

Türkiye’de Yaşayan Japonların Türk Mutfak Kültürü Hakkındaki Görüşlerine Yönelik Bir Araştırma¹

A Study on the Opinions of Japanese People Living in Turkey About Turkish Culinary Culture

Kumiko KANAL^a  ve Çinuçen OKAT^b 

^a Yüksek Lisans Mezunu, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları ABD., Van, Türkiye.

^b Doç. Dr., Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Van, Türkiye.

Özet

Bir ülkenin mutfak kültürü, yabancı turistlerin tatil deneyimlerinde önemli bir yere sahiptir. Bu bağlamda, farklı milletlerden ülkemize gelen turistlerin Türk mutfakına dair görüşlerini anlamak, turizm sektörüne değerli katkılar sunabilir. Japonların Türk mutfakı hakkındaki görüşlerini ortaya koymak ve elde edilen sonuçlar ışığında yiyecek içecek işletmeleri ile konaklama işletmelerine öneride bulunmak amacıyla yapılan bu çalışma, Türkiye’de yaşayan 450 Japon vatandaşının katılımıyla, 2023 Eylül ve Aralık ayları arasında gerçekleştirilmiştir. Verilerin toplanmasında anket formu kullanılmış ve elde edilen veriler SPSS 24 programı ile analiz edilmiştir. Türkiye’de yaşayan Japonların Türk mutfakını sevdiği ve Türk mutfak kültürüne olumlu yaklaştıkları anlaşılmıştır. Yemekler hakkında yapılan analiz neticesinde Türk mutfakının kalorisi yüksek, yağ ve salça kullanımının fazla olduğu, tatlıların ise yağ ve şeker oranlarının yüksek olduğu, hamur işlerinin ise yağlı olduğu düşünülmektedir. Japonların Türk mutfakı hakkındaki bilgilerine ilişkin elde edilen verilerde ise, bilinirlik oranı düşük olan yiyecek ve içecekler tespit edilmiş ve bu durum müşteri promosyonları ile öneriler için bir fırsat olarak görülmüştür. Türkiye’de yaşama süresine göre Türk mutfakına ilişkin görüşler karşılaştırıldığında, Türkiye’de daha uzun süre yaşayan katılımcılar arasında kararsız kalma durumunda azalma eğilimi gösterdiği ortaya çıkmıştır. Cinsiyete göre bir karşılaştırma yapıldığında, “lezzetlidir” veya “çeşitler çok zengindir” gibi olumlu ifadelerle daha fazla katılım gösterenlerin kadınlar olduğu tespit edilmiştir. Yaşa göre bir değerlendirme yapıldığında ise, yaşça daha büyük olan grupların genç gruplara kıyasla Türk mutfakını daha pahalı buldukları sonucu elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Türk Mutfakı, Türkiye’de Yaşayan Japonlar, Gastronomi, Gastronomi Turizmi

Abstract

The culinary culture of a country holds a significant place in the holiday experiences of foreign tourists. In this context, understanding the opinions of tourists from different nationalities regarding Turkish cuisine can offer valuable contributions to the tourism sector. This study, aiming to reveal the views of Japanese individuals about Turkish cuisine and to provide suggestions to food and beverage businesses as well as accommodation establishments based on the findings, was conducted with the participation of 450 Japanese citizens residing in Turkey between September and December 2023. A questionnaire form was used for data collection, and the data obtained were analyzed using the SPSS 24 program. It was understood that Japanese residents in Turkey enjoy Turkish cuisine and have a positive attitude toward Turkish culinary culture. Based on the analysis of the dishes, it was found that Turkish cuisine is perceived as high in calories, with heavy use of oil and tomato paste. Desserts are considered to have high fat and sugar content, while pastries are viewed as oily. Regarding the knowledge of Japanese individuals about Turkish cuisine, certain foods and beverages with low recognition levels were identified, which are seen as opportunities for customer promotions and recommendations. When comparing opinions on Turkish cuisine based on the length of residence in Turkey, it was observed that indecisiveness tends to decrease among participants who have lived in Turkey for a longer period. In terms of gender, it was found that women showed greater agreement with positive statements such as "it is delicious" or "there is great variety." Regarding age, older participants were found to perceive Turkish cuisine as more expensive compared to younger groups.

Keywords: Turkish Cuisine, Japanese in Turkey, Gastronomy, Gastronomy Tourism

Önerilen Atıf:

Kumiko, K. ve Okat, Ç. (2025). Türkiye’de Yaşayan Japonların Türk Mutfak Kültürü Hakkındaki Görüşlerine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Academic Tourism Studies*, 6(1): 100-116.

Makale Bilgisi

Geliş Tarihi 14.05.2025

Kabul Tarihi 23.06.2025

Sayı Editörü

Songül DÜZ ÖZER

Sorumlu Yazar

Kumiko KANAL

iidakumikoo@gmail.com 

¹ Bu çalışma; Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı’nda Doç. Dr. Çinuçen OKAT danışmanlığında Kumiko KANAL tarafından tamamlanan “Türkiye’de Yaşayan Japonların Türk Mutfak Kültürü Hakkındaki Görüşlerine Yönelik Bir Araştırma” adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

1. GİRİŞ

Japon halkının seyahat etme motivasyonlarına ilişkin yapılan ankete göre, “seyahat ederken lezzetli yemek arama” motivasyonu ilk sırada yer almaktadır (Nakamura, 2022: 4). İnsanların lezzet algısı, büyük ölçüde bireysel tercihlere dayalıdır. Bu bağlamda, lezzet kavramı öznel bir nitelik taşır ve nesnelleştirilmesi oldukça güçtür; mutlak bir lezzet standardından söz etmek mümkün değildir. Ancak, paradoksal bir şekilde, bireysel damak zevklerinin oluşum süreçlerini analiz ederek, bu algıya yön veren ortak kalıpları ve yapı taşlarını tespit etmek mümkündür. Bu durum, kişisel beğenilerdeki çeşitliliğe rağmen, lezzet yargısında evrensel eğilimlerin varlığına dayanmaktadır (Nakamura, 2022: 22).

Bu araştırmanın amacı, Türkiye’nin turizm endüstrisi bağlamında, Japon turistlerin Türk mutfakına ilişkin beğenilerini ve lezzet algılarını belirleyerek onların memnuniyetini artırmaya yönelik öneriler geliştirmektir. Bu kapsamda, Japon turistlerin damak zevkine ve tercih ettikleri yemek türlerine yönelik bilgi edinmek, onlara uygun tur içerikleri geliştirmeyi, restoran seçimlerini optimize etmeyi ve menü alternatiflerini beklentilerine göre düzenlemeyi sağlayacaktır. Böylelikle, Japon turistlerin ihtiyaç ve tercihleri doğrultusunda sunulacak özelleştirilmiş hizmetlerin, genel memnuniyet düzeyini yükselterek Türkiye’nin turizm endüstrisine katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Mutfak Kavramı

Ulusların beslenme ile ilgili kültürlerine “mutfak” adı verilir. Mutfak; yiyecek ve içecekleri, bu yiyecek ve içeceklerin hazırlanmasında kullanılan yöntemleri, kullanılan araç gereçleri, yemek pişirme sanatının püf noktalarını ve yemek törelerini gösteren bir kültürdür (Kaplan, 2006: 22). Türkçede mutfak kelimesi sadece yemek pişirilen yer anlamına gelmez. Aynı zamanda yiyecek kültürünün tamamı anlamına da gelir (TDK, 2023). Japoncada ise mutfaka “Daidokoro” denir (Takeuçi, 2002:278). Daidokoro, yemek pişirilen yer anlamın yanı sıra finansal işlemler ve ekonomik koşulları tanımlamak için de kullanılır (Dijital Daijisen Sözlük, 2023). Örneğin, “Daidokoro jijou” derken kelime anlamıyla “mutfak durumu” ifade edilir, ama anlam olarak ekonomik durum anlamına da gelir. Yani yemek, yaşam şartlarıyla aynı anlamda kabul edilir.

İnsanlar sosyal bir varlıktır ve yemek yeme sadece biyolojik gereksinimlerin karşılandığı bir olay değil, aynı zamanda insanların birbirleriyle kaynaştıkları, sohbet ettikleri, eğlendikleri, sevinç ve üzüntülerini paylaştıkları, kutlamalar yaptıkları ve böylece sosyal gereksinimlerini karşıladıkları bir olgudur. Farklı toplumlar farklı mutfak kültürüne sahiptir. Bu nedenle her toplum için ayrı bir kültürel yapı gösteren mutfak, insanların beğenileri doğrultusunda geliştirdikleri, çağlar öncesinden günümüze yansıyan ve bilimsel katkılarla desteklenen bir sanattır (Ciğerim, 2001:49).

Zamanla insanlar, yalnızca pişirme işleminin sağladığı lezzetle yetinmekle kalmamış, aynı zamanda daha lezzetli ve çeşitli tatlar elde edebilmek için besinleri birbiriyle karıştırarak ve farklı hazırlama yöntemleri deneyerek yiyeceklerden aldıkları zevki artırmayı hedeflemişlerdir. Pişirme yöntemleri, toplumların gelenek ve görenekleri ile çevresel faktörlerin etkisiyle biçimlenmiştir. Bu süreç, her yöreye özgü pişirme yöntemlerinin ve mutfak sanatlarının ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır (Arlı, 1982:19). Eski araştırmalardan sofraya alışkanlıklarının ve geleneklerin zamanla ne kadar değiştiğini anlayabiliriz. Bunlarla birlikte evde bir tencere sıcak yemek pişmesi, ailenin birlikte yemek yeme alışkanlığının olması toplumu bir arada tutan en önemli dayanaklardan biridir.

2.2. Kültür Kavramı

160’tan fazla kültür kavramı vardır ve tüm kültürel olguları tanımlamanın mümkün olup olmadığı şüphelidir (Seta, 2007:129). Kültür kavramı bu kadar geniş bir yelpazeyi kapsadığı için kültürün ne olduğunu genellemek ne kadar zor olsa da iki şekilde gruplandırılabilir; birincisi

insanların tutumları, gelenekleri, günlük faaliyetleri, düşünme biçimleri, değerleri ve olaylara bakış biçimleri gibi sosyal kültürdür. İkinci ise geleneksel olarak “kültür” ün temsilcisi sayılan coğrafya, tarih, bilimsel başarılar, sosyal bilimler ve sanat gibi” uygarlık tarihi olarak tanımlanan kültürdür (Seta, 2007:130).

Buradaki kültür terimi, birçok kültürel antropolog tarafından paylaşılan ve insanların canlı organizmalar olarak genetiklerinde kökleşmiş davranışlardan ziyade bir grup insanın edinmiş olduğu ve oluşturduğu bir kavramı ifade etmiştir (Ishige, 2009:14). Kültür insanların toplumsal yaşamlarında oluşturdukları alışkanlık, gelenekler, kurallar ve sanatlardır. Mesela, göçmen topluluklar genellikle tanıdık dini gelenek ve ritüellerde rahatlık bulmakta, anavatanlarından gazete ve edebiyat aramakta, bayramları ve özel günlerinde geleneksel müzik, dans, yemek ve boş zaman arayışlarıyla kutlamaktadır. Bu durumun göçmen topluluklar için doğup büyüdüleri toplumun kültürüne yönelik bir nostalji olduğu söylenebilir (Hirschman, 2013:26).

2.3. Mutfak Kültür İlişkisi

Mutfak; yemek yeme, yaşam, hayatta kalma ve tüm insan faaliyetleri ile geniş ve derinden ilişkilidir. Yeme alışkanlığı, insanın yeme davranışı olarak oldukça gelişmiş kültürel davranışların komplekslerinden biridir denilebilir. Diğer bir deyişle yeme alışkanlığı insanın yemek yemesine, besinin üretimine, besinin işlenmesi ve pişirilmesine, yemek için kapların kullanılmasına ve çeşitli sofrada adabına içeren davranışlar bütünüdür diyebiliriz. Bu yemekle ilgili tekniklerin ve yemek masasındaki insan davranışlarının birçoğu genetik olarak -ya da- içgüdü olarak aktarılmaz, doğumdan sonra öğrenilir, yani kültürel davranışlardır (Hoshi, 1984:13).

Mutfak kültürü, bulunduğu coğrafi ortamın özelliklerine göre şekillenen, toplumun gelenek ve görenekleri doğrultusunda yemek alışkanlıklarını ve ritüellerini içinde barındıran bir oluşumdur (Karaca ve Nergiz, 2020:51). Dini, etnik veya ulusal kimlik, bir şekilde yemekle ilgilidir. Her grup kendisinin özel olduğunu düşünür ve yemeği bunu göstermek için kullanır: ‘Biz bunu yeriz, onlar ise (dini, etnik, grup veya ülke) şunları yer’ (Civitello, 2019:8). Örneğin, alkol farklı kültürlerde farklı şekillerde tüketilir. Şarap, Hristiyanlar ve Yahudiler için dini törenlerde daima önemli bir rol oynamıştır. Antik Yunan’da, şarap yalnızca erkeklerin katıldığı bir dini ve siyasi ritüel olan symposiumda, yemek sonrası içilirdi. Antik Roma’da ise hem erkekler hem de kadınlar şarabı yemekle birlikte tüketmeyi tercih etmiştir. Öte yandan, Amerikalılar yemek öncesinde şarap tüketimi için kokteyl kültürünü geliştirmiştir (Civitello, 2019:8).

Bir toplumdaki yeme-içme alışkanlıkları, sahip olunan kültürel değerler ve hayat biçimlerinden beslenmektedir (Gönülgül, 2020:1). İnsanların gıdaya karşı tercihleri ve değerleri çocukluktan ergenliğe kadar oluşur, gıdaya karşı oluşan bu tercih ve değer nesilden nesille yavaş bir değişim sürecinde aktarılma eğilimindedir (Ishige, 2015:2). Farklı kültürlerle sahip veya farklı kültürlerle etkileşimde olan toplumların hayat biçimleri, sosyal durumları ve kültürel değerlerinde olduğu gibi mutfakları da karşılıklı bir etkileşime girmekte ve giderek zengin hale gelmektedir (Gönülgül, 2020:1).

2.4. Geleneksel Japon Mutfak Kültürü ve Beslenme Alışkanlıkları

2013 yılının Aralık ayında, "Washoku: Japonların Geleneksel Yemek Kültürü" UNESCO Somut Olmayan Kültürel Mirası olarak tescillenmiştir. Kayıt başvurusu kapsamında, Japonya Tarım, Orman ve Balıkçılık Bakanlığı, "Washoku"nun dört temel özelliğini şu şekilde sıralamaktadır:(1) Çeşitli ve taze malzemeler ile bu malzemelerin doğal lezzetlerine saygı, (2) Sağlıklı bir beslenme düzenini destekleyen besin dengesi, (3) Doğanın güzelliğini ve mevsimlerin değişimini yansıtmak, (4) Shogatsu (Japon Yılbaşı) gibi yıllık geleneksel bayramlarla yakın ilişki. Yemeklerde kullanılan malzemeler ve tabaklardaki desenler aracılığıyla mevsimlerin hissedilmesi önemli görülmektedir. Ayrıca, yemek dengesine verilen önem, zorunlu eğitimin bir parçası olan okul öğle yemeklerinde öğretilmekte ve vurgulanmaktadır (Japonya Tarım, Orman ve Balıkçılık Bakanlığı, 2025). Geleneksel Japon mutfağının ana yemeği pilavdır. Pilav, kahvaltı dahil olmak üzere her gün tüketilmektedir. Japonya bir ada ülkesi olduğundan, balık ve diğer deniz ürünleri yaygın olarak tüketilmektedir

(Polat, 2021:100). Budizmin etkisinden dolayı, Japonya’da et tüketimi ilk defa 675 yılında İmparator tarafından yasaklanmıştır (Ishige, 2015:65). Japonların yeniden et tüketimine başlaması ise ancak Edo dönemi (1603-1867) nin sonlarına denk gelmiş olup, bu duruma yazılı kaynaklarda ilk kez 1854 yılında kaydedildiği görülmektedir (Ishige, 2015:182). Türkiye’nin aksine, Japonya ve Doğu Asya da dahil, sütü geleneksel olarak önemli bir gıda kaynağı olarak kullanmamıştır. Bu bölge ne göçebe hayvancılığın ne de pastoral tarımın yaygın olduğu bir coğrafya olmuştur (Ishige, 2009:67). Arlı (1982:31) ya göre Türk mutfağında yağa çok önem verilir. Sütten elde edilen yağlarla iç ya da kuyruk yağı hemen her yörede kullanılır. Diğer taraftan Japonya’da yağ kullanımıyla yapılan pişirme yöntemleri büyük ölçüde yaygınlaşmamıştır. Et tüketiminin sınırlı olması nedeniyle hayvansal yağlar ve tereyağı da mutfakta kullanılmamıştır. Yenilebilir yağ elde edilebilecek ürünler arasında susam bulunmasına rağmen, son derece pahalı olduğu için genellikle baharat olarak kullanılmıştır (Ishige, 2015:89).

3. YÖNTEM

Bu çalışmada, temel amacına ulaşmak için Türkiye’de yaşayan Japonların Türk mutfağına ilişkin bilgi ve deneyimleri ile görüşleri incelenmiştir. Ayrıca, araştırmanın amacına bağlı olarak yaşam süresi, cinsiyet ve yaş grupları gibi demografik değişkenlerin bu görüşler üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Bu çalışmada daha fazla Japon bireyin görüşlerini toplamak ve analiz etmek amacıyla nicel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Nicel araştırmalarda veri toplama yöntemlerinden bir tanesi de ankettir. Anket formu, ilgili kaynak taraması yapılarak Gönülgül (2020), Albayrak (2013) ve Şanlıer (2005) ’in çalışmalardan yararlanılmış ve uzman görüşü alınarak araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

Anket formunun birinci bölümünde demografik özelliklere ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Kişisel bilgi formunda cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, meslek, gelir düzeyi, Türkiye’de ikamet süresi, günlük yaşamında kullandığı dil gibi demografik özellikleri ölçen sorulara yer verilmiştir. İkinci bölümünde, katılımcılara Türk yemek kültürüne olan ilgi düzeyleri ile Türk mutfağına dair bilgi sahibi olup olmadıkları hakkında sorular yöneltilmiştir. Sonrasında katılımcılardan bildikleri Türk yemeklerinin, içeceklerinin ve baharatlarının adlarını belirtmeleri istenmiştir. Üçüncü bölümde ise, katılımcılardan Türk mutfağına dair görüşlerini belirlemek için beşli likert ölçeğinde (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum) hazırlanan 19 ifade yer almaktadır. Ayrıca bu araştırma, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Yayın Kurulu’nun çevrimiçi ortamda gerçekleştirdiği toplantıda alınan 2023/25-10 sayılı etik kurul onayı ile başlatılmıştır.

2023 yılı itibarıyla Türkiye’de ikamet eden Japon vatandaşlarının toplam sayısı, 1.752 olarak tespit edilmiştir (Japonya Dışişleri Bakanlığı, 2023). Bu doğrultuda, anket çalışmasının hedef örnekleme için gerekli minimum örneklem büyüklüğünün 315 olması gerektiği belirlenmiştir (Gülbüz ve Şahin, 2018: 130). Anket, 10 Eylül 2023 tarihinde yayımlanmış ve 31 Aralık 2023 tarihinde sona erdirilip 450 yanıt alınmıştır. Analizler SPSS 24 programında, demografik özellikleri bölümü ve Türk Mutfağına İlişkin Bölümünde yer 1-8 sorularında Frekans ve yüzde dağılımları, Türk Mutfağına İlişkin Bölümde 9-12 sorularında Çoklu Yanıt frekans ve yüzde dağılımları yer verilmiştir. Türk Mutfağına İlişkin Görüşler ölçeğinde güvenilirlik analizi, frekans ve yüzde dağılımlarına yer verilmiştir. Ayrıca analizler de karşılaştırmalar için ki kare testi uygulanmıştır.

Türkiye’de yaşayan Japonların Türk mutfak kültürü hakkındaki görüşlerine yönelik oluşturulan ölçeğin güvenilirliğini değerlendirmek amacıyla Cronbach Alpha güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Güvenirlik testi, ölçeklerin geçerli ve güvenilir sonuçlar üretebilme kapasitesini ve maddeler arasındaki tutarlılığı belirlemek için kullanılmaktadır. Güvenirlik katsayısının 0,81 ile 1,00 arasında olması, ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir olduğunu; 0,61 ile 0,80 arasında olması orta düzeyde güvenilirliği; 0,41 ile 0,60 arasında olması düşük düzeyde güvenilirliği; 0,00 ile 0,40 arasında ise güvenilir olmadığını ifade etmektedir (Gülbüz ve Şahin 2018:320).

Bu çalışmada ölçeğin Cronbach's Alpha katsayısı hesaplanarak madde analizi yapılmıştır. Türk mutfağına ilişkin 19 soruluk Cronbach's Alpha katsayısı 0.660 olarak hesaplanmış ve Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Türk Mutfağına İlişkin 19 Soruluk Anketin Cronbach's Alpha Katsayısı

Cronbach's Alpha Katsayısı	Soru sayısı
0,660	19

Yukarıdaki tabloya göre α değeri, 660 olduğu tespit edilmiştir. Buna göre Alfa değeri $0,61 < \alpha < 0,80$ aralığında bulunması sebebiyle ölçeğin orta düzeyde güvenilirliği olduğu sonucuna varılmıştır.

4. BULGULAR

4.1. Araştırmanın Örneklem Grubunun Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Türkiye’de yaşayan Japonların Türk mutfak kültürü hakkındaki görüşlerine yönelik yapılan araştırma anketine 450 kişi katılmıştır. Katılımcıların demografik özelliklerine bakıldığında, ankete katılan Japonların %72,9'u kadın, %27,1'i erkek olarak belirlenmiştir. Yaş dağılımına göre ise katılımcıların %3,1'i 20 yaş ve altı, %29,3'ü 21-35 yaş arasında, %42,2'si 36-50 yaş aralığında, %22,2'si 51-65 yaş arasında ve %3,1'i ise 66 yaş ve üzerindedir. Ankete katılanların %35,6'sı Japon vatandaşlarıyla evli, %31,8'i Türk vatandaşlarıyla evli ve %30,0'ı bekaardır. Katılımcıların %42,9'u günlük hayatta kullandıkları dilin Türkçe, %37,8'i Japonca ve %19,3'ü ise İngilizce olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların Türkiye’deki ikamet süreleri incelendiğinde, %28,7'sinin 0-2 yıl, %29,3'ünün 3-6 yıl, %26,0'ının 7-15 yıl ve %16,0'ının ise 15 yıl ve daha uzun süredir Türkiye’de yaşadığı tespit edilmiştir. Katılımcıların gelir düzeyine ilişkin bulgular incelendiğinde ise, yalnızca %5,3'ünün gelir düzeyini "düşük" olarak belirttiği, %40,4'ünün "orta" ve %54,2'sinin ise "yüksek" olarak ifade ettiği görülmüştür. Bu doğrultuda, araştırma örneklemi daha çok maddi olarak daha yüksek yaşam standartlarına sahip bireylerin oluşturduğu söylenebilir.

4.2. Türkiye'de Yaşayan Japonların Türk Mutfağına Yönelik Tutum ve Bilgisine İlişkin Bulgular

Türkiye’de yaşayan Japonların Türk mutfağına yönelik tutumlarına dair bulgular incelendiğinde, ankete katılan 450 kişiden %58'i, "Türk yemeklerini Türkiye’ye gelmeden önce tattınız mı?" sorusuna "Evet", %42'si ise "Hayır" yanıtını vermiştir. Hiç kendinize Türk yemeği yaptınız mı?" sorusuna katılımcıların %66,7'si "Evet", %33,3'ü ise "Hayır" yanıtını vermiştir. Katılımcıların %56,9'u çaydanlık kullanarak çay demleyebildiğini, %43,1'i ise demleyemediğini ifade etmiştir. Benzer şekilde, %42,2'si cezve kullanarak Türk kahvesi yapabildiğini, %57,8'i ise yapamadığını belirtmiştir. Katılımcıların %16,7'si Türkiye’de Türk yemekleri kursuna katıldığını, %83,3'ü ise katılmadığını ifade etmiştir. Ayrıca, %46,7'si Japonya'ya gittiklerinde yakınlarına Türk yemeği yaptığını, %53,3'ü ise yapmadığını dile getirmiştir. Katılımcıların %80,9'u, Türkiye'ye yurt dışından gelen misafirlerini Türk restoranına götürdüğünü ifade ederken, yalnızca %4,0'ı böyle bir deneyimi yaşamadığını ve %15,1'i hiç yurt dışından misafir ağırlamadığını belirtmiştir. Son olarak, katılımcıların %62,2'si Türk yemeklerini beğendiğini, %12,4'ü beğenmediğini ve %25,3'ü ise kararsız olduğunu belirtmiştir.

Katılımcıların "Türk Mutfağına özgü bildiğiniz yiyecekleri işaretleyiniz" sorusuna verdikleri cevaplardan elde edilen bulgulara bakıldığında, katılımcılar arasında en çok bilinen yiyeceklerin sırasıyla döner (%4,90), simit (%4,79), mantı (%4,73), şiş kebab (%4,69) ve köfte (%4,69) olduğu görülmektedir. Daha az bilinen yiyecekler arasında ise zeytinyağlı enginar (%2,90), kadayıf dolma (%2,58) ve revani (%2,15) yer almaktadır. Toplamda 9.078 yanıtla elde edilen bu veriler, Türkiye'de

yaşayan Japonların Türk mutfağının çeşitli yiyeceklerine dair farkındalığının geniş bir yelpazeye yayıldığını ancak bazı yemeklerin daha az bilindiğini ortaya koymaktadır.

Türkiye’de yaşayan Japon katılımcıların “Aşağıdaki yer alan Türk Yemeklerinden en çok sevdiğiniz 1’den 5’e kadar sıralayınız” sorusundan elde edilen yanıtlar incelendiğinde ise, katılımcıların en çok beğendiği yemek kategorilerinin sırasıyla “çorbalar” (%11,3), “kebablar” (%11,2) ve “salatalar” (%7,7) olduğu görülmektedir. Bunları sırasıyla “lahmacun/pide” (%7,0), “zeytinyağlı yemekler” (%7,3), “dolma ve sarmalar” (%7,6) ve “mantı” (%6,6) takip etmektedir. Daha düşük oranda tercih edilen yemekler arasında ise “makarnalar” (%2,1), “hoşaf/komposto” (%1,9) ve “hamurlu tatlılar” (%2,6) bulunmaktadır.

Katılımcıların “Türk Mutfağına özgü bildiğiniz içecekleri işaretleyiniz” sorusuna verdikleri cevaplardan elde edilen bulgulara göre, katılımcılar arasında en çok bilinen içecekler sırasıyla çay (%13,48), Türk kahvesi (%13,39), Türk şarabı (%13,09), rakı (%12,94) ve ayran (%12,94) olarak belirlenmiştir. Daha düşük oranda bilinen içeceklerden biri ise şerbettir; katılımcıların %7,69’u bu içeceği tanımaktadır. Bu veriler, Japon katılımcıların çay, Türk kahvesi ve Türk şarabı gibi içecekleri Türk mutfağının bir parçası olarak büyük ölçüde tanıdığını, ancak şerbet gibi bazı içeceklerin daha az bilindiğini göstermektedir.

Katılımcıların “Türk Mutfağına özgü bildiğiniz baharatları işaretleyiniz” sorusuna verdikleri yanıtlardan elde edilen bulgulara göre ise, katılımcıların en çok bildiği baharatların nane (%10,87) ve tarçın (%10,48) olduğu, bu iki baharatı da sırasıyla kimyon (%9,72) ve kırmızı biberin (%9,64) takip ettiği görülmektedir. Daha az bilinen baharatlar ise isot (%4,55), biberiye (%5,33) ve çörek otu (%5,59) olarak sıralanmaktadır. Bu veriler, Japon katılımcıların Türk mutfağında yaygın olarak kullanılan bazı baharatları iyi tanıdığını, ancak daha yerel veya özel baharatlar olan isot ve çörek otunun daha az bilindiğini göstermektedir. Bu sonuçlar, katılımcıların Türk mutfağına dair bilgi düzeylerinin belirli başlı baharatlarda yoğunlaştığını, ancak daha az bilinen baharatların tanınırlığının sınırlı olduğunu ortaya koymaktadır.

4.3. Türkiye’de Yaşayan Japonların Türk Mutfağına İlişkin Görüşleri Üzerine Bulgular

Tablo 2.’de Türkiye’de yaşayan Japon katılımcıların Türk mutfağına ilişkin görüşleri yer almaktadır. Katılımcılar, her bir ifadeyi beş dereceli bir Likert ölçeği (Kesinlikle Katılmıyorum, Katılmıyorum, Kararsızım, Katılıyorum, Kesinlikle Katılıyorum) üzerinden değerlendirmiştir.

Tablo 2. Türkiye’de Yaşayan Japonların Türk Mutfağına İlişkin Görüşleri

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Toplam
Lezzetli	Sayı	24	21	70	220	115	450
	%	5,3	4,7	15,6	48,9	25,6	100,0
Görünüşü çok güzeldir	Sayı	38	81	172	131	28	450
	%	8,4	18,0	38,2	29,1	6,2	100,0
Çok ilgi çekicidir	Sayı	52	51	147	141	59	450
	%	11,6	11,3	31,3	31,3	13,1	100,0
Oldukça hijyeniktir	Sayı	42	80	228	90	10	450
	%	9,3	17,8	50,7	20,2	2,2	80
Kalorisi yüksektir	Sayı	0	7	45	107	291	450
	%	0,0	1,6	10,0	23,8	64,7	100,0
Yağlıdır	Sayı	1	11	46	123	269	450
	%	0,2	2,4	10,2	27,3	59,8	100,0
Salçalıdır	Sayı	0	5	70	137	238	450
	%	0,0	1,1	15,6	30,4	52,9	100,0

Yemeklerin lezzeti	Sayı	37	144	126	86	57	450
Değişiktir	%	8,2	32,0	28,0	19,1	12,7	100,0
Çok baharatlıdır	Sayı	12	91	108	139	100	450
	%	2,7	20,2	24,0	30,9	22,2	100,0
Fazla etlidir	Sayı	6	64	144	110	126	450
	%	1,3	14,2	32,0	24,4	28,0	100,0
Bol soğanlı sarımsaklıdır	Sayı	15	96	170	86	83	450
	%	3,3	21,3	37,8	19,1	18,4	100,0
Tatlıları bol yağlı Şekerlidir	Sayı	0	3	15	67	365	450
	%	0,0	0,7	3,3	14,9	81,1	100,0
Hamur işleri çok yağlıdır	Sayı	0	12	51	104	283	450
	%	0,0	2,7	11,3	23,1	62,9	100,0
Yemekler sağlıklıdır	Sayı	52	129	173	81	15	450
	%	11,6	28,7	38,4	18,0	3,3	100,0
Yemekler iştah açıcıdır	Sayı	62	59	151	126	52	450
	%	13,8	13,1	33,6	28,0	11,6	100,0
Çeşitler çok zengindir	Sayı	21	28	124	188	89	450
	%	4,7	6,2	27,6	41,8	19,8	100,0
Kokusu hoştur	Sayı	76	76	161	100	37	450
	%	16,9	16,9	35,8	22,2	8,2	100,0
Doyurucudur	Sayı	1	5	24	124	296	450
	%	0,2	1,1	5,3	27,6	65,8	100,0
Pahalıdır	Sayı	22	94	198	90	46	450
	%	4,9	20,9	44,0	20,0	10,2	100,0

Aşağıda Tablo 2.'de yer alan bulgular özetlenmiştir;

- Lezzetli: Katılımcıların %74,5'i Türk mutfağının lezzetli olduğu görüşünü paylaşmıştır (katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum).
- Görünüş: Yemeklerin görünüşü konusunda katılımcıların %35,3'ü olumlu bir görüş bildirmiştir
- İlgi çekicilik: Türk mutfağının ilgi çekici olduğunu düşünenlerin oranı %44,4'tür.
- Hijyen: Yemeklerin hijyenik bulunması konusunda katılımcıların %50,7'si kararsızdır. Sadece %22,4'lük olumlu görüş bildirmiştir
- Kalori: Katılımcıların %88,5'i Türk mutfağının yüksek kalorili olduğunu düşünmektedir. Benzer şekilde, %87,1'lik bir oran yemeklerin yağlı olduğunu belirtmiştir.
- Salçalı: Türk yemeklerinin salçalı olduğunu düşünen katılımcıların oranı %83,3'tür.
- Lezzeti değişikliği: Katılımcıların %31,8'i Türk mutfağının lezzetin değişik olduğunu ifade etmiştir.
- Baharatlı: Yemeklerin çok baharatlı olduğunu düşünen katılımcıların oranı %53,1'dir.
- Et İçeriği: Katılımcıların %52,4'ü Türk mutfağının fazla et içerdiğini belirtmiştir.
- Tatlılar: %96,0 oranında katılımcı, Türk mutfağının tatlılarının yağlı ve şekerli olduğunu ifade etmiştir.
- Sağlık: Türk mutfağının sağlıklı olmadığı yönünde görüş bildirenlerin oranı %40,3 iken, %21,3'lik bir grup olumlu görüş bildirmiştir.
- Doyuruculuk: Katılımcıların %93,4'ü Türk mutfağının doyurucu olduğunu düşünmektedir.
- Fiyat: Yemeklerin pahalı bulunduğunu belirten katılımcıların oranı %30,2'tür.

Bu bulgular, Japon katılımcılar arasında Türk yemeklerinin lezzetli ve doyurucu bulunmasına rağmen, kalori ve yağ içeriği ile hijyen konusunda endişeler bulunduğunu ortaya koymaktadır. Türk mutfağının karakteristik özellikleri olan baharat ve et içeriği, Japon katılımcılar arasında tanınmakta ve ilgi çekmektedir.

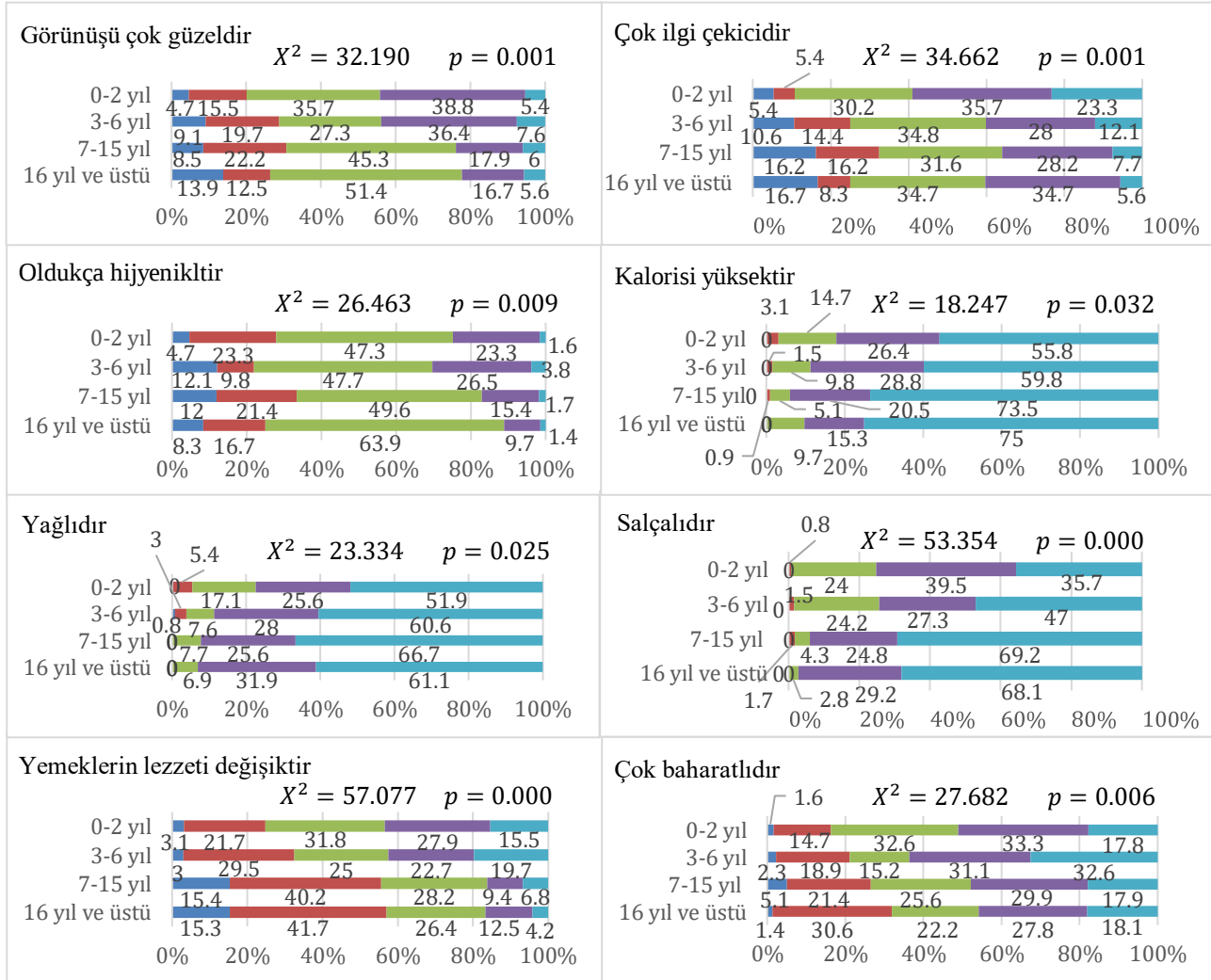
4.4. Demografik Değişkenler ile Türk Mutfağına İlişkin Görüşler Arasındaki İlgili Bulgular

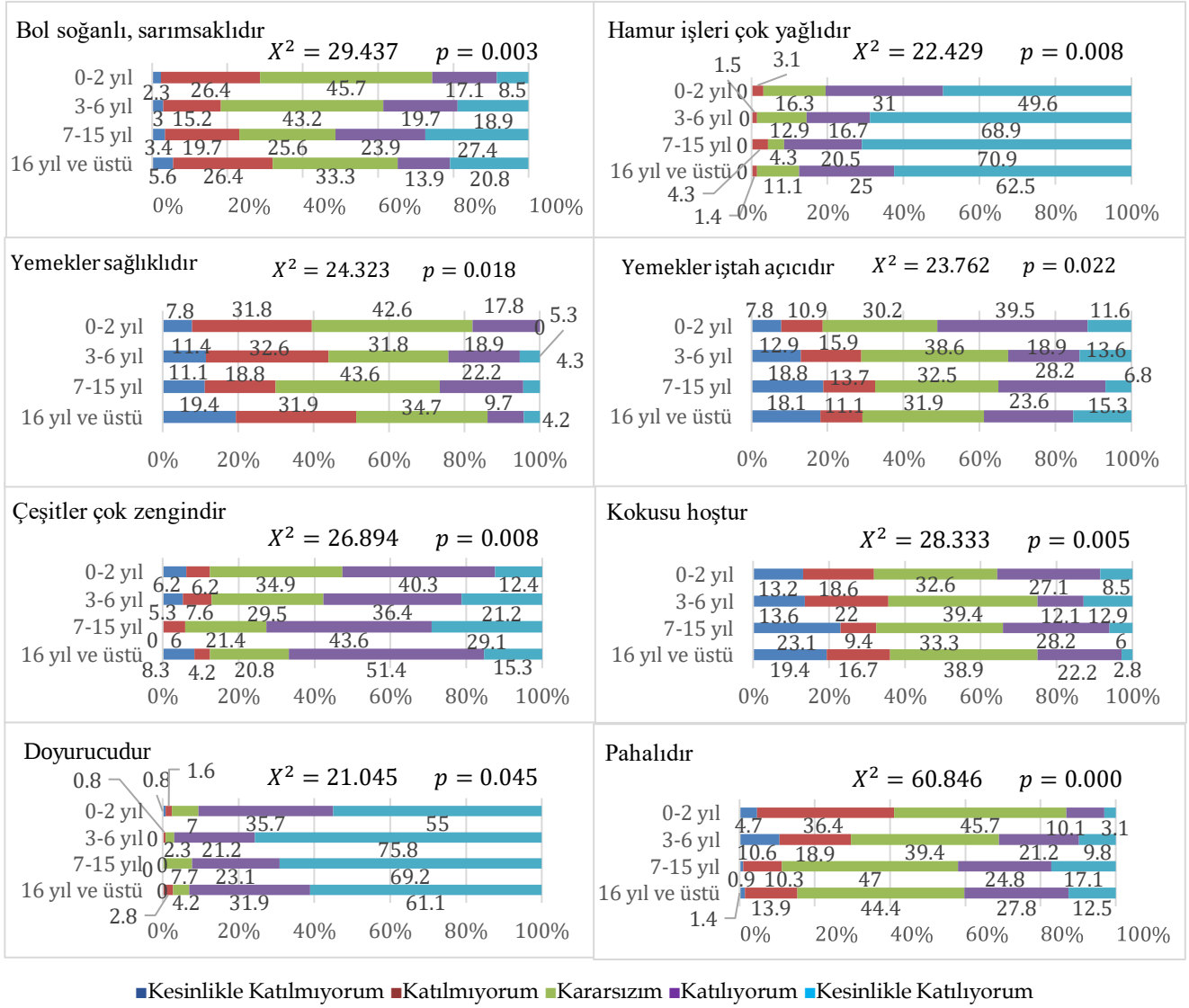
Araştırmaya katılan Türkiye’de yaşayan Japonların Türk mutfağına ilişkin görüşlerinin sonuçları, katılımcıların Türkiye’de yaşam süresi, yaş ve cinsiyet gibi demografik özellikleri göz önünde bulundurularak karşılaştırmalı bir analiz gerçekleştirilmiştir. Ki-kare testi ile yapılan bu analizin amacı, bu değişkenlerin katılımcıların yanıtları üzerindeki etkisini belirlemek ve gruplar arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını ortaya koymaktır.

4.5. Türkiye’de Yaşama Süresine Göre Türk Mutfağına İlişkin Görüşler

Demografik özelliklerin “Türkiye’de kaç senedir yaşıyorsunuz?” sorusuna katılımcıların verdikleri yanıtların ve Türk yemeklerine ilişkin izlenimlerinin karşılaştırmalı bir analizi yapılmış ve lezzetine ($p:0.381>0.05$), etli olma ($p:0.518>0.05$), tatlılarının yağlı ve şekerli olma ($p:0.346>0.05$) ilişkin değerlendirmeleri arasında p değerine göre anlamlı bir farklılık olmadığı saptanmıştır. Dolayısıyla bu üç öğenin dışındaki bulguları aşağıda analizi verilmiştir. Grafik 1.’de ise Türkiye’de yaşama süresine göre Türk mutfağının görüntüsüne ilişkin değerlendirmeleri yer almaktadır.

Grafik 1. Türkiye’de Yaşama Süresine Göre Türk Mutfağının İlişkin Görüşler





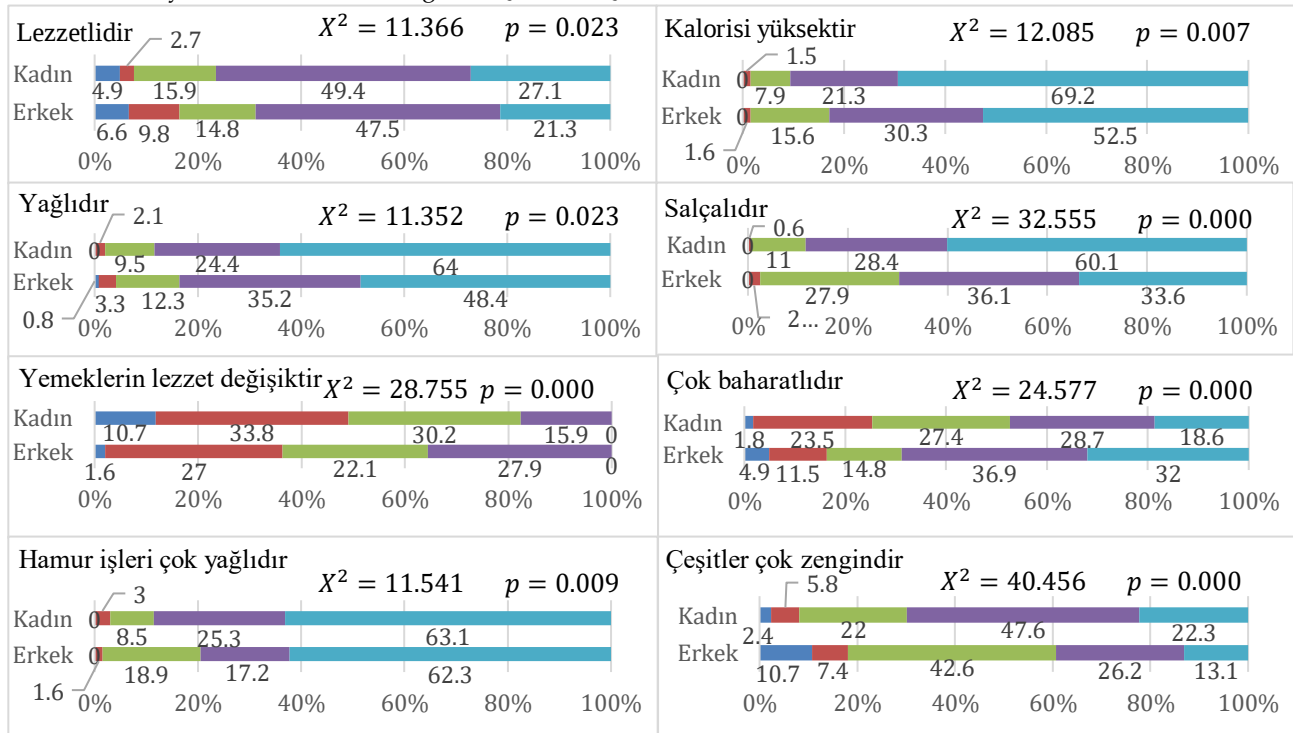
Grafik 1. incelendiğinde, katılımcıların Türkiye'de yaşama süresi arttıkça, "Görünüşü çok güzeldir" ifadesine katılım düzeylerinde belirgin değişiklikler gözlemlenmiştir. 16 yıl ve üzeri süredir Türkiye'de yaşayan katılımcıların büyük bir kısmı bu ifadeye katılmamış, ancak 0-2 yıl arası Türkiye'de yaşayanların daha dengeli bir dağılım gösterdiği görülmüştür ($X^2 = 32.190$, $p = 0.001$). Türkiye'de yaşama süresi arttıkça, "Çok ilgi çekicidir" ifadesine katılım azalmıştır ($X^2 = 34.662$, $p = 0.001$). Kısa süre yaşayanlar "Oldukça hijyeniktir" ifadesine daha fazla katılım göstermiştir. Türkiye'de yaşama süresi arttıkça hijyen algısına katılım azalmıştır ($X^2 = 26.463$, $p = 0.009$) "Kalorisi yüksektir ($X^2=18.247$ $p=0.032$)", "Yağlıdır ($X^2=23.334$ $p=0.025$)" ve "Salçalıdır ($X^2 = 53.354$, $p = 0.000$)" gibi Türk mutfağının karakteristik özelliklerine ilişkin olarak, tüm gruplarda "Katılıyorum" ve "Kesinlikle katılıyorum" yanıtlarının toplam oranı %70'in üzerinde bulunmuştur. Bununla birlikte, Türkiye'de daha uzun süre yaşayan grupların bu ifadelerle katılım oranı, daha kısa süre yaşayan gruplara kıyasla daha yüksek olmuştur. "Yemeklerin lezzeti değişiktir" ifadesine ilişkin olarak, Türkiye'de yaşama süresi arttıkça yemeklerin lezzetinin farklı olduğu görüşüne katılım azalmaktadır. Özellikle 7 yıl ve üzeri yaşayanların bu görüşe daha az katıldığı görülmektedir ($X^2 = 57.077$, $p = 0.000$). Türkiye'de daha uzun süre yaşayan katılımcılar yemeklerin çok baharatlı olduğu görüşüne daha az katılmaktadır ($X^2=27.682$, $p = 0.006$). Türkiye'de daha uzun süre yaşayan katılımcılar, yemeklerin bol soğanlı ve sarımsaklı olduğu görüşüne daha az katılmaktadır ($X^2 = 29.437$, $p = 0.003$). "Hamur işleri çok yağlıdır" ifadesine "Katılıyorum" ve "Kesinlikle katılıyorum" yanıtlarını verenlerin oranı tüm gruplarda %80'in üzerinde bulunmuştur. Ancak, bu oran 7-15 yıl grupta %91,4 ile en yüksek seviyeye ulaşırken, 0-2 yıl grupta %80,6 ile en düşük seviyede kalmıştır ($X^2 = 22.429$, $p = 0.008$). "Yemekler sağlıklıdır" ifadesine "Kesinlikle katılmıyorum" yanıt verenlerin

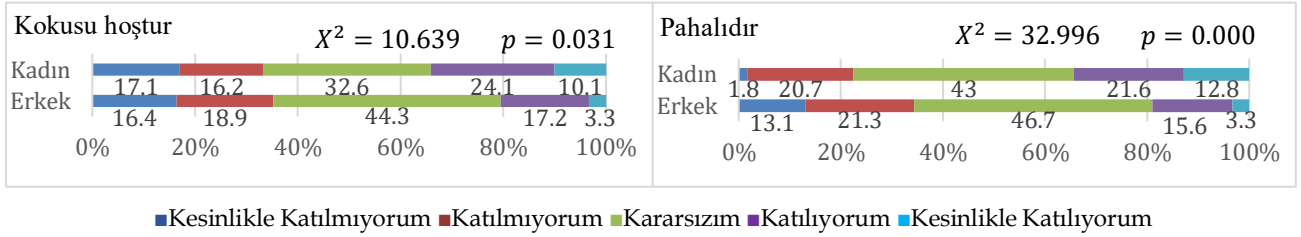
oranı, Türkiye’de en uzun süre yaşayan grupta en yüksek olup %19,4 olarak tespit edilmiştir ($X^2 = 24.323$, $p = 0.018$). “Yemekler iştah açıcıdır” ifadesine yönelik olarak “Kesinlikle katılmıyorum” şeklinde yanıt verenlerin oranı, Türkiye’de en kısa süre yaşayan grupta en düşük olup %7,8 olarak belirlenmiştir. Buna karşın, 7-15 yıl arası yaşayan grupta bu oran %18,8, 16 yıl ve üzeri yaşayan grupta ise %18,1 gibi yüksek seviyelerde tespit edilmiştir ($X^2 = 23.762$, $p = 0.022$). “Çeşitler çok zengindir” ifadesine “Katılıyorum” ve “Kesinlikle katılıyorum” şeklinde yanıt verenlerin toplam oranı, Türkiye’de 0-2 yıl yaşayan grupta en düşük olup %52,7 olarak belirlenmiştir. Buna karşın, 7-15 yıl yaşayan grupta bu oran en yüksek seviyeye ulaşarak %72,7 olmuştur ($X^2 = 22.429$, $p = 0.008$). “Kokusu hoştur” ifadesine katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum şeklinde yanıt verenlerin oranı, Türkiye’de en kısa süre yaşayan grupta en yüksek bulunmuştur. Öte yandan, katılmıyorum ve kesinlikle katılmıyorum şeklinde yanıt verenlerin oranı ise Türkiye’de en uzun süre yaşayan grupta en yüksek seviyede tespit edilmiştir ($X^2 = 28.333$, $p = 0.005$). “Doyurucudur” ifadesine “Katılıyorum” ve “Kesinlikle katılıyorum” şeklinde yanıt verenlerin oranı, tüm gruplarda %90’ı aşmıştır. Ancak, bu oran 0-2 yıl yaşayan grupta en düşük seviyede olmuştur ($X^2 = 21.045$, $p = 0.045$). “Pahalıdır” ifadesine “Katılıyorum” ve “Kesinlikle katılıyorum” şeklinde yanıt verenlerin oranı, Türkiye’de 0-2 yıl yaşayan grupta en düşük seviyede olup toplamda yalnızca %13,2 olarak belirlenmiştir ($X^2 = 60.846$, $p = 0.000$).

4.6. Cinsiyete Bazında Türk Mutfağının Görüşler

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin veriler ile Türk mutfağı hakkındaki görüşleri karşılaştırılarak analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlar aşağıda sunulmaktadır. Katılımcıların cinsiyete bazında Türk mutfağının ilişkin görüşlerinde ($p:0.102>0.05$), ilgi çekici ($p:0.711>0.05$), hijyen ($p:0.340>0.05$), etli ($p:0.440>0.05$), bol soğanlı ve sarımsaklı olması ($p:0.066>0.05$), tatlıların bol yağlı, şekerli olma ($p:0.336>0.05$), sağlıklı ($p:0.139>0.05$), iştah açıcı olması ($p:0.182>0.05$) ve doyuruculuk ($p:0.376>0.05$) değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı saptanmıştır ($p>0.05$). Dolayısıyla bu dokuz öğenin dışındaki bulguları aşağıda analizi verilmiştir. Grafik 2. ise Türkiye’de yaşama süresine göre Türk mutfağının görüntüsüne ilişkin değerlendirmeleri yer almaktadır.

Grafik 2. Cinsiyet Bazında Türk Mutfağının İlişkin Görüşler



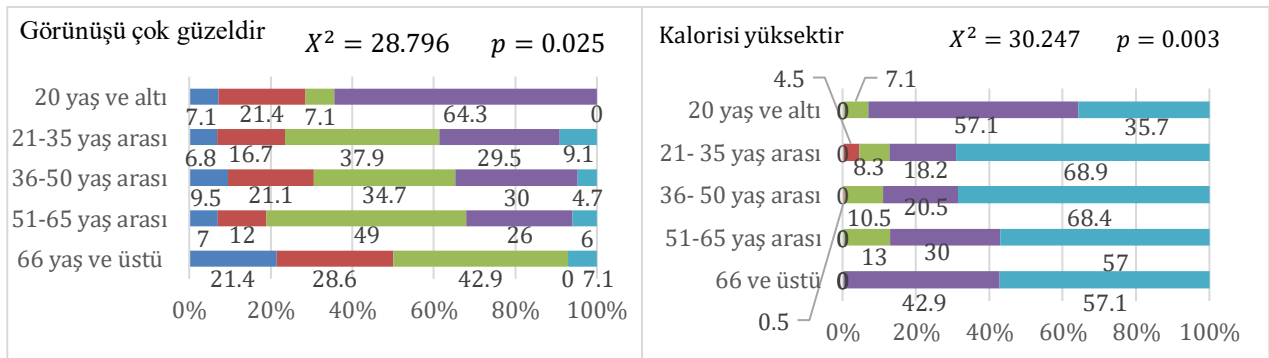


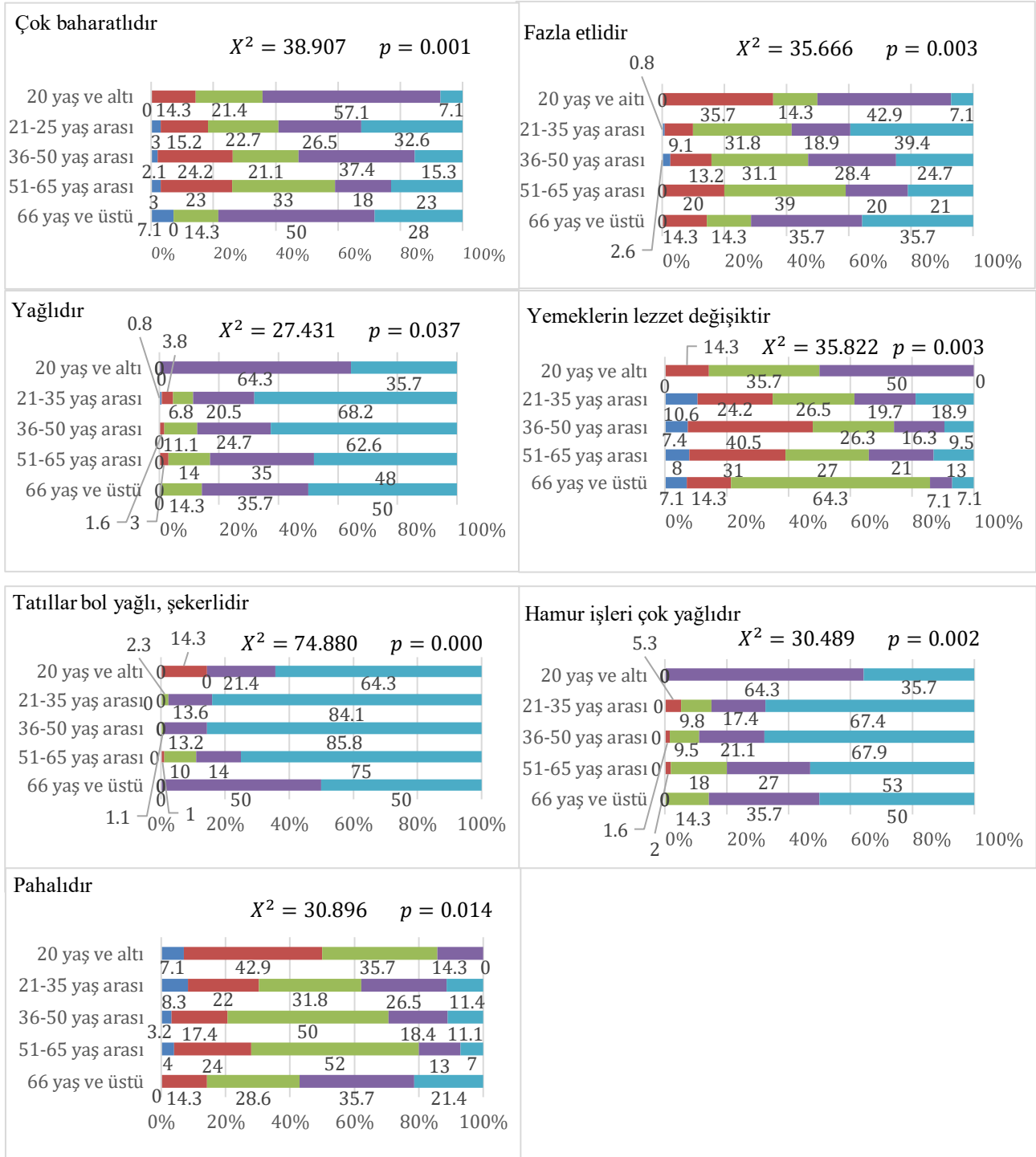
Bu verilere göre, Türk mutfağının lezzetli olduğu yönündeki görüşler, erkekler arasında “Kesinlikle Katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” yanıtı toplam %16,4 ile kadınların %7,6 dan yüksek orana sahiptir ($X^2 = 11.366$, $p=0.023$). Türk yemeklerinin “Kalorisinin yüksektir” ifadesinde, kadınların %69,2’si ve erkeklerin %52,5’i “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir ($X^2 = 12.085$, $p=0.007$). Türk yemeklerinin yağlı olma ifadesine erkeklere kıyasla daha fazla kadınlar Türk mutfağının yağlı olduğunu belirtmiştir ($X^2 = 11.352$, $p=0.023$). “Salçalıdır” ifadesinde, kadınların %60,1’i ve erkeklerin %33,6’sı “Kesinlikle Katılıyorum” seçeneğini işaretlemiş ($X^2 = 32.555$, $p=0.000$). “Yemeklerin lezzet değişiktir” ifadesinde, kadınlara kıyasla daha fazla erkek, Türk mutfağının farklı olduğunu belirtmiştir ($X^2 = 28.755$, $p=0.000$). “Çok baharatlıdır” ifadesinde kadınlara göre daha fazla erkek, Türk mutfağını çok baharatlı olduğunu belirtmiştir ($X^2 = 24.577$, $p=0.000$). “Hamur işleri çok yağlıdır” ifadesinde “Katılıyorum” diyenlerin oranı kadınlar, erkeklerden daha yüksektir ($X^2 = 11.541$, $p=0.009$). Katılımcılar arasında Türk yemeklerinin “çeşitliliği çok zengindir” diyenlerin oranı, erkeklere kıyasla kadınlarda daha fazladır $X^2 = 40.456$, $p=0.000$). Türk mutfağının kokusuyla ilgili olarak “hoştur” yanıtını verenlerin oranı kadınlarda daha yüksekken, erkekler arasında “kararsızım” yanıtını verenlerin oranı fazladır ($X^2 = 10.639$, $p=0.031$). Türk mutfağının pahalı olduğunu belirten katılımcıların oranı kadınlarda daha yüksekken, bu fikre katılmayanların oranı erkeklerde daha fazladır ($X^2 = 32.996$, $p=0.000$).

4.7. Yaşa Göre Türk Mutfağının Görüşler

Anket katılımcılarının demografik özellikler bölümünde elde edilen yaş verileri ile Türk mutfağına ilişkin görüşleri karşılaştırılarak analiz edilmiştir. Katılımcıların yaş gurubuna göre Türk mutfağına ilişkin lezzet ($p:0.570>0.05$), ilgi çekicilik ($p:0.232>0.05$), hijyen ($p:0.213>0.05$), salçalı ($p:0.257>0.05$), bol soğanlı ve sarımsaklı ($p:0.103>0.05$), sağlıklı ($p:0.296>0.05$), iştah açıcı ($p:0.123>0.05$), çeşitlerin zenginliği($p:0.384>0.05$), koku ($p:0.438>0.05$), doyuruculuk ($p:0.646>0.05$) değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı saptanmıştır. Dolayısıyla bu on öğenin dışındaki bulguların aşağıda analizi verilmiştir. Grafik 3. ise yaş gruplara göre Türk mutfağının ilişkin değerlendirmeleri yer almaktadır.

Grafik 3. Yaş Gruplarına Göre Türk Mutfağının İlişkin Görüşler





Bu verilere göre, katılımcıların yaş gruplarına göre Türk mutfağının görüntüsüne ilişkin, en genç 20 yaş ve altı grubunda "Görünüşü çok güzeldir" yanıtı verenlerin oranı %64,3 ile en yüksek olup en yaşlı 66 yaş ve üzeri grupta katılmayanların oranı en yüksektir ($X^2 = 28.796$, $p = 0.025$). Türk Mutfağının kalorisine ilişkin tüm yaş gruplarında "Kesinlikle Katılıyorum" yanıtı en yüksek oranlarda tercih edilmiştir. "Katılmıyorum" yanıtı ise çok düşük oranlarda kalıp, en yüksek oranı %4,5 ile 21-35 yaş grubunda görülmüştür ($X^2 = 30.247$, $p = 0.003$). "Yağlıdır" ifadesinde veriler, tüm yaş gruplarında "Kesinlikle Katılıyorum" yanıtı yüksek oranlarda tercih edilmiştir, özellikle 21-35 yaş grubunda %68,2 oranıyla öne çıkmaktadır ($X^2 = 27.431$, $p = 0.037$). "Yemeklerin lezzeti değişiktir" ifadesinde veriler, "Katılmıyorum" yanıtı tüm yaş gruplarında görece yüksek oranda tercih edilmiş

olup, özellikle 36-50 yaş grubunda %40,5 oranında öne çıkmıştır ($X^2 = 35.822$, $p=0.003$). Yemeklerin baharatlı olduğunu en çok hisseden grup 65 yaş ve üzeri katılımcılardır ($X^2 = 38.907$, $p=0.001$). "Fazla etlidir" ifadesinde, 21-35 yaş grubunda "Kesinlikle Katılıyorum" yanıtı %39,4 ile en yüksek orana sahipken, en genç yaş grubu (20 yaş ve altı), %35,7 oranında "Katılmıyorum" demiştir. ($X^2 = 35.666$, $p=0.003$). "Tatlıların bol yağlı ve şekerlidir" ifadesinde, 36-50 yaş aralığındaki katılımcılar %85,8 oranında "Kesinlikle Katılıyorum" cevabını vererek en fazla olumlu görüş bildiren grup olmuştur. Bu fikre katılmayanların oranı en genç yaş grubunda %14,3 olarak belirtmiştir ($X^2 = 74.880$, $p=0.000$). "Hamur işleri çok yağlıdır" ifadesinde genelde katılımcıların büyük bir kısmı hamur işlerinin yağlı olduğu görüşünü paylaşmaktadır, özellikle en genç yaş grupta bu oran yüksektir ($X^2 = 30.489$, $p=0.002$). "Pahalıdır" ifadesine ilişkin olarak, 66 yaş ve üstü grupta "Katılıyorum" yanıtını verenlerin oranı %35,7 olup, bu oran diğer yaş gruplarına kıyasla daha yüksektir. ($X^2 = 30.896$, $p=0.014$).

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu çalışmada, temel amacına ulaşmak için Türkiye’de yaşayan Japonların Türk mutfağına ilişkin bilgi ve deneyimleri ile görüşleri incelenmiştir. Birinci olarak, Türkiye’de yaşayan Japonların Türk mutfağına ilişkin bilgi ve deneyim durumları incelemektedir. Ankette yer alan Türk yemekleri ve içeceklerine verilen cevaplar değerlendirildiğinde Türkiye’de yaşayan Japonların en çok bilinen yemekler sırasıyla, döner, simit, mantı, şiş kebab ve köftedir. Daha az bilinen yiyecekler arasında ise zeytinyağlı enginar, kadayıf dolma ve revani yer almaktadır. Enginar, kadayıf ve irmik gibi ürünlerin Japon halkı tarafından pek tanınmadığı ve bu nedenle aşına olunmadığı varsayılmaktadır. Katılımcılar tarafından en çok bilinen içecek ise çaydır. En düşük oranda bilinen içeceklerden biri ise şerbet olup, salep, şalgam suyu ve bozada pek bilinmediği ifade edilebilir. Gönülgül (2020) tarafından dünyadaki farklı milletlere yönelik yaptığı çalışmada benzer şekilde en az bilinenin ise boza olup, salep, şerbet ve şalgam suyunun da sıralamada yer aldığı görülmüştür. Katılımcıların baharat bilgisi ise, dünyada yaygın olan nane, tarçın, kimyon ve kırmızı biber gibi baharatları iyi tanıdığı, ancak isot ve çörek otu gibi daha yerel baharatları daha az bildiği görülmüştür. Bu durum, katılımcıların bilgi düzeylerinin yaygın olarak kullanılan baharatlarda yoğunlaştığını, ancak daha özel baharatlarda bilgilerinin sınırlı olduğunu göstermektedir. Bilinirliği düşük yemek ve içeceklerin tanıtım açısından fırsat sunduğunu göstermektedir.

Ayrıca elde edilen bulgulara, Türkiye’de yaşayan Japon katılımcıların %66,7’si daha önce Türk yemeği yaptıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcıların %56,9’u ise çaydanlık ile çay demleyebildiklerini ve %42,2’i de cezve ile Türk kahvesi yapabildiklerini belirtmişlerdir. Bunun yanı sıra katılımcıların %16,7’si Türkiye’de Türk yemeği kursuna katıldığını ifade etmiştir. Bu oran, katılımcıların %31,8’inin eşinin Türk olması dikkate alındığında bile yüksektir. Çay ve Türk kahvesi hazırlamak, yalnızca kitaplardan öğrenilebilecek bir beceri olmayıp, ilgi gerektiren, öğretim ve uygulama süreçleriyle edinilebilen bir yetkinliktir. Araştırmanın sonucunda elde edilen diğer önemli bir bulgu ise, katılımcıların %46,7’sinin Japonya’ya gittiklerinde yakınlarına Türk yemeği yaptığını belirtmeleridir. Bu durum, katılımcıların Türk mutfağına olan yüksek ilgisini göstermektedir. Bu ilgiyi destekleyen diğer bir önemli bulgu ise, katılımcıların %80,9’unun Türkiye’ye yurt dışından gelen misafirlerini Türk restoranına götürdüğünü ifade etmeleridir.

İkinci olarak, Türkiye’de yaşayan Japonların Türk Mutfağına ilişkin görüşleri incelemektedir. Bu çalışmada Japon katılımcıların %62,2’si Türk yemeklerini beğendiğini belirtirken, Gönülgül (2020) tarafından dünya farklı milletlere yönelik yaptığı çalışmada bu oran %56,5 olarak kaydedilmiştir. Her iki çalışmada da beğeni oranı yüksek olsa da Japonların Türk mutfağı beğenme oranının daha yüksek olduğu görülmektedir. Türkiye’de yaşayan Japon katılımcılar tarafından en çok beğenilen yemek kategorileri çorbalar, kebaplar ve salatalardır. Ayrıca, Albayrak (2013) tarafından İran, İngiliz, Rus ve diğer milletler üzerinde İstanbul’da yapılan araştırmaya göre turistlerin en fazla beğendiği Türk yemeği kebaplar, lahmacun ve pidelerken bunu hamurlu tatlılar, börekler takip etmektedir. Bu farklılık, önce ki bölümde ifade edildiği üzere, Japon diyetinin ana gıdası pirinç olup, geleneksel olarak buğday ve et içeren yemeklerin bulunmaması, sağlık konusunda daha bilinçli bir yaklaşım sergilenmesi ve sebze tüketiminin tercih edilmesi gibi

faktörlerden kaynaklanıyor olabilir. Katılımcıların en çok beğendiğini ifade ettiği çorba türü üzerine yapılan değerlendirmede, Japonların çorba kavramını dilsel olarak iki farklı terimle ifade ettikleri dikkat çekmektedir. Geleneksel miso çorbası (*misoşiru*) veya berrak çorbalar (örneğin *sumashijiru*) gibi yerli çorbalar için “汁(*şiru*, *jiru*)” ifadesi kullanılırken, yabancı kökenli çorbalar için “スー (*sūpu*)” terimi tercih edilmektedir (Dijital Daijisen Sözlük,2025). Japonya’da “soppu” adıyla Batı tarzı çorbanın tanıtımı, 1549 yılında Fransis Xavier’in Japonya’ya gelişiyle başlamış olmakla birlikte, bu tür çorbaların halk arasında yaygın biçimde tanınması ve benimsenmesi, ülkenin dışa kapalı olduğu *sakoku* politikasının sona erdiği Meiji Dönemi’ne rastlamaktadır (Japonya Çorba Derneği, 2025). Japon toplumunda geleneksel *shiru* türü çorbalar günlük yaşamda yaygın olarak evde hazırlanmasına rağmen, Batı tarzı *sūpu* çorbalarını evde hazırlama alışkanlığı yaygın değildir. Japonya İçişleri ve Haberleşme Bakanlığı’na bağlı İstatistik Bürosu tarafından gerçekleştirilen Hanehalkı Araştırması sonuçlarına göre, ticari çorbalara yönelik talep zamanla istikrarlı bir artış göstermiş, özellikle 2021 yılı sonrasında kuru çorbalara yönelik harcama miktarında belirgin bir yükseliş gözlemlenmiştir. Dışarıda yeme-içme sektöründe ise, 1999 yılında “Soup Stock Tokyo” adlı çorba odaklı bir restoran zinciri, “dünyanın vücut ısını yükseltiriz” şeklinde tanımlanan bir kavramsal çerçeve ile kurulmuştur. COVID-19 pandemisinin etkisiyle söz konusu zincirin şube sayısında geçici bir azalma yaşanmış olsa da 2025 yılı itibarıyla Japonya genelinde 61 şubeye ulaşarak önemli bir başarı elde ettiği görülmektedir (Soup Stock Tokyo, 2025). Bu gelişmeler, Japon toplumunun çorbaya olan ilgisinin son yıllarda belirgin biçimde arttığını ortaya koymaktadır.

Ankette katılımcıların daha düşük oranda tercih ettiği yemekler ise makarnalar, hoşaf/komposto ve hamurlu tatlılardır. İkinci Dünya Savaşı sonrasında İtalyan restoranları Japonya’nın yiyecek- içecek endüstrisinin başlangıcından itibaren varlık göstermiştir (Kashiwabara, 2023:97), ve bu durum, sayısız Japon tarzı makarna tarifin ortaya çıkmasına olanak tanımıştır. Bu nedenle, Japonların Türk makarnasını pek tercih etmemiş olabileceği düşünülmektedir. Yabancıların hoşaf/kompostoyu tatma fırsatlarının oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Araştırmanın bir önemli bulgusu ise, Japonların Türk mutfağında yer alan hamur işlerini fazla yağlı, tatlıları ise hem yağlı hem de aşırı şekerli olarak değerlendirmeleridir. Bu durum, söz konusu yemeklerin düşük tercih edilme nedenlerinden biri olarak yorumlanmaktadır.

Araştırmanın amacına bağlı olarak yaşam süresi, cinsiyet ve yaş grupları gibi demografik değişkenlerin bu görüşler üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Demografik özelliklerin “Türkiye’de kaç senedir yaşıyorsunuz?” sorusuna katılımcıların verdikleri yanıtların ve Türk yemeklerine ilişkin izlenimlerinin karşılaştırmalı bir analizini yapılmıştır. Görünüşü güzel, ilgi çekici, hijyenik, kokusu hoş, iştah açıcı ve fiyat üzere altı madde açısından, Türkiye’de daha az süre yaşayan katılımcıların izlenimleri, daha uzun süre yaşayan katılımcılara göre daha olumlu olmuştur. Ancak, Türkiye’de kalış süresi arttıkça bu izlenimlerin kademeli olarak daha olumsuz yönde değiştiği gözlemlenmiştir. Hamur işlerinin yağlı olması, yemeklerin yağlı olması, kalorisi yüksek olması, sağlıklı ve salça kullanımının fazla olması gibi daha çok yemekle ilgili olan beş madde açısından, Türkiye’de daha uzun süre yaşayan katılımcıların görüşleri daha olumsuzdur. Lezzetinin değişik olması, çok baharatlı olması, çeşitliliğinin zengin olması ve soğan ile sarımsağın bol kullanılması gibi maddeler açısından, Türkiye’de daha uzun süre yaşayan katılımcıların daha olumlu görüşlere sahip olduğu görülmektedir. Bu durumun, katılımcıların Türk mutfağına dair bilgi ve deneyimlerinin artmasından kaynaklandığı tahmin edilmektedir “Japonya’nın önde gelen restoran bilgi sitelerinden Gurunavi tarafından yürütülen bir ankete göre, Japonların %90’ından fazlası, ülkedeki restoranların temizliği konusunda son derece hassas olduklarını ifade etmiştir (Gurunavi, 2024). Japonya’da “Shokuhin Eisei Hou: Gıda Hijyen Yasası” (1947 yılı, Kanun No. 233) adlı bir yasa yer almaktadır. Bu yasa kapsamında yiyecek-içecek işletmeleri sıkı bir şekilde denetlenmektedir (E-GOV, 2025). Ayrıca Japonya’da ilkökul düzeyinden itibaren hijyen eğitimi verilmektedir. İlkokul 5. ve 6. sınıf müfredatında yer alan ev ekonomisi derslerinde, uygulamalı yemek pişirme etkinlikleri aracılığıyla gıdaların güvenli bir şekilde nasıl işleneceği öğretilmektedir (Japonya Milli Eğitim, Kültür, Spor, Bilim ve Teknoloji Bakanlığı, 2017). Bu derslerde mutfak gereçlerinin temizliği, gıdaların uygun saklama yöntemleri ve gıda zehirlenmesinin önlenmesine yönelik temel hijyen

kuralları aktarılmaktadır. Bu durum, Japon bireylerin hijyen yönetimine çocukluktan gelen bir titizlikle yaklaşmalarına zemin hazırlamaktadır. Çalışmamızda Oldukça hijyeniktir” ifadesine yönelik olumlu görüşlerin düşük düzeyde kalmasının ve bu maddeye ilişkin olarak katılımcıların görüş belirtme konusunda tereddüt yaşadıkları ortaya çıkmıştır. Katılımcının kararsız kalmasının nedeni kalış süresinin uzamasıyla Türkiye’yi daha iyi tanınması ve beklenen hijyenin görülebilmesi olabilir.

Ayrıca 19 madde kapsamında, Türk yemekleriyle ilgili görüşler cinsiyete göre karşılaştırıldığında şu sonuçlara ulaşılmıştır: Kalorisi yüksek, yağlı olma, salçalı olma, hamur işleri yağlı ve pahalı gibi beş madde açısından, kadınların olumsuz görüş bildirme oranı erkekler göre daha yüksektir. Buna karşılık, lezzetli, çeşitliliği zengin olma, lezzeti değişik olma, kokusu hoştur ve baharatlı gibi beş madde açısından erkeklerin olumsuz görüş bildirme oranı kadınlara göre daha fazladır. Bu sonuçlardan, kadınların erkekler göre daha sağlıklı yiyecekler tercih edeceği, erkeklerin ise kadınlara göre daha muhafazakâr bir tutuma sahip olduğu söylenebilir.

19 madde kapsamında Türk yemeklerinin görünümü yaş gruplarına göre karşılaştırıldığında şu sonuçlara ulaşılmıştır: Genç yaş grubu, “yağlı olması,” “yiyeceklerin lezzeti değişik olması,” “görünümün güzel olması” ve “hamur işlerinin yağlı olması” gibi maddelerde, yaşlı gruba göre daha olumsuz görüşler ifade etmiştir. Yaş arttıkça çok baharatlı olması, kalorinin yüksek olması, fazla etli olması, tatlıların yağlı ve şekerli olması ve fiyatların yüksek olması gibi maddelere yönelik olumsuz görüşlerin oranı artmıştır

Türkiye’de yaşayan Japonlar üzerinde gerçekleştirilen bu araştırmadan elde edilen sonuçlara dayanarak, Japonları müşteri olarak hedefleyen Türkiye’deki konaklama tesislerine, yiyecek-içecek sektörüne, seyahat acentelerine ve hizmet sağlayıcılarına yönelik öneriler aşağıda sunulmaktadır.

- Bu araştırma sonucu ve Gönülgül (2020) tarafından yapılan araştırma sonuçları birlikte değerlendirildiğinde, yabancıların ortak olarak daha az tanıdığı dört içecek olan şerbet, sıcak salep, boza ve şalgam suyunun tanınırlığı, farklı stratejilerle artırılabilir. Örneğin, soğuk şerbet yaz aylarında, sıcak salep ve boza ise kış aylarında otellerde veya restoranlarda karşılama içeceği olarak sunulabilir. Şalgam suyunun ise restoranlarda garsonlar tarafından yemekle uyumlu bir şekilde önerilmesi sayesinde daha fazla kişi tarafından tadılabileceği düşünülmektedir.
- Japonların Türk mutfağının genellikle baharatlı, yağlı ve salçalı bulduklarını ifade etmişlerdir. Benzer şekilde, Şanlıer (2005) ve Albayrak (2013) tarafından yapılan çalışmalarda da benzer bulgulara ulaşılmıştır. Müşteri memnuniyetini artırmak amacıyla, işletmelerin sipariş alırken bu konuda misafirlerin tercihlerine dikkat ederek, farklı alternatifler sunulması yemeklerin tercih edilmesi noktasında etkili olabilir.
- Ayrıca az bilinen yemek ve içecekler için basit bir açıklama hazırlamak faydalı olacaktır. Özellikle yabancılar için revani, güllaç, karnıyarık, imambayıldı ve boza gibi yiyecek ve içeceklerin isimlerinin ana yemek mi yoksa içecek türü mü yabancılar tarafından bilinmemektedir. Bu nedenle sunumlarda veya menülerde yiyecek ve içecek türünün açıklanması, hangi sınıfta yer aldığı, kısaca malzemelerinin açıklanması yabancıların bu lezzetleri daha kolay anlamasına yardımcı olacaktır.
- Yaşlı kategorisinde yer alan Japonlar için et, baharat, yağ ve şeker miktarının azaltılması ve uygun fiyatlı set menülerin geliştirilmesi faydalı olacaktır.

Bu araştırma, zaman ve maliyet kısıtlamaları nedeniyle Türkiye’de ikamet eden Japonlar üzerinde gerçekleştirilmiştir. Bu konuya yönelik daha kapsamlı bir inceleme yapmayı planlayan araştırmacıların, turistik amaçla seyahat eden, Türkiye’yi daha önce hiç ziyaret etmemiş kişiler başta olmak üzere, daha önce Türkiye’yi ziyaret etmiş olan Japon veya başka milletlerden turistlere yönelik çalışma yapmaları önerilmektedir.

Kaynakça

- Albayrak, A. (2013). Farklı Milletlerden Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşlerinin Saptanması Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Yaşar University* 2013, 30(8), s. 5049-5063.
- Arlı, M. (1982). Türk Mutfağına Genel Bir Bakış. *Türk Mutfağı Sempozyumu Bildirileri* 31 Ekim- 1 Kasım 1981 (s. 19-33). İçinde. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı, Milli Folklor Araştırma Dairesi Yayınları 41.
- Ciğirim, N. (2001). Batı ve Türk Mutfağının Gelişimi, Etkileşimi ve Yiyecek-İçecek Hizmetlerinde Türk Mutfağının Yerine Bir Bakış. K. Toygar. (Ed.), *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar 2000* (s. 49-61). Ankara: Takav Matbaası.
- Civitello, L. (2019). *Mutfak & Kültür İnsanın Beslenme Tarihi*. (Z. N. Nahya, Çev.) Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Dijital Daijisen Sözlük. (2023). *Daidokoro*. 02 17, 2025 tarihinde <https://kotobank.jp/word/%E5%8F%B0%E6%89%80> adresinden alındı.
- Dijital Daijisen Sözlük. (2025). *Soup*. 05 12, 2025 tarihinde <https://dictionary.goo.ne.jp/word/%E3%82%B9%E3%83%BC%E3%83%97/> adresinden alındı.
- E-GOV. (2025). *Shokuhin Eisei Hou*. 07 05, 2025 tarihinde <https://laws.e-gov.go.jp/law/322AC0000000233/> adresinden alındı.
- Gönülgül, S. (2020). *Kültürleri Farklı Bireylerin Türk Mutfak Kültürü Hakkındaki Görüşlerine Yönelik Bir Araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gurunavi. (2024, 09 06). *Shouhisha Anket*. 05 09, 2025 tarihinde https://pro.gnavi.co.jp/magazine/t_res/cat_2/a_4351/?utm_source=chatgpt.com adresinden alındı.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Felsefe- Yöntem- Analiz* (5. b.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Hirschman, C. (2013). The Contributions of Immigrants to American Culture. *Daedalus, Immigration & the Future of America* 2013, 142(3), s. 26-47.
- Hoshi, S. (1984). Shokubunka no Hattatsu to Kenkou no Mondai ni Kansuru Kenkyuu: Shogaikoku Oyobi Nihon ni Okeru Shokubunka to Shokuseikatsu no Tokuchou. *Tokyo Kasei Daigaku Seikatsu Kagaku Kenkyuujo Kenkyuuhoukoku*, 7, s. 13-28.
- Ishige, N. (2009). *Shoku no Bunka wo Kataru*. Tokyo: Domesu.
- Ishige, N. (2015). *Nihon no Shokubunkashi - Kyuusekki Jidai Kara Gendai Made*. Tokyo: Iwanami.
- Japonya Çorba Derneği. (2005). *Soup Nedir?* 05 09, 2025 tarihinde <https://www.soup-japan.org/what.html> adresinden alındı.
- Japonya Dışişleri Bakanlığı. (2023). *Annual Report of Statistics on Japanese Nationals Overseas*. 20 08, 2023 tarihinde <https://www.mofa.go.jp/mofaj/files/100436737.pdf> adresinden alındı.
- Japonya Milli Eğitim, Kültür, Spor, Bilim ve Teknoloji Bakanlığı. (2017). *Japonya İlkokul Müfredat Kılavuzu Ev Ekonomisi ve Ev İşleri Dersi (2017'de Duyuruldu)*. 07 05, 2025 tarihinde https://www.mext.go.jp/component/a_menu/education/micro_detail/_icsFiles/afieldfile/2019/03/18/1387017_009.pdf adresinden alındı.
- Japonya Tarım, Orman ve Balıkçılık Bakanlığı. (2025).
- "Washoku" UNESCO Somut Olmayan Kültürel Mirası olarak tescillenmiştir. 17 02, 2025 tarihinde <https://www.maff.go.jp/j/keikaku/syokubunka/ich/> adresinden alındı.
- Kaplan, D. (2006). *Ankara Üniversitesine Türk Cumhuriyetlerinden Gelen Öğrencilerin Ülkelerine Ait Mutfak Kültürü Değerlendirmeleri*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi.
- Karaca, E ve Nergiz, H. (2020). Yalova Çerkezlerinin Mutfak Kültürü. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, s. 51-66.
- Kashiwabara, K. (2023). *Foodie ga Nihon wo Saisei Suru! Nippon Bishokurikkoku-ron*. Tokyo: Nikkan Gendai.
- Nakamura, T. (2022). *Hitowa Naze Shokuwo Motomete Tabini Derunoka Food Tourism Nyuumon*. Kyoto: Kouyou Shobou.

- Polat, S. (2021). Uzakdoğu ve Avustralya mutfağı. M. (Ed.) Saruşıık içinde, *Uluslararası Gastronomi (Temel Özellikler- Örnek Menüler ve Reçeteler)* (s. 100-106). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Seta, Y. (2007). İbunka Rikai Kyouiku de Atsukaubeki Bunkayousu ni tsuite. *Okayama Daigaku Kyouiku Kenkyuushuroku*, 134, s. 129-139.
- Şanlıer, N. (2005). Yerli ve Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı Hakkındaki Görüşleri. *GÜ, Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25(1), s. 213-227.
- Soup Stock Tokyo. (2025, 03 31). 05 09, 2025 tarihinde <https://www.soup-stock-tokyo.co.jp/> adresinden alındı.
- Takeuçi, K. (1989). *Türkçe-Japonca Sözlük*. Tokyo: Daigakusyurin.
- Türk Dil Kurumu Sözlükleri. (2023). *Mutfak*. 17 02, 2025 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı.