuyla ilgili olarak; ekmek sanayisinde açık sarı renkli kuru üzüm talebi de git gide artış göstermektedir (Boztepe, 2012).

Fındık ve fıstık, beraber tüketildiğı an iyi lezzet veren çerezler arasında yer almaktadır. Bu tür yiyecekler çeşitli kutlamalarda ve toplu etkinliklerde sıkça değerlendirilmektedir. Fındık ve fıstık, protein ihtiva eden, kabuklu ve yağlı kuru yemişlerden olup, bu kapsamda ön plana çıkabildiğı düşünülmektedir (Ünver ve Ünüsan, 2005; Öztürk ve Besler, 2008). Fındık ve fıstık türlü ürünlerin yapımlında (örneğin; lokum) değerlendirilebilmektedir (Batu ve Molla, 2008). Fıstık ve soslu mısır, birbirini iyi tamamlayan gıda ürünleri olarak görölmektedir. Hem Antep fıstığı hem de yer fıstığı soslu mısırın yanında iyi gitmekte olup, ancak yer fıstığının soslu mısıra daha çok yakıŖtığını düşünülmektedir. Gastronomide kayda değer bir konuma sahip olduğı düşünülen soslu mısır çerezi (Ocak Demir, 2010) fıstıkla birlikte iyi bir lezzet oluşturmaktadır. Soslu mısır taneleri, doymamış yağ asitleri açısından zengin olmasından dolayı her yaş grubu için yararlı özelliktedir. Lezzet yönünden tuzlu fıstıkla iyi bir uyum yakalamaktadır (Yemek, 2015).

Ispanak ve yoğurt, beraber iyi lezzet veren ve sağlıklı görünen gıda ürünleri arasında bulunmaktadır. Bu tür yiyecekler diyet listelerinde, yöresel menülerde, esnaf lokantalarında ve benzerinde bulunabilmekte, sağlıklı gıdaların tüketimi noktasında da dikkat çekmekte ve önem arz etmektedir. Ispanak ve yoğurt arasında iyi bir uyum bulunmakta olup (Yıldız vd., 2018), bu gastronomik ürünlerin bileşiminden ortaya çıkan bir yemek olan yoğurtlu ıspanak, gastronomi yönünden önemli olarak görölen ürünler arasında gelmektedir (Dilek, 2018). Bu gastronomik ürünün özellikle yöresel mutfak ve yemek kültürü kapsamında önemli bir yere sahip olduğı düşünülmektedir.

Kabak tatlısı ve ceviz, birbirini iyi kombinlenen ürünlerdir. Çoğunlukla kabak tatlısı ana ürün, ceviz yan ürün olarak değerlendirilmektedir. Ceviz, kabak tatlısının üzerine bütün olarak ya da toz haline getirilip konarak servis edilebilmektedir. İsteğe bağılı olarak cevize benzer kuru yemişler de (fındık, fıstık, badem vb. gibi) bu kapsamda değerlendirilebilmektedir. Kabak tatlısı ile cevizin birbirine yakıŖabileceğı düşünülmektedir. Ayrıca kabak tatlısının yapımlında ceviz değerlendirilebileceğı ya da söz konusu tatlının üstüne ceviz konup ürünün bu şekilde servis edilebileceğı bilinmektedir (Batu ve Batu, 2016; Erbil ve Yılmaz, 2018; Coşan ve Sevim, 2019; Kızıldemir, 2019).

Karnıyarık ve cacık ikilisi birbirine iyi yakışmaktadır. Cacığın içerisinde nane ve benzeri gibi baharatlar konularak bu ürünün tadı ve ferahlık etkisi artırılabilir. Cacığın içerisinde bulunan salatalık ve benzeri malzemelerin standart olarak doğranmasına, kaliteli ve taze olmasına da dikkat edilmesi gerekmektedir. Markaların reklam afişlerinde geleneksel Türk sofraya ait masalar görülebilmekte ve bu masalarda da diğer gastronomik ürünlerle beraber karnıyarık ve cacık da görülebilmekte olup (Bakar Fındıkcı, 2021), bu iki ürünün iyi bir kombinasyon sağladığı düşünülmektedir. Ayrıca konuyla ilgili olarak; 'Pepee' isimli bir çizgi dizi mevcut olup, bu çizgi dizide Türk kültüründen türlü örneklerin verildiği görülmektedir. Örneğin; Pepee, bu çizgi dizi çerçevesinde birtakım zamanlar karnıyarık ve cacık tüketen bir Türk çocuğu olarak işlenmiştir (Aydın, 2018). Bu durum da karnıyarık ve cacığın gerek sosyal medya gerekse de televizyonculuk yardımıyla gastronomik bilinirlik elde etmesine olanak sağlamaktadır.

Karpuz ve beyaz peynir birbirini iyi kombinleyen ürünler arasında yer almasıyla dikkatleri üzerine çekmektedir. Bu ürünler sıcak havalarda serinlemek ve haz almak için güzel tercihtir. Birbirine yakışan beyaz peynir ve karpuz bilhassa hava sıcaklığının yüksek olduğu zamanlarda serinlemek amaçlı yenebilmektedir. Ayrıca peynir ve karpuz birlikte yendiğinde tokluk hissinin meydana gelmesine ya da bunun artışına katkı sağlayabilmektedir (Yeni Asır, 2020; Şimşek ve Öztürk, 2022; Turuncu Dergisi, 2023). Karpuzun serinlik kazandıran lezzeti, protein açısından zengin peynir ile buluşunca tatlı ve tuzlu dengesini oluşturmaktadır. Sindirim sistemine iyi gelen bu lezzet, aynı zamanda bedenin sıvı gereksiniminin yerine getirilmesine de katkı sağlamaktadır (Habertürk, 2021).

Kavun-beyaz peynir birbirini iyi kombinleyen ürünler arasında bulunması ile dikkatleri üzerinde toplamaktadır. Bu ürünler sıcak havalarda serinlemek ve haz almak için iyi birer seçimdir. Kavun ve beyaz peynirin iyi bir ikili oluşturduğu düşünülmekte olup, beyaz peynir bilhassa sıcak yaz günlerinde soğuk kavunla birlikte tüketilebilmektedir (Şimşek ve Öztürk, 2022; Yeni Asır, 2020). Kavun ve karpuz, gastronomi kapsamında önemli olarak görülen meyve ikilisidir. Bu meyveler iyi bir kombin oluşturmakta ve gastronomi dünyasında adından söz ettirmektedir. Bu meyveler arzuya bağlı olmak üzere direkt şekilde yenilebildiği gibi, sıkılarak da suyu çıkarılıp içilebilmektedir.

İyi bir uyum sağlayan kavun ve karpuzun hem dünyada hem de Türkiye'de sıklıkla üretimi ve tüketimi gerçekleştirilebilmektedir (Baran ve Gökdoğan, 2014). Hem kavun ve ürünleri hem de karpuz ve ürünleri gerek beslenmede gerekse gastronomide kayda değer bir yere ve öneme sahiptir (Teksoy, 2020).

Ketçap ve mayonez, birbirine yakışan ve ün yapmış ikililer arasında gelmektedir. Bu tür ürünler tostlara, patates kızartmalarına ve çeşitli fast food ürünlerine isteğe bağlı olmak üzere konularak istenen tat alınmaya çalışılmaktadır. Bu tür ürünlerin uygun sıcaklıkta saklanmasına dikkat edilmelidir. Aksi bir durumun gerçekleşmesinde çeşitli sağlık sorunlarının baş göstermesi ve servis edilen ürünlerin lezzet seviyesinde azalma görülmesi söz konusu olabilmektedir. İyi bir kombinasyon meydana getiren gastronomik ürünler olarak görülen ketçap ve mayonez çeşitli gastronomik ürün veya ürünlerin tatlandırılmasında ya da değerlendirilmesinde kullanılabilir (Kınay, 2013). Ketçap ve mayonezin yaygın bir şekilde kullanımı olup, birtakım kişiler de sıklıkla ketçap ve mayonez tüketebilmektedirler (Çapanoğlu ve Boyacıoğlu, 2006; Türk vd., 2017).

Kırmızı et ve pilav, iyi uyum elde eden ikililerdendir. Kırmızı etler genellikle çeşitli ana ve yan ürünler ilave edilip kızartılmakta, haşlanmakta veya fırınlanmakta, daha sonra ise pilavın üzerine dökülerek servis edilebilmektedir. Kırmızı et ve pilav, uyum içerisinde olan gastronomik ürünlerdendir. Kırmızı et ve pilav ürünleri türlü faaliyet, aktivite ve merasimlerde (örneğin; cenaze, düğün, sünnet, bayram yemekleri gibi) servis edilebilmektedir (Işık vd., 2017; Şahinbaş, 2018; Çiftçi, 2019; Yeni Adım, 2023).

Kırmızı et ve tavuk gerek gastronomi gerekse de sağlık yönünden değerli görülen gıda ürünleri arasında yer almaktadır. Ayrıca bu ürünler çeşitli ülke mutfaklarında çok önemli yere ve potansiyele sahiptir. Kırmızı et ve tavuk, birbirini iyi tamamlayan ve dengeli beslenme açısından da

önem taşıyan gastronomik ürünler arasında yer almaktadır (Doğan, 2019). Et ve tavuk ürünlerinin kaşık, çatal, bıçak yardımıyla tüketilebildiği gibi, elle de tüketilebildiği bilinmektedir (Güler, 2010). Kırmızı et ve tavuk etinden yapılan çeşitli ürünler (et döner, tavuk döner gibi) gastronomi anlamında talep oluşturmakta ve gastronominin gelişimine olumlu etki etmektedir (Öksüztepe ve Beyazgül, 2014). Kırmızı et ve tavuk eti, gündelik alınması gereken protein oranının kayda değer bir bölümünü barındıran, hayvansal protein kaynağı olan gıda ürünleridir (Doğan, 2019).

Kokoreç ve midye birbirini iyi kombine etmekte ve gastronomik anlamda geniş bir kullanım alanına ve üne sahip olmaktadır. Bu tür ürünlerin yapımında ve tüketiminde dikkatli olunması gerekmektedir. Bu tür ürünlere sokak lezzetleri sunan satıcılarda da rastlanabilmektedir. Bu noktada ise hijyen ve sanitasyon kurallarına önem verilmesi ve bu doğrultuda dikkatli davranışların sergilenmesi tüketici yönünden önem arz etmektedir. Aksi bir durumun yaşanması halinde türlü sağlık sorunlarının görülmesi mümkündür. Kokoreç ve midye, Türk sokak lezzetlerinin başlıcaları arasında yer almaktadır (Ballı, 2016; Demir vd., 2018). Kokoreç ve midye iyi bir kombin oluşturmakta, sunumu ve tüketimi gerçekleştirilebilmekte, hatta türlü dizi ve sinema filmlerine konu olabilmektedir (Demir vd., 2019; Uygun vd., 2021). Yine hatta kokoreç ve midye gastronomi yönünden zenginlik ve çeşitlilik sağlamasından dolayı gastronomi turizminde de önemlidir (Demir vd., 2019).

Köfte ve ekmek birbirine güzel yakışmaktadır. Bu tür ürünler yiyecek-içecek işletmelerinden başka sokak lezzetleri sunan satıcılarda da satılabilmektedir. Köfte-ekmeğin salata ve çeşitli baharatlar ile harmanlanarak lezzetinin artırılmaya çalışıldığı düşünülmektedir. Köfte ve ekmek iyi kombin oluşturmakta, hızlı ve hazır yemek sektörlerinde ilgi görmekte, ön plana çıkmakta ve önem taşımakta, gastronomi yönünden cazibe oluşturmakta, satışı, sunumu ve tüketimi gerçekleştirilebilmektedir (Elmacıoğlu, 1996; Cumhur, 2020). Ayrıca türlü dizi ve sinema filmlerine konu olabilen (Uygun vd., 2021) ve sokak lezzetlerinden olan köfte-ekmeğin yenmesinin türlü sebepleri olabilmekte, bu sebeplerden birinin ise beslenme ihtiyacını karşılamak olduğu düşünülmektedir (Yıldırım ve Albayrak, 2019). Bu noktadan da anlaşılabileceği üzere beslenme ihtiyacı gastronomi açısından bir çekicilik oluşturmaktadır. Yine konuyla ilgili olarak; sinema ve dizi sektörlerinde köfte-ekmek unsuruna yer verilmesi, bu gıda ürünlerinin gastronomi çekiciliğinin artırılmasına yardımcıdır.

Köfte ve pilav, güzel bir ikilidir. Bu ürünler üne sahiptir. Köfteler çoğunlukla pilavın üzerine veya yanına konularak servis edilmektedir. Köftenin harç malzemeleri (baharatlar vb. gibi), kalitesi ve oranı memnuniyet ve gastronomi yönlerinden yüksek seviyede önem taşımaktadır. Bundan dolayı söz konusu hallere dikkat edilmesinde fayda görülmektedir. Köfte ve pilav, birbirini iyi kombine eden gastronomik ürünlerdir. Özel gün ve gecelerde (bayram, doğum, düğün, nişan vb. zamanlar) türlü köfte yemekleri ile pilavın (pirinç pilavı, bulgur pilavı gibi) servis edildiğinin ve tüketildiğinin görülmesi mümkündür (Fidan ve Özcan, 2019). Bazı dizilerde (örneğin; Gönül Dağı gibi) izleyicilere gösterilen gastronomik ürünlerin arasında diğer gastronomik ürünlerle beraber köfte ve pilav da yer almaktadır (Çılgınoğlu, 2022). Bu durum da söz konusu gıda ürünlerinin tanıtımı ve pazarlanması noktasında olumlu etkiler oluşturabilmektedir.

Kuru fasulye ve pilav, birbirini iyi kombinleyen bir ürün bileşimidir. Bu gıda ürünleri esnaf lokantalarında ve günlük yemeklerde olabildiğince fazla oranda değerlendirilebilmektedir. Kuru fasulyenin gecedan sıcak suya yatırılmasına ve pilavın da tane tane olmasına dikkat edilmesi, tüketim ve tat açısından önem arz etmektedir. Kuru fasulye ve pilav gastronomik yönden iyi bir uyum sağlamakta ve tüketilebilmektedir. Ayrıca bu gıda ürünleri dengeli yemek dağılımının gerçekleştirilerek protein kalitesinin artmasına da katkı sağlayabilmektedir (Eskici, 2020). Yöresel menülerde de bulunabilen kuru fasulye ve pilav çeşitli yiyecek ve içecek hizmeti sunan işletmelerde satışa ve tüketime sunulabilmektedir (Akkuş ve Şimşek, 2019; Safi vd., 2020). Kuru fasulye ve pilav nişan, düğün, ölüm, Ramazan Bayramı, Kurban Bayramı vb. zamanlarda servis edilebilmekte ve tüketimi gerçekleştirilebilmektedir (Denk, 2023).

Kuru fasulye, pilav ve cacık gastronomi alanında üne sahiptir. Bu ürünleri birbiri arasında iyi bir uyum vardır. Bu ve benzeri ürünler daha çok yöresellikle ilgilidir. Bu kapsamda da yöresel gastronomi konusunda kayda değer potansiyel teşkil etmektedir. Kuru fasulye, pilav ve cacık gastronomik açıdan iyi bir uyum sağlayan ürünler olarak görülüp, bazı yörelerin (örneğin; Tokat, Adıyaman, Siirt gibi) düğün yemeklerinde misafirlere ikram olarak sunulabilmektedir (Sağır, 2012; Özer, 2020; Ademoğlu ve Durlu Özkaya, 2023). Konuyla ilgili olarak; etli kuru fasulye, bulgur pilavı ve cacıktan meydana gelen gastronomik bir ürün kombinasyonunun sağlıklı menü alternatiflerinden biri olarak gösterilebileceği öne sürülmektedir (Yıldırım Süt ve Kutluca, 2021). Bu da sağlıklı beslenen kişilerin bu gıda ürünlerinin talebine yönelebileceklerini akıllara getirmektedir.

Kuru fasulye, pilav ve turşu üçlüsü birbirine yakışan ürünlerdir. Bu tür ürünler günlük beslenme tarzında ve yöresel mutfaklarda önemli bir yere sahiptir. Kuru fasulye, pilav ve turşu, birbirine güzel yakışan üçlü gastronomik ürün bileşimi olup, bunlar yiyecek-içecek işletmelerinin menülerinde bulunabilmektedir (Demirci, 2023).

Kuru ve yaş pastalar, birbirine yakışan besinler arasındadır. Bu tür gıda ürünleri sıcak (çay, kahve, oralet gibi) ve soğuk (meşrubat gibi) içecekler eşliğinde tüketilebilmektedir. Kuru ve yaş pastalar gastronomik açıdan iyi bir uyum sağlamakta, satışı, ikramı ve tüketimi yapılabilir (İri ve İnal, 2008; Karabudak vd., 2013). Kuru ve yaş pastalar özel günlerde (sünnet, söz kesme, asker uğurlama zamanları vb.) ikram edilebilmekte ve yenilebilmektedir (Güldemir ve Işık, 2011).

Kuru üzüm ve leblebi, birbiriyle iyi uyum yakalamış ürünlerdir. Bu tür ürünler çeşitli kutlama veya eylemler kapsamında değerlendirilebilmektedir. Kuru üzüm ve leblebi iyi bir ikili meydana getirmekte (Koçak, 2014), tüketimi gerçekleştirilebilmekte ve gastronomi açısından da önem taşımaktadır. Kuru üzüm ve leblebi ile diğer bazı gastronomik ürünler Nevruz Bayramı'nda çocuklara ikram edilebilmektedir (Onarlı, 2003). Yine diğer bazı özel gün ve gecelerde (örneğin; Kına Gecesi gibi) konuklara kuru üzüm ve leblebi ikram edilebilmektedir (Ölmez ve Sökmen, 2012).

Lahmacun ve salata, birbirine güzel yakışan ürünlerdir. Çeşitli ürünlerle harmanlanan salata lahmacunun üzerine dökülebilmekte ve bu şekilde tüketimi gerçekleştirilebilmektedir. Bu ürünlerin gastronomi kapsamında önemli bir yeri vardır. İyi bir kombinasyon meydana getiren lahmacun ve salata Türk esnaf lokantalarının menülerinde bulunabilmektedir (Taner ve Çetin, 2023). Türk hızlı ve hazır yiyecek işletmelerinde lahmacun gibi gastronomik ürünlerin beraberinde ücretsiz olarak salata ikram edilebilmektedir (Sürücüoğlu ve Çakıroğlu, 2000).

Mantı ve yoğurt, birbirine yakışan gıda ürünleridir. Bu ürünler tereyağı, çeşitli baharat ve soslar eşliğinde servis edilerek lezzeti artırılmaya çalışılmaktadır. Yoğurt ve mantı kombinasyonunda seçime göre farklılık gösterebilen durumlar söz konusudur. Bu çerçevede değerlendirilecek yoğurt sarımsaklı veya sarımsaksız olabilmektedir. Ayrıca yoğurtlu mantı türlü baharat, sos vb. ile hazırlanarak servis edilebilmekte ve tüketilebilmektedir (Talas, 2005; Pala, 2023).

Midye ve limon, birbiriyle güzel uyum oluşturan bir ürün bileşimidir. Midye, üzerine limon sıkılarak tüketilebilmektedir. Gastronomik anlamda iyi bir üne sahip olan midye ve limon ürünlerinin dini ve sağlık yönlerinden olumsuz etkilerine ilişkin zaman zaman türlü tartışmaların da ortaya çıktığı bilinmektedir. Midye ve limonun birbirine yakıştığı, beraber satışının ve sunumunun yapılabilirdiği ve tüketilebildiği düşünülmektedir (Öztürk, 2020; Uygun vd., 2021). Ayrıca midye ve birtakım diğer gastronomik ürünler değerlendirilerek hazırlanan midye salatasında da limon değerlendirilebilmektedir (Güngörür ve Mol, 2019).

Musakka ve cacık, iyi bir ürün ikilisidir. Bu ikili gastronomide önemli bir yere sahiptir. Bunların, Türk mutfakının içerisinde önemli ürün içerikleri arasında olduğu düşünülmektedir. Gastronomik açıdan iyi bir uyum elde eden musakka ve cacığın mutfak ve yemek kültürlerinin potansiyeli, zenginliği ve çeşitliliği yönünden önem taşıdığı düşünülmektedir (Kozak ve Buhalis, 2019). Musakka ve cacık özel gün ve gecelerde (kına gecesi, düğün gibi) ikram edilebilmekte ve tüketilebilmektedir (Çınar, 2019).

Nane ve limon, iyi bir ikili olup, ün sahibidir. Bu tür gıda ürünlerinin birtakım hastalıklardan korunmak veya birtakım hastalıklardan bir an önce kurtulmak için tüketilebildiği bilinmektedir. Ayrıca bu tür ürünler soğuk havalarda sıklıkla tüketilebilmektedir. Bu tür ürünlere alternatif olarak ıhlamur ve benzeri gibi ürünlerin de tüketilebildiği görölmektedir. Birbirini iyi tamamlayan gastronomik ürünlerden olan nane ve limonun yaygın olarak kullanıma sunulduğu görölmektedir (Ağagündüz, 2020). Bitkisel bazlı gastronomik ürünler olan nane ve limonun bir arada ve yoğun olarak tüketimi gerçekleştirilebilmektedir (Kurt vd., 2019).

Nohut ve pilav iyi bir uyum içerisinde olup, gastronomik açıdan üne sahiptir. Bu ürün bileşimi gastronomik ölçekte geniş bir kullanım alanına sahiptir. Birbirine yakıŖan ve Türkiye'nin her tarafında yaygın olarak tüketimi gerçekleştirilen nohut ve pilav, sokak lezzetlerine örnek olarak gösterilebilmektedir (Demir vd., 2018). Ayrıca birtakım ziyafet ve ağırlamalarda nohut ve pilavın ikram edildiği bilinmektedir (Sarıkaya, 2019). Yine bazı yörelerin sembollerinin, gastronomik ürünlerin arasında yer alan nohut ve pilav olabileceği düşünölmektedir (Kaşlı vd., 2015).

Patates kızartması, kızartılmış tavuk ve soğan halkası güzel bir üçlü kombinasyon oluşturmaktadır. Bu gıda ürünleri, fast food'lar içerisinde önemli bulunanlardan olup, ün sahibidir. Gastronomik anlamda geniş bir kullanım alanına sahip olup, uluslararası ve ulusal çapta büyük bir potansiyel ve önem teşkil etmektedir. Patates kızartması, kızartılmış tavuk ve soğan halkası, gastronomi açısından iyi bir kombinasyon sağlayan gıda ürünleri olarak görölmektedir (Boz, 2022).

Patates kızartması ve köfte, uyum yakalayan gıdalar arasındadır. Bu gıda ürünleri çocuk ve yetişkin menülerinde kolaylıkla yer alabilmektedir. Söz konusu gıda ürünleri gastronomi alanında önemli bir konuma sahip olmakta ve hedef kitle tüketicileri açısından potansiyel teşkil etmektedir. Patates kızartması ve köfte gastronomik açıdan ikili meydana getirmekte, fast food ürünleri çerçevesinde kayda değer yere ve potansiyele sahip olmakta ve sıklıkla tüketilebilmektedir (Kıngır vd., 2015).

Patates kızartması ve sosis, güzel kombinasyon elde eden gıdalar arasındadır. Bu tür ürün bileşimi kahvaltılarda ve beslenmek amacıyla gıda ürünü hazırlamak için fazla zaman harcamak istenmediği gibi durumlarda sıklıkla tüketilebilmektedir. Patates kızartması ve sosis, iyi bir kombinasyon elde eden gastronomik bir ürün bileşimi olmakla birlikte fast food tarzı beslenme yönünden de önem taşımakta, sıklıkla da tüketilebilmektedir (Beyhan ve Taş, 2019).

Patlamış mısır/cin mısır ve çekirdek, birbiri arasında iyi uyum sağlamakta, gastronomik anlamda ün elde etmekte, arkadaş ve aile ortamlarında sıklıkla tüketilebilmekte, kutlama ve benzeri etkinliklerde yiyecek-içecek sunumu açısından bir alternatif olarak görölmekte ve geniş bir kullanım alanına sahip olmaktadır. Genel olarak patlamış mısır ve çekirdek gastronomik açıdan iyi bir ikili oluşturmakla beraber sıklıkla satışı ve tüketimi gerçekleştirilebilmektedir (Uygun ve Aykut, 2023).

Peynir ve zeytin, güzel bir kombinasyon meydana getiren, özellikle kahvaltı öğünlerinde sıklıkla değerlendirilen, gastronomi açısından önem arz eden ve üne sahip olan bir ürün bileşimidir. Bu ve benzeri türler sandviç ve tost yapımlarında sık sık değerlendirilmekte ve bu ürünlerin lezzetinin artmasına katkı sağlamaktadır. Peynir ve zeytin, birbiri iyi tamamlayan gastronomik ürünler olup, bu ürünlerin bilhassa kahvaltılarda yoğun bir biçimi tüketimi söz konusudur (Mazıcıoğlu ve Öztürk, 2003; Öktem, 2014; Pehlivan ve Alsoy, 2019). Peynir ve zeytin pikniklerde, bayramlarda, ramazan ayında sahurda tüketilebilmektedir (Karaağaoğlu ve Yücecan, 1999; Işık vd., 2017). Ayrıca peynir ve zeytin, dizi ya da dizilerin yeme-içme ile ilgili türlü sahnelerinde ön plana çıkan gastronomik ürünler arasında olabilmektedir (Çılğınöğlu, 2022). Bu da söz konusu gıda ürünlerinin gastronomik tanıtımı açısından önem taşıyan bir durum olarak ön plana çıkmaktadır.

Pilav ve cacık, iyi kombinasyon yapan ürünler arasında gelmekte ve gastronomi alanında adından söz ettirmektedir. Bu tür ürünler türlü ziyafet ve kutlama sofralarında da kendine yer bulabilmekte olup, ayrıca yöresel yönden de önem taşımaktadır. Pilav ve cacık, gastronomi bağlamında iyi bir kombinasyon elde etmekte ve tüketilebilmektedir (Özer, 2020). Ayrıca konuklar ağırlanırken onlara pilav ve cacık ikram edilebildiği de göze çarpmaktadır (Çelik ve Aksoy, 2017). Birtakım özel gün ve

gecelede (örneğin; düğünlerde) kişilere pilav ve cacık ikram edilebildiği görülmektedir (Ademoğlu ve Durlu Özkaya, 2023). Yine birtakım özel günlerde (mevlit, düğün, nişan gibi) katılımcılara pilav ve cacık ikram edilebildiği bilinmektedir (Sağır, 2012; Özer, 2020; Çurku, 2021; Sabancı ve Saruşık, 2021; Ademoğlu ve Durlu Özkaya, 2023). Bulgur pilavı, doyurucu bir besin kaynağıdır. Bulgur pilavının yanına cacık da çok yakışmaktadır. Ayrıca cacığın soğuk olması ve ferahlatıcı bir tat vermesi önemlidir. Etli ve etsiz bulgur pilavı ile cacık türlü kutlamalara (örneğin; Hıdırellez, Kırbağları Cuması Kutlaması gibi) konu olup, bu çerçevede değerlendirilebilmektedir (Özyılmaz ve Aluçlu, 2009; Bakırcı, 2010). Türlü reklam afişlerinde (örneğin; Ülker Bizim Yağ) diğer gastronomik ürünlerin yanı sıra bulgur pilavı ve cacığa da yer verildiği görülmektedir (Bakar Fındıkcı, 2021). Bu da söz konusu gıda ürünlerinin gastronomi alanındaki önemini ve popüleritesine artırmasına katkı sağlamaktadır.

Salam, sucuk ve sosis, birbiriyle iyi bağ oluşturan ve ünü bulunan gastronomik bir bileşendir. Kahvaltılarda, fast food ürünlerinde, çeşitli yemeklerin yapımında temel veya yan ürün olarak değerlendirilebilmektedir. Bu ürünler özellikle sandviç ve tost yapımlarında sıklık ile değerlendirilmektedir. Bu tür yiyeceklerin olabildiğince ısıtılarak tüketilmesi gerektiği düşünülmektedir. Aksi takdirde ise türlü sağlık problemleriyle karşı karşıya kalınması muhtemeldir. Salam, sucuk ve sosis iyi bir kombin oluşturmakta ve sıklıkla tüketilmektedir (Soyutemiz ve Özenir, 1996). Bu gıda ürünlerinin lezzetinin çeşitli soslar kullanılarak daha da artırılabilceği düşünülmektedir.

Sarımsak ve yoğurt, birbirini tamamlayan, iyi ün yapmış ikililerdendir. Bu ürünler gastronomi alanında geniş bir kullanım alanına sahiptir. Sarımsak genellikle dövülüp yoğurdun içerisine konulmakta ve damak tadına uygun hale getirilmeye çalışılmaktadır. Bu ürünlerin bileşimi herkese hitap etmeyebilmektedir. Ayrıca sarımsağın kokusu, sarımsak tüketimini azaltan veya bu tüketime set çeken bir engel olarak görülebilmektedir. Dolayısıyla bu tür durumların göz önünde bulundurulması yüksek seviyede önem taşımaktadır. Sarımsak ve yoğurt, birbirine iyi yakışan gastronomik ürünler olup, bu ürünlerin bileşiminden meydana gelen sarımsaklı yoğurt, türlü yiyeceklere ilave edilmesi sayesinde bu yiyeceklerin daha fazla lezzet ve aroma kazanmasına yardımcıdır (Oral, 1957; Güldemir vd., 2018; Bayat, 2020).

Simit ve peynir iyi kombin oluşturmaktadır. Kaşar peynir, lor peyniri, beyaz peynir, krem peynir, üçgen peynir ve benzeri ürünler simidin arasına konarak tüketilebilen popüler yiyeceklerdir. İyi bir uyum sağlayan simit ve peynir, öğünlerde, özellikle de kahvaltılarda yoğunlukla tüketimi yapılan gastronomik ürünlerdendir (Çekal ve Doğan, 2021; Tikbaş Apak, 2022). Ayrıca kahvaltılarda en fazla tüketimi yapılan ürünlerin arasında simit ve peynirin de olduğu göze çarpmaktadır (Mazıcıoğlu ve Öztürk, 2003; Pehlivan ve Alsoy, 2019).

Soğan ve sarımsak, beraber iyi bir kombin oluşturmaktadır. Bu tür ürünler gastronomi alanında geniş kullanım ağına sahiptir. Bu tür ürünler yemeklerin içerisine bütün veya parça olarak konabildiği gibi, toz haline getirilip baharat şeklinde de konabilmektedir. Yine bu tür ürünlerin kullanımına dikkat edilmesi gerekmektedir. Çünkü bu tür ürünler koku ve benzeri olumsuz etkiler ortaya çıkarabilmektedir. Soğan ve sarımsak iyi bir ikili meydana getirmekle birlikte geçmişten hâlihazıra kadar da geniş kullanım alanına sahip olup, türlü gastronomik ürünlerin yapımında ve lezzetlendirilmesinde değerlendirilebilmektedir (Akgül, 1987; Karaca vd., 2015; Özdemir ve Güngör, 2016; Kapka, 2019).

Sosisli sandviç ve patates kızartması, birbiriyle iyi uyum yakalayan ürünlerdir. Bu ürünler fast food ürünleri kapsamında önemli olarak görülmektedir. Bu tür ürünler gerek dünyada gerekse de Türkiye’de yaygın bir kullanım alanına sahiptir. Sosisli sandviç ve patates kızartması gastronomik açıdan iyi bir ikili oluşturmakta, hazır ve hızlı yemek sektörlerinde kayda değer olarak görülmekte, hem dünyada hem de Türkiye’de sık sık tüketilebilmektedir (Gönülgül ve Durlu Özkaya, 2017). Konuyla ilgili olarak; patates kızartması ve sosisli sandviç tüketimi gerçekleştirenlerin; ürünlerin standart lezzet ve kaliteye sahip olmasına, doyurucu olmasına, gıda güvenliği standartlarına uygun

olmasına, hijyen koŖullarına uygun olmasına ve ürünler ile ilgili reklam ve türlü promosyonlara dikkat edebilecekleri düşünölmektedir (Dalgın ve Kızgın, 2012).

Sucuk ve ekmek, gastronomi açasından üne sahiptir. Bu ürünler çoğunlukla çeşitli kutlamalarda servis edilebilmektedir. Ayrıca bu ürünlerin çeşitli sokak satıcıları tarafından da satışının yapıldığı bilinmektedir. Bu tür ürünler çeşitli gastronomik ürünleri deneyimlemek isteyen yerli-yabancı turistler tarafından da tüketilebilmektedir. Sucuk-ekmek gastronomik açıdan iyi bir ikili meydana getirmekte, hazır ve hızlı yemek sektörleri bağlamında önem taşımakta, sokak lezzetleri arasında yer almakta, satışa sunulabilmekte, ikram edilebilmekte ve tüketimi yapılabilmektedir (Ünal Turhan vd., 2020). Turistik ve gastronomik açıdan önem arz eden panayırılarda sucuk-ekmek satışının ve tüketiminin yapılabileceğı bilinmektedir (Elmacıoğlu, 1996).

Sucuk ve yumurta, birbirine iyi yakıŖan gıdalardandır. Bu tür ürünler kahvaltı öğünlerinde sıklıkla birlikte tüketilebilmektedir. Ayrıca sucuk ve yumurtanın karışımından oluşan bir ürün olan sucuklu yumurta yaygın bir kullanım alanına ve üne sahiptir. Sucuk ve yumurta, iyi bir uyum sahibi olan gastronomik ürünler olup, bu ürünlerin bir bileşimi olan sucuklu yumurta çoğunlukla kahvaltılarda tüketilen ürünler arasında gelmekte, gastronomik yönden popüleriteye ve öneme sahip olmaktadır (Çekal ve Doğan, 2021). Sucuklu yumurtanın hazırlanmasında yerel ürünler de değerlendirilebilmekte ve sucuklu yumurta bazen konuklara ikram edilebilmektedir (Bilgili ve Koçoğlu, 2020).

Tahin ve pekmez, iyi kombine olmuş iki üründür. Bu ürünler kahvaltılarda ve tatlı yapımlarında kullanılabilmekte olup, geniş kullanım alanına sahiptir. Pekmez tahin ile karıştırıldığı vakit besin değeri yüksek, hoş a giden bir besin sağlanmaktadır (Birer, 1983; Uçar, 2015). Uzun senelerdir tahin ve pekmez karışımları gerek besin değeri gerekse de lezzeti hasebiyle geleneksel Türk kahvaltılarının vazgeçilmezleri arasındadır (Çelik, 2014).

Tavuk ve pilav, iyi bir ikilidir. Tavuklar genellikle çeşitli ana ve yan ürünler ilave edilip kızartılabilmekte, haşlanabilmekte, fırınlanabilmekte veya benzeri şekillerde hazırlanabilmekte, daha sonra ise pilavın üzerine dökölerek servis edilebilmektedir. Tavuk eti isteğe bağılı olarak çeşitli biçimlerde hazırlanabilmekte ve pilavın üstüne veya yanına bütün veya parçalanmış olarak konulabilmektedir. Yine isteğe bağılı olarak bu ürünlerin bileşiminin üzerine türlü baharatlar ilave edilebilmektedir. Bu gıda ürünlerini spor ve diyet yapanların sıklıkla veya düzenli olarak tüketebilecekleri düşünölmektedir. Bu noktada ise söz konusu gıda ürünlerinin sağıık konusundaki önemi ve kullanımı ön plana çıkmakta ve böylelikle gastronomik talep artışı sağlanabilmektedir. Tavuk ve pilav, uyum içinde olan gastronomik ürünlerdir. Tavuk ve pilav ürünleri türlü faaliyet, aktivite ve merasimlerde (örneğin; doğum, cenaze, sünnet, düğün, nişan, bayram, askere uğurlama gibi) servis edilebilmektedir (Güler, 2010; Şahinbaş, 2018; Çiftçi, 2019).

Tereyağı ve bal, birbirini güzel tamamlayan ürünler arasında gelmektedir. Bu tür ürünler gastronomi kapsamında fazla kullanım alanına sahiptir. Tereyağı ve bal günlük öğünlerde, özellikle kahvaltılarda birlikte tüketilebilmektedir (Say vd., 2018). Bazı tüketicilerin yerel ürünleri satın almayı arzu ettikleri, bu satın alınması arzulanan ürünlerin arasında tereyağı ve balın da yer aldığı öne sürölmektedir (Dokuzlu vd., 2019).

Ton balığı ve mısır, birbirine güzel yakıŖan ürünlerdir. Bu ürünler ana yemek, salata vb. gastronomik ürünlerin hazırlanmasında kullanılabilmektedir. Bu ürünlerin genel olarak sağııklı olduğı düşünölmektedir. Gastronomik yönden iyi bir kombin meydana getiren ton balığı ve mısır türlü gastronomik ürünlerin (örneğin; salata, meze gibi) hazırlanmasında ana veya yan ürün olarak değerlendirilebilmektedir (Keskinso, 2022; Unistica, 2023; Yemek, 2023).

İçecekler

Hem uluslararası hem de ulusal alanlarda sıklıkla kullanılan çay ve kahve, önemli içecek ürünleridir. Çay ve kahve, gün içinde sık sık tüketimi gerçekleştirilen içecekler arasında bulunmaktadır (Köksal ve Manav, 1973). Çay ve kahve, gündelik yaşamlarda tüketilmekle birlikte kendine ait bir kültürün meydana gelmesi ve bunun gelişim göstermesine de kaynaklık etmektedir

(Güneş, 2012). Çay ve kahve çeşitli coğrafyalarda, çeşitli kültürler kapsamında, çeşitli ritüeller ile tüketilmekte; iş yaşamında, arkadaş ortamlarında, kahvaltılarda veya yemeklerden sonra, hayatın neredeyse her alanında ve anında yer almaktadır (Ağuş vd., 2021). Bundan dolayı çay ve kahve gastronomide büyük yere ve öneme sahip olmasıyla dikkat çekmektedir.

Salep ve boza, beraber kombine olmuş ürünler olarak görülmektedir. Bu ürünler normal zamanlarda tüketilebildiği gibi, soğuk zamanlarda da tüketilebilmektedir. Hatta bu tür ürünler soğuk zamanlarda daha geniş bir kullanım alanı oluşturmaktadır. Bu görüşe ilave olarak; bu tür ürünler, soğuk zamanlarda sıklıkla kullanılmasına ilişkin bir üne sahiptir. Dünya gastronomisinde kayda değer bir konuma sahip olan Türk mutfağı, yiyecekleriyle olduğu kadar, içecekleriyle de zengin bir kültüre sahip olup, birbirine yakışan iki gastronomik ürün olan, kış zamanlarında sıklıkla tüketilebilen içecekler arasında yer alan salep ve boza da bu kültürün içerisinde önemli bir yer tutmaktadır (Yılmaz, 2015; Süren ve Kızıleli, 2021).

Soda ve ayran, beraber iyi bir uyum sağlayan içecek ikililerindendir. Bu ürün bileşimi serinlemek ve rahatlamak için değerlendirilebilmektedir. Yine bu ürün bileşiminin de soğuk içilmesi önem arz etmektedir. İyi kombinasyon meydana getiren gastronomik ürünlerden olan soda ve ayranın sağlıklı olabildiği ve tüketilebildiği düşünülmektedir (Budak vd., 2002). Bu ürünlerin bir araya gelmesinden oluşan sodalı ayran, gastronomik ürün zenginliği ve çeşitliliği ortaya koymaktadır. Ayrıca bu ürün ticari bir yüze de sahiptir (Degirmenci vd., 2021).

Türk kahvesi ve su, yan yana yakışan ikililerden biridir (Yönet Eren ve Ceyhun Sezgin, 2018). Kız isteme zamanlarında, yiyecek ve içecek işletmelerinde tanıdıklar ile veya yalnız otururken tüketilebilen ürünler arasındadır. Konuyla ilgili olarak; Osmanlılarda da kahve ve suyla ilgili bir âdetin mevcut olduğu bilinmektedir. Bu âdete göre; eve gelen misafire kahve ve su ikram edilmekte, misafir önce suyu içmekteyse aç olduğu anlaşılmaktadır. Bu noktadan da kahve ve suyun hem gastronomik hem de kültürel anlamda önemli bir ürün olduğu anlaşılmaktadır.

Yiyecekler-İçecekler

Baklava ve ayran, gastronomi açısından önemli olarak görülen ürünler arasındadır (Temizkan ve Ayvalı, 2022). Türk mutfağı dendiği zaman akla ilk gelen gıda ürünlerinden bazılarının ayran ve baklava olduğu düşünülmektedir (Şengül, 2017). Bugün yerkürenin birden fazla kentinde Türkiye yemekleri hazırlayan lokantalar vardır. Bilhassa İstanbul adını kullanan restoranların sayısı oldukça çoktur. Bu lokantalarda baklava, ayran vb. gıda ürünlerine de yer verilmektedir (Alıpbayeva ve Arslan, 2023). Baklava, ayran vb. gıda ürünler, daha önce bu lezzetleri tatmış olan turistlerin ya da konukların unutamayacakları lezzetler arasında gelmektedir (Alıpbayeva ve Arslan, 2023). Baklavanın ayranla beraber tüketildiği görülmektedir. Antep fıstıklı veya cevizli baklavanın beraberinde tüketilen soğuk ayran kişiyi doygunluk ve lezzet açısından iyi hissettirmektedir. Baklavanın kalorisi yüksektir (Nizam Bilgiç, 2020; Nefis Yemek Tarifleri, 2023a). Bundan dolayı fazla baklava tüketiminden kaçınılmalıdır. Aksi takdirde ise obezite ve şeker hastalıklarına davetiye çıkarılmış olacaktır.

Bal ve süt, çoğunlukla kahvaltılarda tüketilen besinler arasında yer almaktadır. Ayrıca sütün içerisine bal katılarak da tüketildiği bilinmektedir. Doğal balın tüketilmesi önemlidir. Bundan dolayı da bal alırken doğal olmasına ve niteliklerine dikkat edilerek bir tercih yapılması tüketicinin avantajıdır. Bal ve süt, hayvansal temelli besinler olup, birbiriyle iyi bir kombin meydana getirmekte, kahvaltılarda önemli sayılan lezzetlerden olmakta ve sıklıkla tüketilmektedir (Ceyhun Sezgin ve Ayyıldız, 2019a; Irmak, 2019).

Balık ve mezeler, gastronomide geniş kullanım ağına ve üne sahiptir. Bu tür ürünler dünya ve Türk mutfaklarında büyük derecede öneme ve potansiyele sahip olan malzemeler olarak dikkatleri üzerine çekmektedir. Balık, mezelerle birlikte servis edilebilmekte ve tüketilebilmektedir (Taymaz, 2017; Bozkoyun ve Baytar, 2020; Erdinçli, 2023). Konuyla ilgili olarak; Rum mutfağında Akdeniz esintileri ve deniz ürünlerinin olduğu görülmektedir. Zeytinyağı yemeklerde olabildiğince bol

değerlendirilmektedir. Et ve sebze yemeklerinin de yer aldığı bu mutfak kültüründe halk çoğunlukla balık ve meze tüketmektedir (Altan, 2017; Oktay ve Guden, 2021).

Bir gıda ürününün gastronomi kapsamında değerlendirilebilmesi için sağlıklı olması gerekmektedir. Sağlıksız gıdalar da gastronomi kapsamında değerlendirilebilmektedir. Bu kapsamda bira ve cips de beraber tüketilen ve tüketiciye haz veren ürünler arasında gelmektedir. ABD’de bira ve cips tüketilebilmekte, ayrıca bu ürünlerin beraberinde (yenilebilir) kızartılmış böceklerin de tüketilebileceği görülmektedir (Lilholt, 2015; Kaymaz ve Ulema, 2020). Bira satın alanların cips de satın alabileceği tahmin edilmektedir (Döşlü, 2008).

Bira ve fıstık da birlikte tüketilen gıdalar arasında bulunmaktadır. Genel olarak biranın yanında çam fıstığından ziyade yer fıstığının, yer fıstığının da tuzlu olanın tercih edilebildiği düşünülmektedir. Konuyla ilgili olarak; fıstık eşliğinde bira tüketiminin gerçekleştirilebileceği ileri sürülmektedir (Atabek, 1983; Öncü vd., 2002).

Bisküvi ve süt de birlikte tüketilen besinler arasındadır. Bisküvilerin süte batırılarak tüketilebildiği bilinmektedir. Ayrıca bisküvi ve süt, bebek maması hazırlanması ve tüketimi için de iyi bir kaynaktır. Bisküviler ve sütler, çocukların televizyonda yayımlanan gıda reklamlarının etkisiyle beraber satın alınmasını en fazla istedikleri ürünler arasında yer almaktadır (Asena, 2009; Kurt ve Altun, 2014). Ayrıca bisküviler ve aromalı sütler, çocukların atıştırmalık olarak sıklıkla tükettikleri gıda ürünlerindendir (Ceyhun Sezgin ve Ayyıldız, 2019b). Konuyla ilgili olarak; markalar tüketim ritüelleri meydana getirmekte ve bu ritüellerin tüketiciler tarafından benimsenmesi için çaba göstermektedir. Örneğin; Oreo bisküvilerinin reklamlarında ürünün tüketim ritüeli, önce bisküvinin ikiye bölünüp, kremasının tüketilip, bisküvinin süten içine batırılıp, kalanının tüketilmesidir (Gökaliiler ve Saatçioğlu, 2016).

Cips ve kola, sağlıksız ürünlerdir fakat gastronomi kapsamında birbirine yakıŖan gıda ürünleri arasındadır. Yine bu iki ürünün tüketimi ve bunun seviyesi, tüketicileri çeşitli sağlık sorunlarıyla baş başa kalmaya davet etmektedir. Bu iki ürün sağlıksız olmasına rağmen ferahlama, rahatlama ve haz alma noktasında insanları cezbetmektedir. Kola satın alan kişilerin cips de satın alabileceği düşünülmektedir (Döşlü, 2008). Özellikle ABD gibi ülkelerde yer alan fazla sayıda kişinin televizyon izleyip, patates cipsi ve kola tükettiği görülmektedir (Burhans, 2008; Çetiner, 2017). Konuyla ilgili olarak; bu tüketim talebi çok uluslu birden fazla firma tarafından yerine getirilmekte ve bu firmalar geliŖmekte olanlar da dâhil olmak üzere yerkürenin başka ülkelerindeki üretim etkinliklerini seri şekilde artırmaktadır (Guenthner, 2001; Çetiner, 2017).

Çay ve bisküvi, birbiriyle iyi uyum sağlayan ikili olup, bazı reklam ürünlerinin tanıtımında ön plana çıkabilmektedir (Büdü Aydın, 2021). Bu durum da söz konusu gıda ürünlerinin gastronomi potansiyelinin geliŖmesine katkı sağlayabilmektedir. Çayın içerisine bisküvi batırılıp veya batırılmadan birlikte tüketildiği bilinmektedir. Bu tüketim tercihleri insanlar arasında fazladır. Köylerde yaşayan insanların 1-3 aylık bebeklerine ek besin olarak bisküvi ve çay verebildikleri görülmektedir (Sabbağ, 2013). Öğünlerde ya da öğün aralarında sıklıkla çay ve bisküvi tüketimi gerçekleştirilebilmektedir (Işıksoluğu, 1986; Yurttagül, 1995). Çeşitli kutlama, eğlence ve ağırlamalarda bisküvi ve çay ikramlarının gerçekleştirildiği bilinmektedir (Çınar vd., 2021). İnsanların dağcılık turizmi çerçevesinde gerçekleştirdikleri tırmanış sırasında da çay ve bisküvi tüketebildikleri bilgisine ulaşılmaktadır (Alpaslan vd., 2018).

Çayın yanında kek iyi lezzet veren bir üründür. Meyveli, çikolata, kakaolu vb. kekler çayla beraber tüketilebilmektedir. Ayrıca bu gıda ürünlerinin günlük yaşamda yoğunlukla tüketildiğini belirtmek mümkündür. Çay ile kek, güzel bir ikili oluşturmakta ve bu gastronomik ürünler birlikte tüketilebilmektedir (Gürsoy, 2019; Ertürk, 2021; Kayseri Anadolu Haber, 2023; Selim ve Adabalı, 2023).

Çiğ köfte ve ayran, yan yana yakıŖan yiyecek-içecek ikililerindendir. Bu tür ürünlerin insanlar tarafından tercih edilme sıklığı fazladır. Çiğ köfte ana yemek ya da atıştırmalık olarak herhangi bir öğünde hazırlanabilmektedir. Çiğ köfte ana yemek olarak hazırlandığında bu gıda ürününün yanında

ayran gibi gıda ürünleri sunulabilmektedir (Alkayış ve Yerli, 2020). Birbirine yakışan çiğ köftenin ve ayran türlü kutlamalarda (örneğin; sıra gecesi gibi) ikram edilebilmektedir (Çelik ve Aksoy, 2017; Alkayış ve Yerli, 2020).

Döner ve ayran, birlikte tüketildiği zaman iyi lezzet veren gıdalardır. Dönerin içerisine konulan soslar, dönerin lezzetinin artırılmasına katkı sağlamaktadır. Ayrıca dönerin sıcak olarak servis edilmesi önemlidir. Fast food ürünleri çerçevesinde yiyeceklerden dönerin, içeceklerden de ayranın tercih edilip, satın alınabildiği göze çarpmakta olup, ayrıca tüketicilerin, alışveriş merkezlerinde yer alan fast food tarzı işletmelerden döner ve ayran tüketebilecekleri bilinmektedir (Sağlam, 1991; Sayın, 2022). Türlü etkinlik, kutlama ve davetlerde bireylere döner ve ayran ikramının gerçekleştirildiği bilinmektedir (Köycü, 2022). Döner, ayran gibi Türk mutfağına has lezzetler, daha önceden bunları tadan konuklar veya turistler için unutulmaz lezzetlerdir (Alipbayeva ve Arslan, 2023).

Dürüm ile ayran, birbirini iyi tamamlayan ürünlerdir. Bu ürünler birtakım yiyecek-içecek işletmelerinde sıklıkla satılmaktadır. Bu tür lezzetleri köşe başlarında, sokaklarda, caddelerde, kısaca halka açık alanlarda satan satıcıları da görmek mümkündür. Bu satıcıların sundukları ürünler sağlık açısından tartışma konusu oluşturmaktadır. Yani insanlar arasında bu hususta hijyenik olma veya olmama odaklı düşüncelerin varlığı söz konusu olabilmektedir. Dürüm ve ayran, birbirine yakışan gıda ürünleri olmakla beraber gastronomide de önemli bir yere sahiptir (Avşaroğlu, 2023).

Gözleme ve ayran iyi bir kombin ortaya çıkarmaktadır. Bu ürünlerin satışı çoğu yerde yapılmakta olup, özellikle de dinlenme tesislerinde yapılabildiği düşünülmektedir. Dinlenme tesislerinde yapılan gözleme ve ayran satış fiyatlarının yüksek olabileceği düşünülmektedir. Bu durum da söz konusu gıda ürünlerine yönelik talebin azalma göstermesine neden olabileceğini düşündürmektedir. Gözleme ve ayranın iyi bir uyumunun olduğu ve birlikte satışının ve sunumunun gerçekleştirilebildiği düşünülmektedir (Saltık vd., 2010; Akkuş vd., 2019). Ayrıca bugün hem geleneksel yiyecek-içecek sunan lokantaları hem üniversitelerin kantinleri hem de yıldızlı lüks otel işletmeleri gözleme ve yayık ayranı gibi gıda ürünlerinin satışını gerçekleştirebilmektedir (Yakıcı, 2020). Ayrıca gözleme ve ayranın festival gibi turistik faaliyetlerde de pazarlanması ve tüketimi söz konusu olabilmektedir (Zaman vd., 2017).

Hamburger ve kola, birbirine iyi yakışan ürünler arasındadır. Bu iki ürün her ne kadar sağlıklı olmasa da tüketim alanı ve oranı fazladır. Bu iki ürün fast food kapsamında önemli bir yere sahiptir. Hamburger ve kola, gastronomik yönden popüler bir ikili olarak görülmekte, hatta hem dünyada hem de Türkiye’de fazla sayıda satış ve tüketim alanı bulunmakta ve tüketimi gerçekleştirilmektedir. Bu ürünler, bilhassa hazır ve hızlı yemek işletmelerinde kayda değer olarak görülen gıda ürünleri arasında yer almaktadır. Yine bu ürünlerin gençler tarafından da sık sık tüketildiği bilinmektedir (Çelen, 2015; Çelen ve Avcıkurt, 2017).

Kahve ve bisküvi iyi bir uyum sağlamakla beraber günlük tüketimi gerçekleştirilen gıda ürünleri arasında bulunmaktadır (Nizamlioğlu ve Nas, 2019). Birtakım kişilerin öğle aralarında tükettikleri besinlerin çoğunluğunu kahve, bisküvi vb. gibi besinler oluşturmaktadır (Yurttagül, 1995). Bu durum da kahve ve bisküvi tüketim eyleminin fazla olduğunu akıllara getirmektedir. Kahvenin içerisine de bisküvi batırılıp veya batırılmadan birlikte tüketildiği bilinmektedir. Bu tüketim tercihleri insanlar arasında fazladır ancak çaya nazaran daha az olduğu tahmin edilmektedir.

Kahve ve çikolata ikilisi yoğunlukla tercih edilmektedir. Arzuya bağlı olmak üzere kahvenin yanına beyaz, sütü, bitter ve/veya meyveli çikolata konabilmektedir. Kahve ve çikolata birbirine iyi yakışan gastronomik ürünler olmakla beraber satışı, sunumu ve tüketimi gerçekleştirilebilmektedir (Kurtuldu, 2016). Bilhassa ara öğünlerde kahve ve çikolata tüketiminin çok olduğu göze çarpmaktadır (Öztürk vd., 2020).

Kahve ve kek, beraber kombine edilen ürünlerdir. Kahvenin yanında yoğunlukla çikolatalı, kakaolu ve/veya meyveli keklerin tüketimi gerçekleştirilebilmektedir. Kahve ve kek, yan yana iyi

yakıŖan, gastronomi yönünden değer arz eden ürünler olup, bu ürünlerin beğenilebildiği ve tüketilebildiği görölmektedir (Bayındır vd., 2020). Kahve ve kek ara öğünlerde sıklıkla tüketilebilmektedir (Özçelik, 2000).

Kebap ve Ŗalgam suyu, birlikte tüketilen gıdalar arasında yer almaktadır. Bu ürünlerin, yiyecek-içecek işletmelerinde, özellikle de et ve et ürünlerinin sunumuna yoğunlaŖan işletmelerde ön plana çıkan gıdaların arasında olduğu düşünölmektedir. Kebap ve Ŗalgam suyu, birbirine yakıŖan iki ürün olup, bu gıda ürünlerinin lezzet yönünden birbirini tamamladığı ve gastronomi açasından da kayda değer bir avantaj ve etki sağladığı düşünölmektedir (Artun, 1998; Say ve Ballı, 2012; Oğuz, 2020). Birtakım kentlerin (örneğin; Adana gibi) kent algısında kebab ve Ŗalgam suyunun önemli bir yere sahip olduğu görölmektedir (T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2020).

Kek ve limonata, iyi bir kombin oluŖturan gıdaların arasında gelmektedir. Bu tür gıda ürünleri insanları ferahlatmakta, iyi hissettirmekte ve onların haz almalarına yardımcı olmaktadır. Kek ve limonata, birbirine yakıŖan iki gastronomik ürün olarak görölmekte, sunumu ve tüketimi gerçekteŖtirilebilmektedir (İzmit Belediyesi, 2023). Ayrıca kek ve limonata değerlendirilerek çeŖitli kek ürünlerinin de (örneğin; limonatalı kek) hazırlanabildiği bilinmektedir (Mutfak Gazetesi, 2011).

Kırmızı Ŗarap ve biftek, birbirine yakıŖan ikilidir. Ün sahibidir. Bu tür ürünler pahalı olmasından dolayı yüksek maliyet gerektirmektedir. Bu ürün bileŖiminin din ve sağlık yönlerinden da olumsuz etkilerinin varlığı söz konusudur. Bu ve benzeri yönler, bu tür ürünlerin tüketimini azaltan faktörlerden bazılarıdır. Kırmızı Ŗarap ve biftek iyi bir kombinasyon meydana getirebilmekte, tüketilebilmekte ve tüketicilerine olumlu hisler yaŖatabilmektedir (Sayar, 2019). Ayrıca kırmızı Ŗarap ve bifteğin bir arada değerlendirildiği çeŖitli ürünler de (örneğin; New York usulü kırmızı Ŗaraplı biftek gibi) yapılabilmektedir (BambaŖka Mutfak, 2012).

Kokoreç ve ayran, yan yana yakıŖan ikiler arasında yer almaktadır. Bu gıda ürünleri gastronomi bakımından bir üne sahiptir. Türk mutfak ve yemek kültüründe kayda değer bir konuma sahip olan kokoreç ve ayran, gastronomik yönden iyi bir ikili olup, satıŖı, sunumu ve tüketimi gerçekteŖtirilebilmektedir (Erdoğan, 2006; Uygun vd., 2021).

İyi bir uyum oluŖturan kokoreç ve Ŗalgam suyunun gastronomi açasından ünü bulunmaktadır. Kokorecin yanında tüketilebilen Ŗalgam suyunun isteğe bağlı olmak üzere acılı veya acısız olanları tercih edilebilmektedir. Türkiye’de sıklıkla tüketimi gerçekteŖtirilen kokoreç ve Ŗalgam suyu iyi bir uyumu içerisinde olmakta ve gastronomi açasından da önem arz etmektedir (Uyar ve Gürlek, 2022).

Kola ve çekirdek, birbiriyle uyum yakalamıŖ ürünlerdir. Bu tür ürünlerin tüketiminde sağlık açasından sakıncalar mevcut olup, bu ürünler sağlığa zarar verebilmektedir. Bu tür ürünler film izlerken, arkadaŖ ortamında sohbet ederken, çeŖitli kutlama ve benzeri etkinliklerde sıklıkla değerlendirilebilmektedir. Kola ve çekirdek, iyi bir ikili meydana getirmekte, turistler ve diğer tüketiciler tarafından da birlikte tüketilebilmektedir (Nacak, 2018). Kola ve çekirdek, fast food ürünleri arasında yer almakta olup, bu kapsamda kayda değer potansiyel ve önem teŖkil etmektedir (Göbel vd., 2022). Çekirdek ve kola satın alan bir kiŖinin büyük oranda (%80) cips de satın alabileceği düşünölmektedir (Salur, 2016).

Limon ve çay, birlikte değerlendirilebilen ve birbirine yakıŖan gıda ürünleri arasında yer almaktadır. Limon, sağlık ve gastronomi yönlerinden önem arz eden ve yöre mutfaklarında da sıklıkla kullanılan bir üründür. Limon konu kapsamında çoğunlukla çayın içerisine sıkılabilmekte ve çay bu Ŗekilde tüketilebilmektedir. Türk çay servisinde dilimlenmiŖ limon da Ŗeker gibi servise ilave edilebilmektedir (GüneŖ, 2012). Çayın hazırlama ve servis yapma biçimleri ölkeler arasında farklılık gösterebilmektedir. Türkiye’de semaverde veya çaydanlıkta demlenen çay servis yapılırken çay tabağına Ŗeker ve arzu edilmesi halinde limon da konulmaktadır. İngilizler ise çayı limonlu ya da diğer Ŗekillerde (sütlü, kremalı gibi) iebilmektedirler (Ertürk, 2021).

Menemen ve çay, birbirini iyi tamamlayan ürünler arasında bulunmaktadır. Bu tür ürünler genellikle kahvaltı öğünlerinde tercih edilmektedir. Birtakım tüketicilerin menemeni soğanlı, birtakım tüketicilerin de menemeni soğansız olarak tüketmeyi tercih ettikleri bilinmektedir. Bundan

dolayı menemen yapımında kullanılan malzemelerin iyi planlanması ve kullanılmasına dikkat edilmesi gerekmektedir. Ayrıca kullanılan malzemelerin dayanıklı ve kaliteli olması, gastronomi ve sürdürülebilirlik açısından önem taşımaktadır. Menemenin, çay eşliğinde tüketiminin iyi lezzet verdiği öne sürülmektedir (Takıl, 2016). Birtakım YouTube videolarında Türk sokak lezzetlerinden menemen ve çayın ön plana çıkan gastronomik öğeler arasında yer aldığı görülmektedir (Yayla, 2021). Bu durum da menemen ve çayın tanıtılması ve pazarlanması noktasında gastronomi odaklı olumlu etkiler oluşturmaktadır.

Patates kızartması ve kola, beraber tüketildiğinde iyi lezzet veren bir yiyecek-içecek ikilisidir. Bu ürün bileşimi de yine gastronomi alanında öne çıkmakta, üne sahip olmaktadır. Patates kızartması ve kola, iyi bir kombin meydana getiren gastronomik ürünler olarak görülmekte, hazır ve hızlı yemek sektörlerinde kayda değer görülen öğeler arasında bulunmakta ve bu çerçevede kayda değer bir yere ve potansiyele sahip olmakta, ayrıca tüketiciler tarafından da sıklıkla tüketilebilmektedir (Özçelik ve Sürücüoğlu, 1998; Sürücüoğlu ve Çakıroğlu, 2000).

Patlamış mısır/cin mısır ve kola, yan yana iyi tat gitmektedir. Gastronomi kapsamında tüketiciler tarafından sıklıkla tüketilen ürün grupları arasında kendine yer bulmaktadır. Bu ve benzeri ürünler, sinema ve özel gün gibi yer ve zamanlarda sıklıkla tüketilebilen besinler içerisinde yer almaktadır. Ayrıca turistik ve gastronomik açılarından önem arz eden eğlence panayırlarında patlamış mısır ve kola gibi yiyecek ve içecek ürünlerinin satışı ve tüketimi gerçekleştirilebilmektedir (Elmacıoğlu, 1996). Konuya ilişkin olarak; subliminal mesajlar ya da bilinçaltı mesajları olarak nitelendirilen bu mesajlar kişileri arzuları dışında belli nesnelere yönlendirmek için değerlendirilmektedir. Gerçekleştirilen araştırmalar sonucunda sağlanan bulgular, bu mesajların değerlendirilme amaçlarına fazlasıyla hizmet ettiğini göstermektedir. Örneğin; James McDonald Vicary isimli bir pazarlama araştırmacısının bir sinema filminin belli aralıklarında yerleştirdiği patlamış mısır ve kolanın beraber tüketilmesi gerektiğini anlatan saniyelik mesajlarının, bu gıda ürünlerinin satışını artırdığı tespit edilmiştir (Sığıncı ve Koç, 2017). Bu kapsamda söz konusu gıda ürünlerinin tanıtılması ve pazarlanması gastronomi talebinin artması açısından olumlu etkiler sağlamaktadır.

Peynir, yoğurt ve süt üçlüsü güzel uyum içerisindedir. Bu ürünler sağlık, besleyicilik ve gastronomik yönlerden insanlara olumlu katkılar yapmaktadır. Peynir, yoğurt ve süt, iyi bir kombinasyon sağlayan gastronomik ürünler olarak görülmekte ve sıklıkla tüketilebilmektedir (Selçuk vd., 2003; Onurlubaş ve Çakırlar, 2016; Çebi vd., 2018).

Pizza ve kola, gastronomik çapta iyi bir ikili oluşturmaktadır. Bu tür ürünler gastronomi alanında geniş bir kullanım alanına sahiptir. Bu tür ürünlerin farklı sağlık sorunlarına (obezite, şeker, diş hastalıkları vb. gibi) sebebiyet verebileceğini göz önünde bulundurup, buna uygun tüketim davranışlarının gerçekleştirilmesi kişiler açısından önem arz etmektedir. Pizza ve kola, iyi bir uyum elde eden gastronomik ikili olmakla birlikte yüksek düzeyde tüketilmektedir (Uzkurt ve Kimzan, 2011). Ayrıca pizza ve kola tüketimi, Amerikan hayat ve tüketim tarzlarından çeşitli emareler taşımaktadır (Durgun, 2018). Bu bilgilere ilave olarak; söz konusu gıda ürünlerinin diğer ülkelerin (örneğin; İtalya gibi) gastronomi potansiyelinden de güç alarak ve esinlenerek çeşitlilik, zenginlik ve gelişim göstereceği, böylelikle de hem uluslararası hem de ulusal alanlarda gastronomi kapsamında büyük önem oluşturacağı veya bu önemini artıracığı düşünülmektedir.

Rakı ve balık, yan yana yakışan ürünler olarak kendini belli etmektedir. Bu ürünler gastronomik anlamda üne sahiptir. Bu tür ürünlerin diğerlerine nazaran daha fazla tüketildiği öğünün akşam öğünü olduğu düşünülmektedir. Bu tür ürün bileşiminin piyasa fiyatlarının yüksek olması, tüketimini azaltan sebeplerden biri olarak görülmekte, diğer sebeplerin de sağlık, dini ve benzeri yönlerde yoğunlaştığı tahmin edilmektedir. Rakı ve balık, iyi kombin meydana getiren ve popüler bir ikili olup, tüketilebilmektedir (Gençtürk Hızal, 2010).

Rakı ve mezeler, birbiriyle iyi uyum sağlamış ürün grubudur. Bu ürün grubu gastronomi kapsamında büyük bir öneme ve üne sahiptir. Bu ürün grubu hem uluslararası hem de ulusal birtakım alanlarda yaygınlıkla tüketilmektedir. Rakı çeşitli mezelerle beraber tüketilebilmekte olup,

rakı sofrasında mezelere önem gösterilebildiği ve bu mezelerin de farklılaşabildiği görülmektedir. Rakının yanında; ahtapot, atom, beyaz peynir, cacık, ciğer, deniz börülcesi, enginar salatası, fava, Girit ezme, havuçlu kabaklı meze, haydari, humus, kalamar tava, karides, kaşarlı mantar, kavun, kereviz mezesi, köpoğlu, lakerda, roka salatası, soğan mezesi, şakşuka, yeşil zeytin salatası, yoğurtlu cevizli mantar, yufkalı tavuklu semizotu gibi mezeler tüketilebilmektedir (Şimşek, 2021; Nefis Yemek Tarifleri, 2023b).

Simit ve ayran, birbirini iyi uyum sağlamış ürünler arasında yer almaktadır. Bu tür ürünler çoğunlukla kahvaltı öğünlerinde, açlık hissi bastırılmak istendiği gibi durum ve zamanlarda değerlendirilebilmektedir. Ayrıca simidin taze ve ayranın da soğuk olması, lezzet açısından önem arz etmektedir. Birbirine yakışan ve beraber tüketilebilen simit ve ayran hem doyuruculuk hem de ekonomik açılarından insanlar üzerinde çekim gücü oluşturmakta ve tüketim noktasında da bir motivasyon meydana getirmektedir (Değer ve Fidan, 2004; Güzelcan ve El, 2011).

Simit ve çay, birbirine iyi yakışan ikililer arasında gelmektedir. Bu ürünler kahvaltılarda yoğunlukla değerlendirilmektedir. Simit, çayın yanında normal şekilde yenebildiği gibi çayın içerisine batırılarak da yenebilmektedir. Simit ve çay, güzel bir uyum meydana getirmekte ve öğrenciler tarafında da tüketilebilmekte, ayrıca bu tüketimin yoğun olduğu öne sürülmektedir (Işıksoluğu, 1986; Yılmaz ve Özkan, 2007). Simidin, kahvaltıda çayı tamamlayan yöresel bir tat olabileceği düşünülmektedir (Başaran, 2017). Simit ve çay arasında kayda değer bir bağ olup, zaman geçtikçe de simit ve çay ürünlerinin türlü işletmeler tarafından satış ve hizmetinin artırıldığı düşünülmektedir (Asker, 2011). Ayrıca Türkiye'nin enternasyonal imgelerinden biri, bilhassa çaya eşlik etmesi ile bilinen simittir (Tikbaş Apak, 2022). Geleneksel Türk lezzetlerinden olan simit ve çayın YouTube'da bulunan birtakım videolarda tanıtıldığı görülmektedir (Karahana vd., 2023). Bu durum da söz konusu gıda ürünlerinin gastronomik popülerlik ve talep avantajı elde etmesi noktasında önemlidir.

Sosisli sandviç ve kola, birbiriyle iyi kombine olan gıdalar arasındadır. Sosisli sandviç, üzerine hardal, ketçap, mayonez vb. dökülerek yenebilen bir üründür. Yine bu iki ürün de fast food kapsamında önemli bir yere sahiptir. Sosisli sandviçin yanında içilen kolanın da soğuk olması önemlidir. Kolanın genel olarak birtakım hallerde (öksürme, boğaz ağrısı ve boğaz şişkinliği gibi rahatsızlıkların görülmesi, birtakım aile veya bireylerin yaşı küçük olan yakınlarına [örneğin; çocuklarına] soğuk değil de ılık içmeleri konusunda istek duymaları ve yönlendirme sağlamaları gibi) soğuk içmek istenmeyip, ılık içmek istendiği ve bu düşüncenin gerçekleştirildiği de görülebilmektedir. Sosisli sandviç ve kola, birbirine yakışan iki gastronomik ürün olarak görülmekte, türlü satış ve servis alanlarına sahip olmakta ve tüketimi gerçekleştirilebilmektedir (Alvah, 2010; Almalech, 2013; Kibych ve Czapliński, 2015). İnsanların birlikte tüketme arzusu duyabilecekleri sosisli sandviç ve kola, hızlı ve hazır yemek sektörlerinde önemli bir potansiyel ve talep oluşturmakta, gastronomi açısından da cazibe sağlamaktadır (Sürücüoğlu ve Çakıroğlu, 2000; Topaçoğlu ve Ünal, 2021).

Türk kahvesi, su ve lokum, gastronomik yönden değer arz eden ürünler arasında yer almaktadır. Bu ürünler gastronomi tanıtımı ve çekiciliği yönünden avantaj ve olumlu etkiler sağlamaktadır. Türk kahvesi, su ve lokum, birbiriyle uyum elde eden, akıllarda kalan gıda ürünlerine örnek olarak verilebilen gastronomik bir bileşimdir. Söz konusu gıda ürünleri türlü kutlamalarda, aile içi tanışmalarda ve ziyaretlerde sunulabilmekte ve tüketilebilmektedir (Yönet Eren ve Ceyhan Sezgin, 2018).

Genel olarak konuya ilişkin şekilde; çeşitli ürünlerin (alkol, sigara, tütün, meyve, işlenmiş gıdalar vb.) tüketimi esnasında çay, kahve, kola gibi çeşitli sıcak veya soğuk içeceklerin tüketiminin de gerçekleştirilebildiği göze çarpmaktadır. Ayrıca tüm yiyecek ve içecek ürünlerinin kullanımı kişiye özel olarak farklılık gösterebilmektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Derleme niteliği taşıyan bu çalışmada birbirine yakışan gıdaların gastronomideki yerine açıklık getirilmektedir. Çalışma bu yönüyle gastronomi alanyazınına kayda değer derecede bilgi aktarımında önem arz etmektedir. Gastronomi, uluslararası ve ulusal çapta büyük etkiler sağlayan ve önem verilen bir alandır. Gastronomiye önem veren ülkeler bu alandan yüksek miktarda ekonomik kazanç elde etmektedir. Gastronomide yaşanan gelişimler sayesinde bu alanın popülerlik, önemlilik ve etkililik seviyeleri zaman içerisinde artış göstermektedir.

Gastronomi kapsamında gıdalar önemlidir. Ayrıca birbirine yakışan gıda ürünleri de gastronomide önemli bir yere sahiptir. Çok sayıda birbirine yakışan gıda ürünü olup, bu gıda ürünleri de gastronomi alanında yoğun olarak değerlendirilmekte ve önem arz etmektedir. Birbirine yakışan gıda ürünlerinin hem uluslararası hem de ulusal alanlarda geniş bir kullanım alanı ve tüketimi söz konusudur. Bu ürünler gastronomi potansiyeli ve önemi üzerinde olumlu etkiler sağlamakta ve gastronomik çekim unsurlarından biri olarak dikkat çekmektedir.

Zaman zaman televizyon kanallarında ve sinema filmlerinde de gösterilen birbirine yakışan gıda ürünleri gerek uluslararası gerek ulusal gerekse de yöresel alanlarda gastronomik anlamda popülerlik elde etmekte, önem kazanmakta, talep artırmakta, daha iyi bir konuma ulaşma noktasında çeşitli avantaj ve olumlu etkiler sağlamakta, insanlar üzerinde merak duygusu meydana getirmekte ve bu duyguya paralel olarak tüketim isteği oluşturma veya bunu artırma adına motivasyon geliştirmekte olduğu düşünülmektedir.

Bu çalışmadan hareket ederek verilen öneriler aşağıda yer almaktadır.

- Birbirine yakışan gıda ürünleri tüketiminin kırsal ve kentsel bakış açılarıyla karşılıklı olarak değerlendirilmesi, bu değerlendirme kapsamında da çeşitli gastronomi odaklı kurum ve/veya kuruluşların önerilerinin alınması ve bu doğrultuda bir araştırmanın ortaya konması tavsiye edilmektedir.
- Birbirine yakışan gıda ürünleri ile gastro turistlerin demografik özelliklerini ilişkilendiren bir araştırma yapılabilir.
- Birbirine yakışan gıda ürünlerinin gastronomi turizmi destinasyonlarının ekonomik ve yerel kalkınmasına etkisini konu edinen bir araştırma meydana getirilebilir.
- Gastronomi turizminde birbirine yakışan gıda ürünlerinin önemi, gastronomi pazarlamasındaki yeri ve gastronomik seyahat açısından çekiciliğine dair bir araştırma ortaya çıkarılabilir.
- Birbirine yakışan gıda ürünlerine yöre halklarının ve gastro turistlerin bakış açılarını çeşitli yönlerden inceleyen bir araştırma gün yüzüne çıkarılabilir.
- Birbirine yakışan gıda ürünlerinin yiyecek-içecek işletmelerinin menülerinde yer alma düzeyi ile fiyat yönünden benzerlik ve farklılıklarının karşılaştırılması adına bir araştırmanın oluşturulması tavsiye edilmektedir.
- Çocuklar, yetişkinler ve yaşlıların en fazla tükettikleri birbirine yakışan popüler gıda ürünlerinin saptanması ve bu durumun onların gastronomi seyahat ve motivasyonlarına etkileri araştırılabilir. Ayrıca elde edilen bilgilerin çocukların, yetişkinlerin ve yaşlıların kendi arasında karşılaştırılması, yine buna ek olarak cinsiyet açısından da karşılaştırılması önerilebilir.
- Birbirine yakışan gıda ürünlerinin mutfak ve yemek kültüründeki yeri, önemi ve potansiyelinin ele alınmasına yönelik bir çalışma girişimi içerisinde bulunulabilir.
- Coğrafya ve kültür unsurlarının birbirine yakışan gıda ürünlerinin tercih edilmesi ve tüketilmesi üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerine açıklık getirilebilir.
- Benimsenen hayat tarzının birbirine yakışan gıda ürünlerinin tercih edilmesi ve tüketilmesi ile ilişkisi veya buna etkisi üzerine bir çalışma ortaya konabilir.

- “Fast Food” ve “Slow Food” kapsamında birbirine yakıŖan gıda ürünlerinin mevcut ve olası potansiyeli üzerine bir araştırma meydana getirilebilir. Ayrıca bu çalışma ulusal, bölgesel, kentsel vb. açıdan sınırlandırılabilir ve/veya karşılaştırılabilir.

Kaynakça

- Ademoğlu, A. ve Durlu Özkaya, F. (2023). Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nde Evlenme Törenlerinde Yapılan Gastronomi Uygulamaları. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 22(1), 326-349.
- Afoakwa, E. O., Paterson, A. ve Fowler, M. (2007). Factors Influencing Rheological and Texture Qualities in Chocolate - A Review. *Trends in Food Science and Technology*, 18(6), 290-298.
- Ağagündüz, D. (2020). Organik Çay İnfüzyonlarının Toplam Antioksidan ve Oksidan Kapasitelerinin Değerlendirilmesi. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 48(2), 5-14.
- Ağuş, A., Kocagöz, E. ve Aslan, M. (2021). Tüketicilerin Çay ve Kahve Tüketim AlıŖkanlıkları Üzerine Bir İnceleme. *Online International Conference on Empirical Economics and Social Sciences (e-ICEESS’21)*, 3-4 Temmuz 2021, Balıkesir, 57-70.
- Akgöl, Y. (2012). *Gastronomi Turizmi ve Türkiye’yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi* (YayımlanmamıŖ Yüksek Lisans Tezi). Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Akgöl, A. (1987). Soğansı Gıda Aromaları ve Ürünleri. *Gıda*, 12(1), 61-67.
- Akkuş, Ç. ve Şimşek, A. (2019). Yöresel Yiyeceklerin Menülerde Yer Alma Düzeyleri: Kastamonu Örneği. *8th International Vocational Schools Symposium UMYOS’19*, 11-13 Haziran 2019, Sinop, 45-48.
- Akkuş, G., Akkuş Ç. ve Çaylak Dönmez, Ö. (2019). Etkili Destinasyon Yönetimi Açısından Kastamonu İlçe Belediyeleri Bilgi Kaynaklarında Değinilen Gastronomik Unsurların Tespiti. *GANUD International Conference on Gastronomy, Nutrition and Dietetics*, 22-24 Kasım 2019, Gaziantep, 424-439.
- Aksoy, G. (2021). Müslüman Mahallesinde Çiğ Köfte Satmak! Çocuk Kurbanından Vejetaryen Mutfağa Pagan Bir Yiyeceğin Peşinde Eski Harran Sırları ve Sıra Gecesi. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/67854527/Musluman_Mahallesinde-libre.pdf?1625301392=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMusluman_Mahallesinde_Cig_Kofte_Satmak_C.pdf&Expires=1702479859&Signature=P4qUghcRTowfTmXHKurIKuBn9tedCoqwVz2qH8CyQmWiK0pLQTc-q2d9yM0G1ABV6v3xoKOOEbFxoTkIZ9YlTqVwL~e2SaoN8BWVntwRo~fvCLpazitYXC~v6Zm8uUns0ELIWOWjz~st8jkBdQhNQIGMT9D7BsTT13umUIwg8C5Y5akPvZHAkUIJr3Z7wfXr52Ne2uj-Db098arxmh7b1WDif-o~qGNADM-MxN9ZFNkczFX3Z28TsYBTtMRqjeXbZXElcq4GU6V~eTswAS41gMpAfXdcph749KHkB1RwQMMuk2AH8IWtUZmzBX9NuI8b9ys8ZXyMhq8gJDo8USn7Q__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA, Erişim Tarihi: 13.12.2021.
- Aktaş, A. (2008). *Sakarya'nın Yemek Kültürü Üç Kıtanın Damak Zevkinin Buluştuduğu Yer: Sakarya*. Sakarya: Sakarya Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yayınları.
- Aldemir, T. (2021). Gastronomi-Tarih. M. Işkın (Ed.). *İlişkişel Bağlamda Gastonomi ve Diğer Disiplinler* (1-20). Ankara: Astana Yayınları. ISBN: 978-625-7624-73-2.
- Alıpbayeva, D. ve Arslan, M. (2023). Ana Dili Konuşuru Olmayan Öğretmen Görüşüne Göre Kültürel Unsurların Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğrenimine Etkisi. *Journal of Research in Turkic Languages*, 5(2), 51-60.
- Alkayış, M. F. ve Yerli, S. (2020). Adıyaman’da Bir Kültür Unsuru Olarak Çiğ Köfte. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(2), 824-841.
- Almalech, M. (2013). Kosher Fat. https://eprints.nbu.bg/id/eprint/1902/1/Mony%20Almalech_EFSS'2013%20-%20Kosher%20Fat%20.pdf, Erişim Tarihi: 16.12.2023.
- Alpaslan, K., Tanrısever, C. ve Tütüncü, B. (2018). Dağcılık Turizminde Moleküler Gastronomi Kullanılabilir mi? *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek.1), 104-122.
- Altan, Z. (2017). Kıbrıs Türk Mutfağını ve Kültürünü Öğreniyorum. Kıbrıs: Altan Yayını.

- Altunbağ, E. ve Yılmaz, H. (2019). Sokak Satıcılarına Göre Sokak Lezzetleri. 20. Ulusal Turizm Kongresi "Şehir Turizmi", 16-19 Ekim 2019, Eskişehir, 437-443.
- Alvah, D. (2010). "I am Too Young to Die": Children and the Cold War. *Organization of American Historians Magazine of History*, 24(4), 25-28.
- Artun, E. (1998). *Adana Mutfak Kültürü ve Adana Yemekleri*. Adana: ÇUKTOB Kültür Yayınları.
- Aseña, M. B. (2009). *Gıda Reklamlarının Okul Öncesi Çocuklar Üzerindeki Etkilerinin Anneler Tarafından Değerlendirilmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Asker, A. (2011). Küresel-"Yerel Etkileşimi: Yerelin Dönüşümü Olarak Simit Sarayı Örneğinde Simidin "Fast-Food"laşması. *Erciyes İletişim Dergisi*, 2(1), 88-104.
- Atabek, E. (1983). *Alkol ve İnsan*. İstanbul: Kelebek Yayınları.
- Avşaroğlu, N. (2023). Dürüm Ayran (Blog Sayfası). <https://nadiravsaroglu.com/arsivler/6273>, Erişim Tarihi: 21.12.2023.
- Aydın, A. (2016). *Gastronomi ve Turizm Bütünleşmesinde İzlenilen Stratejik Süreç Üzerine Nitel Bir Araştırma: Kapadokya Örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Aydın, B. (2018). *Türkiye'de Çocuk Televizyon Kanallarındaki Çizgi Filmlerin Çocukluğa Etkisi Üzerine Bir İçerik Analizi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Aysin, E. A. (2019). Amerika Birleşik Devletleri'nde Yaşayan Türk Göçmenlerin Beslenme Alışkanlıklarının Kültürel Değişiminin Belirlenmesi (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Başkent Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Bağlayıcı, E., Soysona Ar, Ö. ve Ocak, E. (2022). Cevizli, Antep Fıstıklı ve Karamelli Kaymak Üretimi. 8th International Mardin Artuklu Scientific Researches Conference, 4-6 Haziran 2022, Mardin, 945-957.
- Bakar Fındıkcı, M. (2021). Kültürel Faktörlerin Afiş Tasarımı Üzerindeki Etkisi. *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 7(42), 1354-1360.
- Bakırcı, N. (2010). Hıdırellez ve Niğde'de Unutulan Bir Gelenek: Niğde Cumaları. *Turkish Studies-International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 5(3), 855-864.
- Ballı, E. (2016). Gastronomi Turizmi Açısından Adana Sokak Lezzetleri. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 4(Special Issue 1), 3-17.
- Bambaşka Mutfak (2012). New York Usulü Kırmızı Şaraplı Biftek (Blog Sayfası). <https://bambaskamutfak.blogspot.com/2012/08/new-york-usulu-krmz-sarapl-biftek.html>, Erişim Tarihi: 17.12.2023.
- Baran, M. ve Gökdoğan, O. (2014). Karpuz ve Kavun Yetiştiriciliğinde Enerji Girdi-Çıktı Analizi: Kırklareli İli Örneği. *Anadolu Tarım Bilimleri Dergisi*, 29(3), 217-224.
- Başaran, B. (2017). Gastronomi Turizmi Kapsamında Rize Yöresel Lezzetlerinin Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 5(3), 135-149.
- Batu, A. ve Batu, H. S. (2016). Türk Tatlı Kültüründe Türk Lokumunun Yeri. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 4(1), 42-52.
- Batu, A. ve Molla, E. (2008). Lokum Üretiminde Kullanılan Katkı Maddeleri. *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 1, 33-36.
- Bayat, G. (2020). Kars'ın Yerel Yemekleri ve Yerel Ürünlerin Kars'taki Yiyecek İçecek İşletmelerinde Kullanımının Sürdürülebilir Gıda Kapsamında Değerlendirilmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2640-2654.
- Bayındır, M. S., Bayındır, B. ve Öncel, S. (2020). X, Y ve Z Kuşağı Tüketicilerin Kahve Dükkanlarını Tercih Etme Alışkanlıklarının İncelenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4), 3949-3963.
- Baysal A. (1988). Türk Mutfağında Köfte, Sarma ve Dolmalar: Türleri, Özellikleri, Besin Değeri. Halıcı, F. (Ed.). *Birinci Milletlerarası Yemek Kongresi* (50-57). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayını.

- Baysal, A. (1992). Zayıflama Diyetleri. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 21(1), 5-8.
- Baysal, A., Kutluay Merdol, T., Sacır, F. H, Çiğirim Taşçı, N. ve Başoğlu, S. (1996). *Türk Mutfağından Örnekler*. Kültür Bakanlığı Yayınları-1570, Tanıtma Eserleri Dizisi-56. Kültür Bakanlığı. 2. Baskı. Ankara.
- Bedir, G. (2018). *Geleneksel Türk Mutfağı Tarifelerinin Üç Farklı Besin Ögesi Örüntü Profili ile Değerlendirilmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Belpınar, A. (2014). *Gastronomi Turizmine Yönelik Turist Görüşlerinin Kültürlerarası Karşılaştırılması: Kapadokya Örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Beyhan, Y. ve Taş, V. (2019). Mental Sağlık ve Beslenme. *Zeugma Sağlık Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 31-36.
- Bilgili, R. ve Koçoğlu, C. M. (2020). Kırsal Turizm İşletmelerinin Menülerinde Yöresel Yemekleri Kullanım Düzeyleri: Boğazkale Örneği. *Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Dergisi*, 4(2), 49-70.
- Birer, Ş. (1983). Pekmezin Beslenmemizdeki Yeri ve Kullanılması. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 12, 107-114.
- Boz, H. (2022). Sıcak Havada Pişirilmiş (Airfrying) Ürünlerin Özellikleri. *Gastro-World*, 1(1), 41-49
- Bozkoyun, M. ve Baytar, İ. (2020). Tuzlu Balık ve Ayran Aşının Van İlinin Gastronomi Turizmindeki Yeri. *Journal of Humanities and Tourism Research*, (Special Issue 5), 41-58.
- Boztepe, Ö. (2012). Sultani Çekirdeksiz Üzümlerinin Kükürtlenerek Kurutulmasında Farklı Kükürtleme Uygulamalarının Kuru Üzüm Randımanı ve Kalitesi Üzerinde Araştırmalar (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ege Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Budak, N., Çiçek, B. ve Şahin, H. (2002). Üniversite Öğrencilerinin Tükettikleri İçecekler ve Tercihlerini Belirleyen Etmenler. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 31(2), 31-40.
- Burhans, D. (2008). *Crunch! A History of the Great American Chip*. Terrace Books.
- Burns, N. ve Grove, S. K. (2009). *The Practice of Nursing Research: Appraisal, Synthesis, and Generation of Evidence* (6th Edition). USA: Saunders.
- Büdü Aydın, E. (2021). Markaların İmgesel Kodlarının Duyusal Yorumu: Torku Örneği. *Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (AKSOS)*, (9), 26-43.
- Büyüktuncer, Z. ve Yücecan, S. (2009). Türk Mutfağının Beslenme ve Sağlık Açısından Değerlendirilmesi. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 37(1-2), 93-100.
- Cao, H., Jiang, J., Oh, L. B., Li, H., Liao, X. ve Chen, Z. (2013). A Maslow's Hierarchy of Needs Analysis of Social Networking Services Continuance. *Journal of Service Management*, 24(2), 170-190.
- Ceyhun Sezgin, A. ve Ayyıldız, S. (2019a). Gastronomi Alanında Vejetaryen/Vegan Yaklaşımı Giresun Yöre Mutfağının Vejetaryen Mutfak Kapsamında İncelenmesi. E. İnandır, O. Köse ve Y. Ulutürk (Ed.). *Siyasi, Sosyal ve Kültürel Yönleriyle Türkiye ve Rusya - 1* (505-533). Ankara: Berikan Yayınevi.
- Ceyhun Sezgin, A. ve. Ayyıldız, S. (2019b). Çocukların Tükettiği Atıştırmalık Gıdalarda Kullanılan Renklendiricilere İlişkin Bir Araştırma. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 11(18), 877-913.
- Cumhur, Ö. (2020). Sokak Gıdalarının Güvenliği İçin Risk Faktörlerinin Değerlendirilmesi. *Food and Health*, 6(2), 128-139.
- Curoğlu, Ö. B., Saraç, Ö., Pamukcu, H. ve Sandıkcı, M. (2022). Bulgaristan'dan Sakarya'ya Göç Eden Türklerin Geçmişten Günümüze Mutfak Kültürü. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 19(1), 108-123.
- Çam, O. ve Çılgınoğlu, H. (2021). Yöresel Mutfakların Gastronomi Turizmindeki Önemi: Kastamonu Mutfağı Örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 176-192.
- Çapanoğlu, E. ve Boyacıoğlu, D. (2006). Tanımlayıcı Analiz ve Soslarda Uygulanması. *Türkiye 9. Gıda Kongresi*, 24-26 Mayıs 2006, Bolu, 823-826.
- Çebi, K., Özyürek, S. ve Türkyılmaz, D. (2018). Süt ve Süt Ürünleri Tüketiminde Tüketici Tercihlerini Etkileyen Faktörler: Erzincan İli Örneği. *Yüzüncü Yıl University Journal of Agricultural Sciences*, 28(1), 70-77.
- Çekal, N. ve Doğan, E. (2021). Türk ve Dünya Mutfaklarında Kahvaltı Üzerine Bir Çalışma. *Humanities Sciences*, 16(1), 71-88.

- Çelen, O. (2015). *Döner ve Kebapçıların Yiyecek-İçecek Hijyenine Yönelik Bilgi Düzeyi: Ankara İlinde Bir Araştırma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Çelen, O. ve Avcıkurt, C. (2017). Döner ve Kebapçıların Yiyecek-İçecek Hijyenine Yönelik Bilgi Düzeyi: Ankara İlinde Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 303-323.
- Çelik, M. ve Aksoy, M. (2017). Şanlıurfa'da Özel Günlerde Yapılan Yemeklere Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 4(Special Issue 1), 136-144.
- Çelik, S. F. (2014). *Antioxidant Activity and Polyphenol Composition of Sesame Paste and Grape Molasses Blends* (Unpublished Master's Thesis). Istanbul Technical University, Graduate School of Science Engineering and Technology, Istanbul.
- Çetiner, S. (2017). Patates dünyaya nasıl yayıldı? *Tarla Sera Dergisi*, 26-28.
- Çılgınoğlu, H. (2022). Televizyon Dizilerinde İzleyicilere Sunulan Gastronomik Öğelerin Belirlenmesi: Gönül Dağı Dizisi Örneği. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 57(2), 1441-1455.
- Çılgınoğlu, H. ve Çam, O. (2021). Gastronomi Turizmi ve Kültür İlişkisi. S. Kılıç (Ed.). *Halkbilimi Bağlamında Türkiye'de Yeme-İçme Kültürü* (135-166). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Çılgınoğlu, H. ve Çılgınoğlu, Ü. (2022). Nörogastromoni ve Duyuların Lezzet Algısına Etkisinin Yarı Yapılandırılmış Görüşmelerle Analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(2), 837-855.
- Çılgınoğlu, H. ve Güleç, E. (2022). Liseden Üniversiteye Gastronomi Köprüsü Projesiyle Lise Öğrencilerinin Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümüne Yönelik Tutumları. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(3), 845-858.
- Çılgınoğlu, H. ve Güner, D. (2021). Kastamonu Gastronomik Ürünlerinin Nuh'un Ambarı Projesi Kapsamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(4), 2874-2892.
- Çılgınoğlu, H., Avcı, M. ve Çılgınoğlu, M. (2022). Sürdürülebilir Gastronomi Açısından Dikey Tarımın Önemi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 12(3), 455-467.
- Çınar, Z. (2019). *Geçiş Dönemlerinde Mutfak Kültürü ve Yöresel Mutfak Uygulamaları: Ege Bölgesi'nde Nitel Çalışma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Çınar, Z. Sormaz, Ü., Akturfan, M. ve Dalagan, S. (2021). Culinary Culture and Local Cuisine Practices in the Transition Period: the Case of Karaman. *Journal of Global Food Research*, 2(1), 1-13.
- Çiftçi, N. (2019). Tören Yemeklerinin Bilinirliği Üzerine Kuşaklar Arasındaki Farklılıkların Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Afyonkarahisar İli Örneği (Yüksek Lisans Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Çoşan, D. ve Seçim, Y. (2019). Bartın Mutfak Kültürü İçerisinde Tatlıların Yeri ve Önemi Üzerine Nitel Bir Çalışma. *Karadeniz İncelemeleri Dergisi*, 14(27), 279-292.
- Çurku, R. (2021). Sözlü Tarihin Eğitime Uyarlanması Bağlamında Van Düğün Gelenekleri Örneği. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (Van Özel Sayısı), 579-610.
- Daglioglu, F., Ilaslan, N. ve Yılmaz, I. (2005). The Microbiological Quality of Cig Kofte Sold in Istanbul, Turkey. *Fleiswirthschaft International*, 1, 1-10.
- Dalgın, T. ve Kızgın, Y. (2012). Yerli ve Yabancı Fastfood Ürünlerinin Tercih Nedenlerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Alan Çalışması: Muğla Örneği. *Mesleki Bilimler Dergisi (MBD)*, 1(1), 38-49.
- Degirmenci, A., Er Kemal, M., Boyracı, G. M., Kemal, M. ve Yıldız, O. (2021). A Preliminary Study on the Physicochemical, Microbiological and Sensory Characteristics of Purslane and/or Cayenne Pepper Added Drinking Yogurt, a Traditional Anatolian Beverage. *Karadeniz Fen Bilimleri Dergisi*, 11(2), 486-495.
- Değer, A. C. ve Fidan, Ö. (2004). Developing Reading Materials for Second Language Teaching. *Dil Dergisi*, (126), 7-18.
- Demir, E., Sürmen, B., Özer, H. ve Kutbay, H. G. (2017). Salıpazarı ve Çevresinde (Samsun/Türkiye) Doğal Olarak Yetişen Bitkilerin Etnobotanik Özellikleri. *Karadeniz Fen Bilimleri Dergisi*, 7(2), 68-78.
- Demir, Ö., Avcıkurt, C. ve Güleç, E. (2019). Eminönü'nde (İstanbul) Balık Ekmek Yeme Deneyimleri. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (Ek-1 Özel Sayı), 201-218.

- Demir, Ş., Akdağ, G., Sormaz, Ü. ve Özata, E. (2018). Sokak Lezzetlerinin Gastronomik Değeri: İstanbul Sokak Lezzetleri. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek.1), 589-601.
- Demiray, A. ve Hatırlı, S. A. (2021). Türkiye'nin Kuru Üzüm İhracatının Ekonometrik Analizi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 8(3), 165-182.
- Demirci, U. (2023). Sürdürülebilirlik Faaliyetleri Temelinde 167 Yıldır Devam Eden Bir Aile İşletmesi: Tarihi Kalkanoğlu Pilavı. *Pamukkale Üniversitesi İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 257-274.
- Denk, E. (2023). Erzurum Mutfak Kültürünün Sahip Olduğu Zenginliğin Mutfak Turizmi Açısından Farkında Olmak. *Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi (IJTEBS)*, 7(2), 59-79.
- Dilek, S. E. (2018). Selçuklu ve Osmanlı Mutfağının Gastronomi Açısından Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism Theory and Research*, 4(2), 122-132.
- Doğan, N. (2019). TRA1 Bölgesinde (Erzurum, Erzincan, Bayburt) Hanelerin Kırmızı Et, Tavuk Eti ve Balık Eti Tüketimine Yönelik Mevcut Durum Üzerine Bir Araştırma. *Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi*, 6(2), 285-295.
- Dokuzlu, S., Demir, B., Ürün, B., Güler, V., Sarı, Y., Yıldız, G. ve Aksoy, O. (2019). Tüketicilerin Yöresel Ürün Satın Alma Davranışları: DAP Bölgesi Ürünleri. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 25(1), 97-108.
- Döşlü, A. (2008). *Veri Madenciliğinde Market Sepet Analizi ve Birlikte Kullanılan Kuralların Belirlenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Durgun, S. (2018). Kültürpark: Soğuk Savaş'ın Mikrokozmos Kültürel Belleği. *Meltem İzmir Akdeniz Akademisi Dergisi*, (4), 69-76.
- Dümen, E., Ekici, G., Bayrakal, G. M., Akkaya, H., Sezgin, F. H. ve Ergin, S. (2023). Çiğ Köftelerin Bakteriyolojik ve Parazitolojik Kalitesinin Tespiti ile Halk Sağlığının Korunması. *İstanbul Rumeli Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 1(2), 1-12.
- Elmacıoğlu, F. (1996). Hızlı Hazır Yemek Sisteminde (Fast-Food) Önceliklerin Belirlenmesi. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 25(1), 30-34.
- Erbil, K. ve Yılmaz, G. (2018). Kültürel Miras Bağlamında Sakarya İlinde Yaşayan Etnik Grupların Türk Mutfağına Katkıları. *Turizm Akademik Dergisi*, 5(1), 276-285.
- Erdoğan, İ. (2006). Kimlik Sorunu: Kendini Sevmeyenin Kimliğindeki Kendi Olmayan Kendi. *Demokrasi Platformu*, 2(5).
- Eren, S. (2007). Türk Mutfağı ve HACCP Sistemi; Mutfak Profesyonellerinin HACCP Bilgilerinin Ölçülmesi. *I. Ulusal Gastronomi Sempozyumu*, Antalya, 73-83.
- Ertürk, M. (2021). Çay Üzerine. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Uygulama ve Araştırma Merkezi, Turizm E-Bülteni, (5), 13-19.
- Eskici, G. (2020). Covid-19 Karantinası: Beslenme, Ağırlık Kontrolü ve Bağışıklığa Yönelik Öneriler Gündem: Karantinada Ramazan Ayı Beslenme Önerileri. *Spor Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 25(1), 1-9.
- Fidan, S. ve Özcan, F. (2019). Gastronomi Kenti Gaziantep'te Özel Gün Yemekleri Üzerine Bir Araştırma. *Journal of International Social Research*, 12(67), 65-80.
- Gençtürk Hızal, S. (2010). Türkiye'de Alkollü İçecek Pazarında Aktörler, Senaryolar ve Reklamlar: Rakı Reklamında Balık Ol(ama)mak. *İletişim: Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 61-94.
- Gerrish, K. ve Lacey, A. (2010). *The Research Process in Nursing* (6th Edition). London: Wiley-Blackwell.
- Göbel, P., Şanlıer, N., Yılmaz, S., Açıkalın, B. ve Kocabaş, Ş. (2022). COVID-19 Küresel Salgınında Sosyal Medya Kullanımı ve Beslenmenin İlişkisi: Nitel Bir Çalışma. *Sağlık ve Toplum*, 32(3), 123-134.
- Gökaliçler, E. ve Saatçioğlu, E. (2016). Reklamlar Aracılığıyla Betimlenen Tüketim Ritüelleri ve Marka Sadakati İlişkisi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (26), 24-46.
- Gönülgül, S. ve Durlu Özkaya, F. (2023). Investigation of Menu Content and Production of Los Angeles and Toronto Street Tastes. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 5(4), 454-465.
- Guenther, F. J. (2001). *The International Potato Industry*. Woodhead Publishing Limited.

- Güldemir, O., & Işık, N. (2011). Nevşehir Mutfak Kültürü ve Yemekleri. 1. Uluslararası Nevşehir Tarih ve Kültür Sempozyumu, 16-19 Kasım 2011, Nevşehir, 151-176.
- Güldemir, O., Haklı, G. ve Işık, N. (2018). Türk Mutfağı'nda Kahvaltıda Tüketilen Çorbalar Ve İllere Göre Dağılımı. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (39), 56-66.
- Güler, S. (2010). Türk Mutfak Kültürü ve Yeme İçme Alışkanlıkları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (26), 24-30.
- Güneş, S. (2012). Türk Çay Kültürü ve Ürünleri. *Milli Folklor*, 24(94), 234-251.
- Güngörür, M. N. ve Mol, S. (2019). Bir Gıda Olarak Midye. *Aydın Gastronomy*, 3(2), 119-127.
- Gürsoy, D. (2019). *Demlikten Süzülen Kültür Çay*. İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Güzelcan, M. S. ve El, S. N. (2011). Simidin Demir ve Çinko Mineralleriyle Zenginleştirilmesi ve In Vitro Mineral Biyoyararlılığının Saptanması. *Gıda*, 36(1), 41-48.
- Habertürk (2021). Karpuz-peynir ikilisine dikkat! <https://www.haberturk.com/karpuz-peynir-ikilisine-dikkat-3168478>, Erişim Tarihi: 15.12.2023.
- Hatipoğlu, A. (2010). İnançların Gastronomi Üzerine Etkileri: Bodrum'daki Beş Yıldızlı Otellerin Mutfak Yöneticilerinin Görüşlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Irmak, Y. (2019). Bingöl Mutfak Kültürü ve Gastronomi Turizmi. *Bingöl Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 111-144.
- Işık, N., Kılıçarslan, A., Güldemir, O., Önay Derin, D. ve Barı, N. (2017). İlginç Mutfak Kültürü ve Yemekleri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (38), 86-94.
- Işıksoluğu, M. K. (1986). Yükseköğrenim Yapan Kız Öğrencilerin Beslenme Durumu ve Buna Beslenme Eğitiminin Etkisi. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 15, 55-70.
- İdacitürk, E. ve Uygungöz, M. (2023). Türk ve Yunan Kültürlerinin Benzerlik ve Farklılıkları Üzerine Bir İnceleme. *UMAY Sanat ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 66-77.
- İzmit Belediyesi (2023). İzmit Belediyesi Aşevi Ürünleri Öğrencilerden Büyük İlgi Görüyor. <https://izmit.bel.tr/haber/izmit-belediyesi-asevi-urunleri-ogrencilerden-buyuk-ilgi-goruyor-32979/>, Erişim Tarihi: 17.12.2023.
- Kapka, E. (2019). Antik Roma'da Soğan, Sarımsak ve Pırasa Kullanımına Dair. 6. Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Kongresi, 1-3 Kasım 2019, Şanlıurfa, 153-166.
- Karaağaoğlu, N. ve Yücecan, S. (1999). Oruç Tutan Bireylerin Ramazan'da ve Ramazan Bayramı'nda Besin Tüketim Durumları. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 28(1), 29-38.
- Karabudak, E., Başoğlu, S., Turnagöl, H., Özbay Bedir, G. ve Türközü, D. (2013). Pastacılık Ürünlerinin Enerji ve Besin Değerleri ile Diyet Değişim Listelerindeki Karşılıklarının Değerlendirilmesi. *Gıda*, 38(4), 231-238.
- Karaca, O. B., Yıldırım, O. ve Çakıcı, C. (2015). Gastronomi Turizminde Otlar, Ot Yemekleri ve Sağlıkla İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 3(3), 27-42.
- Karaçam, Z. (2013). Sistematiik Derleme Metodolojisi: Sistematiik Derleme Hazırlamak İçin Bir Rehber. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(1), 26-33.
- Karahan, S., Uzun, G. ve Uca, S. (2023). Gaziantep Yöresel Lezzetleri ile İlgili Videoların İçerik Analizi. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 6(1), 1-16.
- Karakeçili, F., Çıkman, A. ve Karagöz, A. (2017). A Salmonella typhimurium outbreak associated with food served at a wedding reception. *Klinik Dergisi*, 30(3), 131-5.
- Kaşlı, M., Cankül, D., Köz, E. N. ve Ekici, A. (2015). Gastronomik Miras ve Sürdürülebilirlik: Eskişehir Örneği. *Eko-Gastronomi Dergisi*, 1(2), 27-46.
- Kaymaz, E. ve Ulema, Ş. (2020). Yenilebilir Böceklerin Menülerde Kullanılması Üzerine Bir Araştırma- Kapadokya Örneği. *Journal of Travel and Tourism Research*, (14), 46-63.
- Kayseri Anadolu Haber (2023). Tahinli Kek Tarifi - Sağlıklı ve Kolay Kek Yapımı - Türk Mutfağı. <https://www.kayserianadoluhaber.com.tr/tahinli-kek-tarifi-saglikli-ve-kolay-kek-yapimi-turk-mutfagi/99338/>, Erişim Tarihi: 13.12.2023.

- Keskin, S. N., Şin, E., Akarca, G. ve Tomar, O. (2018). Çeşitli Bitki Ekstraktlarının Çiğ köfte Üzerindeki Antimikrobiyal Etkisi. *Kocatepe Veterinary Journal*, 11(3), 266-278.
- Keskinso (2022). Ton Balığı ve Mısır ile Ne Yapılır? <https://keskinso.gen.tr/ton-bal%C4%B1%C4%9F%C4%B1-ve-m%C4%B1s%C4%B1r-ile-ne-yap%C4%B1l%C4%B1r/>, Erişim Tarihi: 18.12.2023.
- Kınay, Ö. (2013). Küreselleşme ve Küresel Markalaşma: Yerellik ve Kültürel Göstergeler Bağlamında Pringles Örneği. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 3(2), 12-20.
- Kıngır, S., Karakaş, A., Şengün, H. İ. ve Çenberlitaş, İ. (2015). Üniversite Öğrencilerinin Fast-Food Tercih Etme Sebeplerinin Belirlenmesi: Dicle Üniversitesi Örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 12(3), 102-119.
- Kızıldemir, Ö. (2019). Afyonkarahisar Mutfak Kültürü Üzerine Bir Değerlendirme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(1), 647-663.
- Kibych, A. ve Czapliński, P. (2015). Problem Różnorodności Kulturowej W Geografii. *Stupskie Prace Geograficzne*, (12), 33-46.
- Koca, N. (2016). Afyonkarahisar Ekmek Kültüründe Coğrafi Faktörlerin Etkisi. H. Babacan ve S. Özer (Ed.). *Sosyal Ve Liberal Bilimlerde Yeni Yönelimler (İkinci Cilt)* (411-432). Ankara: Gece Kitaplığı.
- Koca, S. (2011). *Bitter Çikolatanın Fizikokimyasal Özellikleri Üzerine Konçlama Şartlarının Etkisi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Koçak, A. (2014). Anadolu Köy Seyirlik Oyunlarında İnsanlık Serüveni: “Ölü Oyunu” Örneği. *Folklor/Edebiyat*, 20(79), 189-199.
- Kozak, M. ve Buhalis, D. (2019). Cross-Border Tourism Destination Marketing: Prerequisites and Critical Success Factors. *Journal of Destination Marketing & Management*, 14, 1-19.
- Köksal, G. ve Manav, N. (1973). Çay ve Kahvenin Beslenme ve Sağlıkla İlişkisi. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 2(3), 193-197.
- Köycü, E. (2022). Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’nde 2010-2012 Yılları Arası Kutlu Doğum Etkinlikleri Üzerine Bir Değerlendirme. M. O. Aladağ ve M. G. Giurgiu (Ed.). 2. *International Mediterranean Scientific Research and Innovation Congress*, 30-31 Temmuz 2022, KKTC, 357-372.
- Kula, S. ve Çakar, B. (2015). Maslow İhtiyaçlar Hiyerarşisi Bağlamında Toplumda Bireylerin Güvenlik Algısı ve Yaşam Doyumu Arasındaki İlişki. *Bartın Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6(12), 191-210.
- Kurnaz, A. (2017). Sürdürülebilir Gastronomi Kapsamında Yeşil Restoranların Hizmet Kalite Algısının Grserv ile Ölçümü: İstanbul Örneği (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Kurt, E. ve Altun, T. (2014). Televizyon Reklamlarının İlkokul Öğrencilerinin Beslenme Alışkanlıklarına Etkisi Üzerine Bir İnceleme. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(7), 393-408.
- Kurt, F., Güvenir, H., Asarkaya, M., Buğa, H., Yakut, H. İ. ve Mısırlıoğlu, E. D. (2019). Acil Servise Solunum Sistemi Şikayetiyle Başvuran Hastalarda Tamamlayıcı ve Alternatif Tıp Kullanımının Değerlendirilmesi. *Türkiye Çocuk Hastalıkları Dergisi*, 13(5), 341-347.
- Kurtuldu, G. (2016). “Starbucks” İş Modeli ve Globalleşme Sürecine Kıyasla Bir İş Modeli Olarak “Kahve Dünyası”nın Gelişimi ve Globalleşmesi. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(2), 33-55.
- Lilholt, A. (2015). *Entomological Gastronomy*. Lulu.
- Mazıcıoğlu, M. M. ve Öztürk, A. (2003). Üniversite 3. ve 4. Sınıf Öğrencilerinde Beslenme Alışkanlıkları ve Bunu Etkileyen Faktörler. *Erciyes Tıp Dergisi*, 25(4), 172-178.
- Moula, P. ve Goodman M. (2009). *Nursing Research*. London: SAGE Publication Ltd.
- Mutfak Gazetesi (2011). Limonatalı Kek. <https://www.mutfakgazetesi.com/2011/01/limonlu-kek.html>, Erişim Tarihi: 17.12.2023.
- Nacak, İ. (2018). Bir Kentsel Mekân Olarak Konya Alâeddin Tepesinde Gündelik Hayat. *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, (40), 235-252.

- Navarro, V., Serrano, G., Lasa, D., Aduriz, A. L. ve Ayo, J. (2012). Cooking and Nutritional Science: Gastronomy Goes Further. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 20(4), 37-45.
- Nefis Yemek Tarifleri (2023b). Hangi Baklava Kaç Kalori. <https://www.nefisyemektarifleri.com/kac-kalori/baklava/>, Erişim Tarihi: 22.12.2023.
- Nefis Yemek Tarifleri (2023b). Rakının Yanında Ne Gider? En İyi 25 Çeşit Meze. <https://www.nefisyemektarifleri.com/blog/rakinin-yanina-ne-gider-5664781/>, Erişim Tarihi: 18.12.2023.
- Nizam Bilgiç, D. (2020). Yeni Bir Kırsal Kalkınma, Bilindik Bir Kırsal Annelik: Ticarileşen Yöresel Yemeklerin Toplumsal Cinsiyet Rollerine Etkisi. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 40, 79-108.
- Nizamlıoğlu, N. M. ve Nas, S. (2019). Gıdalarda Akrilamid Oluşum Mekanizmaları, Gıdaların Akrilamid İçeriği ve Sağlık Üzerine Etkileri. *Akademik Gıda*, 17(2), 232-242.
- Ocak Demir, A. Ö. (2010). *İstanbul'da Satışa Sunulan Mısır Bazlı Gıdalarda Fumonisin Aranması* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Oğuz, S. (2020). Sokak Yemeklerinden Yiyecek Bölgelerine-Kentsel Mekânda Gastronomi Hizmetleri ve Mutfak Turizmi: Adana Örneği. *Artıbilim Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 1-17.
- Oktay, S. ve Guden, N. (2021). Yunan, Türk ve Kıbrıs Mutfaklarının Gastronomik Kültürel Yansıması. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 4(2), 465-481.
- Onarlı, İ. (2003). Nevruz Bayramı. *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, (25).
- Onurlubaş, E. ve Çakırlar, H. (2016). Tüketicilerin Süt ve Süt Ürünleri Tüketimini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 217-242.
- Oral, M. Z. (1957). Selçuk Devri Yemekleri. *Türk Etnografya Dergisi*, (53), 29-34.
- Osmanlar, E. ve Menemenci Bahçelerli, N. (2021). Farklı Kültür Ve İnançlara Sahip Destinasyonlarda Gastronominin Şekillenmesi: Kuzey Kıbrıs Örneği. *Uluslararası Anadolu Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2), 707-719.
- Öksüztepe, G. ve Beyazgül, P. (2014). Elazığ'da Satılan Pişmiş Et ve Tavuk Dönerlerin Mikrobiyolojik Kalitesi. *Fırat Üniversitesi Sağlık Bilimleri Veteriner Dergisi*, 28(2), 65-71.
- Öktem, Ş. (2014). Standart Reçetelerin Turizm Sektöründe Sürdürülebilirliğe Katkısı: Mersin Yöresi Kahvaltı Örnekleri. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 2(2), 24-33.
- Ölmez, N. ve Sökmen, S. (2012). Isparta-Gönende Geçmişten Günümüze Evlenme Adetleri. *Milli Folklor*, 24(95), 333-344.
- Öncü, F., Ögel, K. ve Çakmak, D. (2002). Alkol Kültürü-2: İçki Kültürü ve Edebiyatta İçki. *Bağımlılık Dergisi*, 3(1), 31-36.
- Öney, H. (2016). Gastronomi Eğitimi Üzerine Bir Değerlendirme. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 193-202.
- Özbay, T., Altındağ, E. Ö., Yentürk, R., Özbay, N., Adıyaman, M. A. ve Baran, M. (2023). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Şanlıurfa'nın Gastronomi Turizmi. *Premium e-Journal of Social Science (PEJOSS)*, 7(31), 583-605.
- Özçelik, A. Ö. (2000). Sağlık Personelinin Beslenme Alışkanlıkları Üzerinde bir Araştırma. *Gıda*, 25(2), 93-99.
- Özçelik, A. Ö. ve Sürücüoğlu, M. S. (1998). Tüketicilerin "Fast Food Türü" Yiyecek Tercihleri. *Gıda*, 23(6), 437-447.
- Özdemir, F., Güngör, B. (2016). Kültürel Bir Değer Olarak Unutulmaya Yüz Tutmuş Geleneksel Hatay Yemekleri ve Bu Kültürel Değerin Korunması Önerileri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(Special Issue 1), 190-199.
- Özer, Ç. (2020). Sosyal Bir Seremoni: Anadolu'da Düğün Yemekleri ve Ritüelleri. *Turkish Studies - Social*, 15(8), 3677-3690.

- Öztürk, F. (2020). Midye Örneklerinde *Vibrio Parahaemolyticus*'a Karşı Koruk, Limon ve Nar Suyunun Antibakteriyel Etkisi. *Gıda*, 45(3), 506-516.
- Öztürk, M. ve Besler, T. (2008). Besin Alerjileri (Birinci Basım). T.C. Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü Beslenme ve Fiziksel Aktiviteler Daire Başkanlığı. Ankara: Klasmat Matbaacılık. ISBN: 978-975-590-243-2.
- Öztürk, S. A., Kalkan, İ., Durmaz, C., Pehlivan, M., Özüpek, G. ve Bakmaz, Z. D. (2020). Üniversiteli Sporcu Öğrencilerin Beslenme Destek Ürünleri Kullanım Durumu. *Tıp Fakültesi Klinikleri Dergisi*, 3(1), 5-14.
- Özyılmaz, H. ve Aluçlu, İ. (2009). Malatya Geleneksel ve Güncel Konutları'nda Kullanıcı Gereksinimleri ve Tasarımına Yansıması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(29), 168-183.
- Pala, K. (2023). Geleneksel Yöntem ve Uygulamalarla Orta Karadeniz Mutfak Kültürü. Çanakkale: Paradigma Akademi.
- Pehlivan, Ö. ve Alkoy, S. (2019). Bir Tıp Fakültesindeki Altıncı Sınıf Öğrencilerinin Beslenme Davranışlarının Değerlendirilmesi. *Abant Tıp Dergisi*, 8(1), 13-18.
- Pekşen, F. (2011). Divriği Kültüründe Arı ve Bal. *Acta Turcica-Çevrim İçi Tematik Türkoloji Dergisi*, 3(1/1), 69-85.
- Sabancı, M. ve Sarıışık, M. (2021). Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesine Yönelik Nitel Bir Çalışma: Manisa Örneği. *Turar Turizm ve Araştırma Dergisi*, 10(2), 22-46.
- Sabbağ, Ç. (2013). Kent ve Kırsalda Annelerin 0-24 Aylık Çocukları Besleme Davranışları. *International Journal of Human Sciences*, (10)1, 279-292.
- Safi, İ. Atnur, G. ve Küçükyıldız, D. (2020). Dışarıda Yeme Kültürü ve Lokantalar: Rize Örneği. *Mukaddime*, 11(1), 124-153.
- Sağır, A. (2012). Bir Yemek Sosyolojisi Denemesi Örneği Olarak Tokat Mutfağı. *Electronic Turkish Studies*, 7(4), 2675-2695.
- Sağlam, F. (1991). Hızlı-Hazır Yemek Sistemi (Fast-Food) Üzerinde Bir Çalışma. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 20(2), 187-197.
- Saltık, I. A., Coşar, Y. ve Kozak, M. (2010). Televizyon Dizilerinin Destinasyon Pazarlaması Açısından Olası Sonuçları. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(1-Prof. Dr. Hasan Işın Dener Özel Sayısı), 41-50.
- Salur, M. U. (2016). *Büyük Veri Araçlarından Hadoop Kullanarak Veri Madenciliği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Pamukkale Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Denizli.
- Santich, B. (2004). The Study of Gastronomy and Its Relevance to Hospitality Education and Training. *Hospitality Management*, 23, 15-24.
- Sarıkaya, E. (2019). Türk Mutfak Kültürünün Şiire Yansıması Bağlamında Ravzî'nin Pilav Kasidesi. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (16), 319-327.
- Say, D. ve Ballı, E. (2012). Şalgam Suyunun (Şalgam) Özellikleri ve Adana Bölgesi'nin Gastronomi Turizmindeki Önemi. II. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi, 12-15 Nisan 2012, Antalya, 612-620.
- Say, D., Esen, M. K. ve Güzeler, N. (2018). Türk Mutfağında Kahvaltı Kültürü. I. Uluslararası Akdeniz Sempozyumu, Bildiri Tam Metinleri Kitabı (Cilt 4) (36-54). Mersin: Mer Ak Mersin Akademi Yayınları.
- Sayar, N. (2019). *Yabancı Turistlerin Antalya Kaleiçi'ndeki Restoran Deneyimleri* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Sayın, K. (2022). Hızlı Yemek Ürünlerinin Sağlık Üzerine Etkileri ve Tercih Nedenleri Üzerine Bir. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(1), 302-320.
- Selçuk, Ş., Tarakçı, Z., Şahin, K. ve Coşkun, H. (2003). Yüzyüncü Yıl Üniversitesi Lisans Öğrencilerinin Süt Ürünleri Tüketim Alışkanlıkları. *Yuzuncu Yıl University Journal of Agricultural Sciences*, 13(1), 23-31.
- Selim, E. ve Adabalı, M. M. (2023). Dünya ve Türk Kültüründe Çayın Önemi. A. Kazaz (Ed.). *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Alanında Uluslararası Araştırmalar XXIV* (147-162). Ankara: Eğitim Yayınevi.
- Sığınç, H. ve Koç, B. (2017). Subliminal Mesajlar ve Gıda Tüketimi Üzerine Bir Değerlendirme. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(14), 83-96.

- Soyutemiz, G. E. ve Özenir, A. . (1996). Bursa'da Tüketilen Sucuk, Salam, Sosis ve Pastırmalardaki Kalıntı Nitrat ve Nitrit Miktarlarının Saptanması. *Gıda*, 21(6), 471-476.
- Süren, T. ve Kızıleli, M. (2021). Geleneksel Türk İçecekleri. *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi*, 24(1), 46-71.
- Sürücüoğlu, M. S. ve Çakıroğlu, F. P. (2000). Ankara Üniversitesi Öğrencilerinin Hızlı Hazır Yiyecek Tercihleri Üzerinde Bir Araştırma. *Journal of Agricultural Sciences*, 6(3), 116-121.
- Şahinbaş, K. (2018). Kayseri'de Geçiş Dönemlerine ve Belirli Günlere Özgü Mutfak Kültürü. *Uluslararası Beşeri Bilimler ve Eğitim Dergisi*, 4(8), 100-112.
- Şanlıer, N. (2005). Yerli ve Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı Hakkındaki Görüşleri. *G.Ü. Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25(1), 213-227.
- Şengül, S. (2017). Türkiye'nin Gastronomi Turizmi Destinasyonlarının Belirlenmesi: Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(37), 375-396.
- Şengül, S. ve Türkay, O. (2016). Akdeniz Mutfak Kültürünün Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(Özel Sayı 1), 86-99.
- Şimşek, A. (2021). Rakı ve Türk Rakı Sofrasındaki Yemek Kültürü. *Erzurum Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (12), 76-95.
- Şimşek, A. ve Öztürk, M. (2022). Geleneksel Peynirlerin Üretim Sürecinin İncelenmesi: Aho Peyniri Örneği. *Gastro-Dünya Dergisi*, 1(1), 1-7.
- T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı (2020). *Adana Gastronomi Stratejisi* (Rapor). Çukurova Kalkınma Ajansı.
- Takıl, N. B. (2016). Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğretiminde Resimyazılar ve Bağlamsal Cümlelerle Kelime Kazanımı. *Turkish Studies International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 11(3), 2131-2150.
- Talas, M. (2005). Tarihi Süreçte Türk Beslenme Kültürü ve Mehmet Eröz'e Göre Türk Yemekleri. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (18), 273-283.
- Taner, B. ve Çetin, Ş. (2023). Türk Yemek Kültüründe Esnaf Lokantaları. *Toros University Journal of Food Nutrition and Gastronomy*, 2(1), 21-32.
- Taymaz, T. (2017). Skombroid Balık Zehirlenmesine Ait Üç Olgu Sunumu. *The Journal of Turkish Family Physician*, 8(1), 10-13.
- Teksoy, Ş. (2020). *Karpuz ve Kavun Çekirdeklerinin Bazı Probiyotik Bakterilerin Gelişmesi Üzerine Etkisinin In Vitro İncelenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Bursa Uludağ Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Bursa.
- Temizkan, S. P. ve Ayvalı, H. (2022). İbn Sina Eczanesinde Şifanın Kaynağı; Yemek Reçeteleri. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5(1), 300-311.
- Tikbaş Apak, F. (2022). Bir Kent İmgesi Olarak Rize Simidi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(3), 1298-1309.
- Topaçoğlu, Ö. ve Ünal, H. (2021). Pop Art Akımının Etkisinde Ev Tekstili Tasarım Önerileri. *Uluslararası Disiplinlerarası ve Kültürlerarası Sanat*, 6(13), 138-150.
- Turuncu Dergisi (2023). Karpuz ile Peynir Birlikte Tüketilirse Bakın Ne Oluyor! Sırrı Beyaz Kısmında Saklı. <https://turuncudergi.com/karpuz-ile-peynir-birlikte-tuketilirse-bakin-ne-oluyor-sirri-beyaz-kisminda-sakli/>, Erişim Tarihi: 15.12.2023.
- Tutuş, C., Börekçi, D., Parçıklı, G., Temel, F. ve Sucaklı, M. B. (2016). 2013 Yılında Muğla İli Marmaris İlçesinde Görülen Staphylococcus Aureus Enterotoksin Kaynaklı Gıda Zehirlenmesinin Değerlendirilmesi. *Türk Hijyen ve Deneysel Biyoloji Dergisi*, 73(2), 131-138.
- Türk, M., Gürsoy, Ş. ve Ergin, I. (2007). Kentsel Bölgede Lise Birinci Sınıf Öğrencilerinin Beslenme Alışkanlıkları. *Genel Tıp Dergisi*, 17(2), 81-87.
- Uçar, A. (2015). Geleneksel Türk Tadı: Pekmez. <https://ayk.gov.tr/wp-content/uploads/2015/01/U%C3%87AR-Asl%C4%B1GELENEKSEL-T%C3%9CRK-TADI-PEKMEZ.pdf>, Erişim Tarihi: 18.12.2023.

- Uçuk, C. (2017). *Gastronomide Tabak Tasarım Teknikleri ve Yenilikçi Sunum Anlayışları* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Unistica (2023). Konserve Ton Balığı Salatası - Lezzetli ve Hafif Bir Atıştırma İçin Basit Bir Tarif. <https://tr.unistica.com/konserve-ton-baligi-salatasi-lezzetli-ve-hafif-bir-atistirma-icin-basit-bir-tarif/>, Erişim Tarihi: Erişim Tarihi: 18.12.2023.
- Uyar, E. ve Gürlek, H. (2022). Şanlıurfa'da Tüketilen Meyan Şerbetinin Mikrobiyolojik Kalitesi. *Karadeniz Fen Bilimleri Dergisi*, 12(2), 725-735.
- Uygun, E., Şahin, B. ve Sipahi, N. (2021). Netflix Platformu "Aşk 101" Dizisinde Yer Verilen Gastronomik Öğelerin İncelenmesi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 235-257.
- Uygun, R. K. ve Aykut, F. (2023). Uluslararası Girişimcilerin Uluslararasılaşma Sürecine Yönelik Nitel Bir Araştırma. *International Journal of Entrepreneurship and Management Inquiries*, 7(12), 96-107.
- Uzel, A. (1972). Kayseri İlinin Tomarza İlçe Merkezi ve Altı Köyünde Beslenme Durumu. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 1(1), 26-40.
- Uzkurt, C. ve Kimzan, H. S. (2011). Promosyonel Fiyat Sunumlarının Tüketicilerin Ürün Tercihleri Üzerine Etkisi. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 4(8), 71-82.
- Ünal Turhan, E., Demir, H., Püsküllü, R., Kör, M., Zengin, U. (2020). Sokakta Satışa Sunulan Geleneksel Kadirli Sucuğunun Mikrobiyolojik Kalitesi. *Food and Health*, 6(1), 27-34.
- Ünlü, D. ve Dönmez, D. (2008). Mutfakta Yenilik: Moleküler Gastronomi. *II. Ulusal Gastronomi Sempozyumu*, Antalya.
- Ünver, Y. ve Ünüsan, N. (2005). Okul Öncesinde Beslenme Eğitimi Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (14), 529-551.
- Yakıcı, A. (2020). Geleneksel Yörük Mutfacı ve Yemek Kültürünün Modern Mutfaca Etkisi. F. Uslu ve C. Kökus (Ed.). *Yörük Araştırmaları-2* (133-142). Konya: Palet Yayınları. ISBN: 978-625-7057-86-8.
- Yayla, Ö. (2021). Sosyal Medya'da Türk Sokak Lezzetleri: Youtube Örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 9(2), 1379-1400.
- Yemek (2015). Soslu Mısır. <https://yemek.com/sozluk/soslu-misir/>, Erişim Tarihi: 21.12.2023.
- Yemek (2023). 10 Dakikada Sofrada: Mısırlı Ton Balıklı Meze Tarifi. <https://yemek.com/tarif/misirli-ton-balikli-meze/>, Erişim Tarihi: Erişim Tarihi: 18.12.2023.
- Yeni Adım (2023). Et ve Pirincin Muhteşem Uyumu: Etli Pilavın Muhteşem Tarifi. <https://www.yeniadimgazetesi.com/et-ve-pirincin-muhtesem-uyumu-etli-pilavin-muhtesem-tarifi>, Erişim Tarihi: 16.12.2023.
- Yeni Asır (2020). Kavun ve Karpuzu Peynirsiz Tüketmeyin. <https://www.yeniasir.com.tr/yasam/2020/07/18/kavun-ve-karpuzu-peynirsiz-tuketmeyin>, Erişim Tarihi: 15.12.2023.
- Yıldırım Süt, Ö. ve Kutluca, A. Y. (2021). Beslenme Eğitiminin Çocukların Beslenme Kararları ve Akıl Yürütme Örüntüleri Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi. *Yaşadıkça Eğitim*, 35(2), 594-620.
- Yıldırım, Ö. ve Albayrak, A. (2019). Yabancı Turistlerin İstanbul Sokak Yemeklerini Değerlendirmeleri Üzerine Bir Çalışma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 1077-1092.
- Yıldız, M. ve Yılmaz, M. (2020). Gastronomi Alanındaki Trendlere Bir Bakış. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, (5), 19-35.
- Yıldız, S., Özen, R. ve Yıldız, K. (2018). Basic Education Department Preservice Teachers and Curriculum: A Metaphor Study. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 4(1), 165-184.
- Yılmaz, A. (2015). *Farklı Formülasyonlarla Hazırlanan Salep Benzeri İçeceklerin Reolojik ve Duyusal Özelliklerinin Belirlenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Antalya.
- Yılmaz, E. ve Özkan, S. (2007). Üniversite Öğrencilerinin Beslenme Alışkanlıklarının İncelenmesi. *Fırat Sağlık Hizmetleri Dergisi*, 2(6), 87-104.

- Yönet Eren, F. ve Ceyhun Sezgin, A. (2018). Kültürel Miras Açısından Türk Kahvesi. *Turkish Studies-Social Sciences*, 13(10), 697-712.
- Yurttagül, M. (1995). Hafif Şişman Ve Şişman Kadınların Beslenme Alışkanlıkları ve Zayıflamaya İlişkin Tutum ve Davranışları. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 24(1), 59-73.
- Zaman, M., Camcı, A. ve Şahap, A. (2019). Kültür Turizminde Alternatifler: Festival Turizmi ve Pir Sultan Abdal Anma Etkinlikleri Örneği. *International West Asia Congress of Tourism (IWACT'17) the Book of Full-Text*, 28 Eylül 2017-01 Ekim 2017, Van, 305-315.