

GASTRONOMİ ÜRÜNLERİNİN RENK TEMASI BAĞLAMINDA İRDELENMESİ: SİYAH VE MOR YİYECEKLER

An Investigation of Gastronomy Products in the Context of Color Theme: Black and Purple Foods

Hüseyin Ertuğ BALABAN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Araştırmaları Enstitüsü

ertughb@gmail.com

Orcid ID: 0000-0003-2275-6127

Öz

Yiyecek-içecek endüstrileri günümüzde insanların temel fizyolojik ihtiyaçlarını karşılamaktan daha çok insanlara orijinalinden farklı lezzet, renk ve görünümde ürünler deneyimleme fırsatı sağlamaktadır. İnsanların her geçen gün daha da artan yeni ürünleri tüketme ve farklı deneyimler yaşama isteği haline gelen yeme-içme eylemi beraberinde gastronomi akımlarının ve yiyecek-içecek sektörünün de insanların istekleri çevresinde şekillenmesine yol açmaktadır. Moda haline bürünen bu süreçte, insanlara asalet, lüks, sağlık vb. farklı anlamları çağrıştıran renkler; gastronomi akımlarına yön vererek, yiyeceklerin orijinal renklerinden farklı olarak üretilmesine ve aynı zamanda müşteriler tarafından tercih edilmesine sebep olmaktadır. Bu çalışmanın amacı, "Siyah Yiyecekler" ve "Mor Yiyecekler" sınırlarında, gastronomi akımlarını inceleyerek; gastronomi ürünlerinin orijinal renklerinden farklı olarak tercih edilmesinde, renklerin ürünlere ne gibi görünüm ve faydalar kazandırabileceğini saptamak, oluşabilecek yeni akımların hangi renkler üzerinden gidebileceği hakkında fikir oluşturmaktır. Çalışmada ulaşılan veriler alan yazın incelemesiyle elde edilmiş olup; nitel araştırma tekniklerinden yararlanılmıştır.

Anahtar kelimeler: Gastronomi ve Renk, Siyah Yiyecekler, Mor Yiyecekler.

Abstract

Food and beverage industries today provide people with the opportunity to experience products with different flavor, color and appearance than the original, rather than meeting the basic physiological needs of people. The act of eating and drinking, which has become an increasing desire of individuals to consume new products and do different experiences, causes the food and beverage sector and with gastronomy trends to shape in line with the desires of the people. Colors that evoke different meanings such as nobility, luxury, health for people lead to gastronomic trends; they cause food to be produced differently from its original colors and preferred by customers. The aim of this study is to examine the gastronomy trends within the scope of "Black Foods" and "Purple Foods"; to determine what kind of looks and benefits colors can bring to products, to develop an idea about which colors can be more effective on new trends that may occur. The data in the study were obtained by literature review; qualitative research techniques were used.

Key words: Gastronomy and Color, Black Foods, Purple Foods.

Giriş

Geçmişte insanların sadece zorunlu fizyolojik ihtiyacını gidermek anlamına gelen beslenme kavramı insanların sadece hayatta kalması için gerçekleştirdiği yeme içme faaliyeti iken, günümüzde beslenme; insanın sadece sosyalleşmesi değil aynı zamanda gelişebilmesi, büyüyebilmesi, sağlıklı ve üretken olarak uzun süre hayatlarını devam ettirebilmesi için gerekli olan besinleri tüketmesidir (Altınel, 2017: 59).

Küreselleşmeyle birlikte meydana gelen teknolojik, ekonomik ve sosyolojik alandaki değişim ve gelişmeler beraberinde yiyecek içecek sektörünün de gelişim ve değişim göstermesine neden olmuştur. Bu neticede meydana gelen, alışılmışın dışında olan gastronomi öğeleri, insanların dikkatlerini üzerine çekebilmektedir. Gastronomi; tüketilmesi mümkün olan yiyecek ve içecek gruplarının kültürle olan ilişkisini incelemekle kalmayıp aynı zamanda iyi yeme-içme sanatı üzerinde incelemelerde bulunan bir disiplindir. Tarihsel ve etimolojik tarafından ele alındığında gastronomi; yemeklerin nasıl ve nerede yenmesine, hangi yemeğe hangi içkinin ya da içeceğin uyum sağlayacağına yol gösteren, insanların yemek yerken sadece fizyolojik doyum noktasına ulaşmasına odaklanmayıp keyif almalarını sağlayan bir unsur olarak, insanları yemek yeme konusunda bilinçlendirmeyi hedefleyen bir hayat sanatıdır (Cömert ve Özkaya, 2014).

İnsanların tükettiği ürünlere verdiği ilk tepki görünüşleri üzerinedir. Francis'e (1995) göre görünüm olgusu; renk, parlaklık, şekil, boyut gibi birden fazla kavramdan oluşmaktadır. Renk, bir gastronomi ürününün dikkat çeken özelliklerinden bir tanesidir. Renk, insan yaşamının neredeyse her evresinde ve alacağı kararlarında önemli bir etkidir. Yiyecek-içecek alanı da dâhil olmak üzere; gıdanın, duyuşal özellikleri, estetiği ve kabul edilebilirliği renkten etkilenmektedir. Renk kavramı esas alınarak uygulanan gıda güvenliği, yiyeceği seçmeden ve/veya yemeden önce yapılmaktadır. Satın almada "doğru renk" olarak görülmeyen ürünler daha az rağbet görmektedir. Yiyeceklerin insan zihninde kabul edilebilir renkler halinde bir şema oluşturması, bilişsel gelişimin erken dönemlerinde başlamakta ve bu şema ölene kadar insanoğluyla birlikte kalmaktadır (Clydesdale, 1993: 83).

Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma sosyal bilimlerin alanında bireylerin algılarını derinlemesine inceleyerek, karmaşık sosyal olguların daha iyi anlaşılabilmesine olanak sağlayan bir yöntemdir. Bu yöntem, kişilerin bakış açılarını keşfetmeyi sağlar, böylece daha zengin ve anlamlı veriler elde edilir. (Creswell, 2013: 45). Nitel araştırma, teori oluşturma ve teori geliştirmeyi esas alan bir yaklaşım ile sosyal olguların bulundukları çevre ile ilişkilerini inceleyip anlaşılmasını ön planda tutan bir yöntemdir (Yıldırım, 1999: 10). Yapılan bu çalışmada gastronomi ve renk, siyah yiyecekler akımı ve mor yiyecekler akımı başlıkları doküman analizi yöntemi kullanılarak hazırlanmıştır.

Gastronomi ve Renk

Gastronomi kavramı; gıdanın özelliklerini tanımlayabilmek için önce Lavoisier tarafından 17. Yüzyılda ve yaklaşık 42 sene sonra ise Brillat Savarin'in "Lezzetin Fizyolojisi" kitabında "insanın beslenme faaliyetini gerçekleştirilirken, yiyecek ve insan arasındaki her türlü bilginin mantıklı ve sistematik bir şekilde ele alınması" olarak tanımlanmıştır. Ek olarak Savarin'in, gastronomiye, "en iyi beslenme faaliyetiyle insanoğlunun hayatının devam ettirilmesi" gibi bir amaç verdiği de kaynaklar arasında yer almaktadır (Linden vd., 2008).

Literatürde gastronomi kavramının çok sayıda, kafa karıştırıcı tanımları mevcuttur. Tanımlar arasında en uygun görülenlerden birisi Brillat Savarin'in tanımıdır. Bu nedenle, modern bir anlamda, Savarin'in de ima ettiği gibi gastronomi, bireysel bir anlamdan daha çok, bir bütün olarak toplumu kapsayan bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır (Santich, 2004: 18). Literatürde de yer aldığı gibi; gastronomi yerel, bölgesel ve hatta ulusal bir grup tarafından tüketilen yiyecekler ve içeceklerle alakalı birçok faktörün tanınmasıyla ilgilidir (Gillespie ve Cousins, 2001: 5).

Renk ve tat, gıdanın kabul edilebilirliğini etkileyebilecek başlıca faktörlerden ikisidir. Bazı araştırmalar, insanların normalde belirli yiyecekleri belirli renklerle ilişkilendirdiklerini ve bu ürünlerin renkleri kasıtlı olarak değiştirildiğinde tanınmalarının azaldığını göstermiştir (Maga, 1974).

Yapılan çalışmalarda insanların sarı ve yeşil renkte hazırlanan ürünleri, renksiz ürünlere göre daha ekşi bulduğu tespit edilmiştir. Aynı şekilde insanlara sarı ve yeşil ürünlerle hazırlanan acı ürünlerin, renksiz acı ürünlere kıyasla daha acı geldiği tespit edilmiştir. Bu sebeple insanların kırmızı renk ve acıyı ilişkilendirmedikleri düşünülmüştür (Maga, 1974: 118).

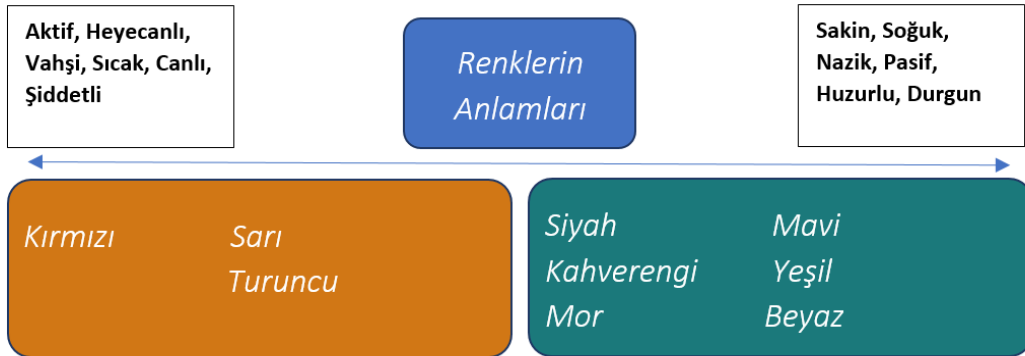
Wheatley tarafından yapılan bir deneyde ise, deneklerden yiyeceklerin renklerini maskeleyen bir ışıklandırma sisteminde, biftek, patates ve bezelyeden oluşan bir akşam yemeği yemesi istendi. Deneklerin çoğu mavi biftek, yeşil patates ve kırmızı bezelyeleri gördüğünde aşırı tepkiler verdiler ve şiddetli bir şekilde rahatsızlandılar. Ürünlere "iğrenç" ve "doğal değildi" yorumlarında bulundular. Aynı deneyde, bu ürünleri tüketen küçük yaşta çocukların, bu ürünlere yetişkinler kadar dramatik tepki vermemesinin nedeninin; renk ve gıda ilişkilerinin zayıf olması ve tecrübesizlikleri olduğu öne sürüldü (Wheatley'den aktaran Kostyla vd., 1978: 303). Tüketiciler, kalite ve kabul edilebilirlik kavramı çerçevesinde, belirli gıdalara bir dizi renk ölçüsü getirmişlerdir. Tüketici günlük tecrübelerinden yola çıkarak, taze bir brokolinin sarı değil yeşil olduğunu, nane jölesinin yeşil ve çikolatanın kahverengi olduğunu bilmektedir. Ancak, insanların bilinçaltıları, market dondurucularında bulunan cheesecake'lerin daha soluk olduğunu, televizyonda gördükleri kadar güzel ve iştah açıcı tonlarda olmadıklarının farkına varmamaktadır. Beyin bu farklılığı irdelememekte ve reklamcılar lehine çalışmaktadır. Bu nedenle renk insanoğlunun ayrılmaz bir parçasıdır ve insanların bilinçlerini farklı seviyelerde etkilemeye devam edecektir (Kostyla vd., 1978: 304). Tablo 1 ve Tablo 2' de görüldüğü yiyeceklerle ait renklerin insan üzerinde çeşitli etkiler yarattığı da anlaşılmaktadır.

Tablo 1. Renklerin Etkileri ve Ürünlerin Yaygın Renkleri

Renk	Renklerin Etkileri	Ürünlerin Yaygın Renkleri
Yeşil	Sakin, Serin, İyimser, Doğal, Özgüven, Toksin temizleyici	Avokado, Ispanak, Salatalık, Lahana, Bezelye, Brokoli, Enginar, Kabak, Kuşkonmaz, Maydanoz
Kırmızı	Güç, Sıcak, Heyecan, Tehlike, Kan basıncı yükseltme, Kalp sağlığı	Kızılçık, Kırmızı pancar, Domates, Kırmızıturp, Çilek, Nar, Karpuz
Siyah/Koyu	Gizem, Prestij, Toprak	Çörek otu, Siyah üzüm, Zeytin, Karadut
Mor	İmparatorluk, Gurur, Asalet, Kan basıncı düşürme, Uzun ömür	Patlıcan, Böğürtlen, Mor lahana, Erik, Pancar
Turuncu	Doğal, Sıcak, Enerjik, İyimser, Samimi, Akciğer güçlendirme, İştah arttırıcı	Papaya, Kayısı, Kabak, Şeftali, Havuç, Portakal, Mandalina, Tatlı patates
Sarı	Canlı, Enerjik, Dikkat çekici, Lüks	Ananas, Mısır, Limon, Muz
Beyaz	Sade, Temiz, Katıksız	Karnabahar, Mantar, Yabani havuç, Peynir, Yumurta, Süt, Yoğurt

Kaynak: Magoulas, 2009, Özcan, 2018, Singh, 2006, Mazlum, 2011, Yılmaz ve Erden, 2017

Tablo 2. Renklerin Anlamları



Kaynak: Madden, Hewett ve Roth, 2000

Son zamanlarda artan rekabetle, işletmeler misafirlerini en yüksek seviyede memnun edebilmek amacıyla ilerlerken aynı anda misafirlerinin devamlığını korumak için yeni taktikler oluşturmaktadırlar. Bu çekişme şartlarında meydana gelen yeni ürün ve tasarı, işletmeler adına şans yaratabileceği gibi tehlike de yaratabilmektedir (Dilsiz, 2010: 20).

Gastronomi kavramı içerisindeki olgular, ekonomik fikirlerden ve yeme-içme sektörünün içerisindeki hareketli faktörlerden etkilenerek çeşitli varyasyonlar yaşamaktadır. Gastronomi kavramının farklı kollarında, şiddetli etkileşimlerle meydana gelen bu değişim; gastronomide yenileşmeye yol açmakta ve bu yenileşme de gastronomi trendlerini belirlemektedir. Bu trendler yeri geldiğinde gastronomi ürünlerinin hammaddelelerini farklılaştırabildiği gibi, yeri geldiğinde de gastronomi ürünlerini farklı biçimlere bürüyebilmektedir (Kurgun, 2017: 3).

Bu bağlamda gastronomi ürünlerinin orijinal renklerinden farklı olarak kullanılmasında karşımıza “Siyah Yiyecekler Akımı” ve “Mor Yiyecekler Akımı” çıkmaktadır.

Siyah Yiyecekler Akımı

Madden, Hewett ve Roth (2000)’a göre oluşturulan doğruya göre siyah; sakın, soğuk, nazik, pasif, huzurlu ve durgun anlamlarını çağrıştıran renklerin içine girmektedir. Magoulas (2009), Özcan (2018), Singh (2006), Mazlum (2011), Yılmaz ve Erden (2017)’ e göre oluşturulan Tablo 1. ‘e göre siyah renk insanlara gizem, prestij ve doğallığı andıran toprak gibi kavramları hissettirmektedir. Çörek otu, siyah üzüm, zeytin, karadut gibi ürünlerle alışlagelmiş siyah renk, günümüzde kendi adı altında bir gastronomi akımı oluşturmuştur.

Siyah renkle özdeşleşmiş bazı ürünler vardır. Bu ürünler hem görüntüleri hem de insan vücuduna sağladığı faydalar açısından kuşkusuz hayatımızın önemli bir parçası olabilmektedirler.

Siyah Ahududu

Siyah ahududu, hem canlı ortamda yapılan doğal çalışmalarda hem de laboratuvar ortamında yapılan yapay çalışmalarda tespit edilen farklı antioksidan ve antikanser biyoaktiviteleri nedeniyle çok ilgi çeken meyveler arasındadır. Çünkü en güçlü antikanser bileşenleri diğer meyvelere nazaran siyah ahudududa daha fazla bulunmaktadır. Yapılan araştırmalar neticesinde, siyah ahudududan elde edilen ürünler, prostat kanseri yaşayan erkeklerde olumlu etkiler bırakmıştır. Ele alınan biyoaktif bileşenler, çeşitli organlarda kanserin başlaması ve ilerlemesi süreçlerinin önlenmesinde önemli rol oynayabilmektedirler (Gu vd., 2014: 3997.)

Siyah Üzüm

Geçmişten günümüze direkt olarak veya kuru üzüm, pekmez, şarap, sirke vb. ürünler gibi işlenerek tüketilen üzüm, hemen hemen her mevsimde yetiştirilebilir ve tüketilebilir bir meyvedir. İçerdiği şekerden dolayı önemli bir kalori kaynağı sağlayan

üzüm, bünyesinde; demir, kalsiyum, sodyum ve potasyum gibi mineral kaynaklarını barındırırken, A, B1, B2, Niasin ve C vitaminleri bakımından da insanoğlu için değerli bir kaynak haline gelmektedir. Siyah üzümleri beyaz üzümlerden ayıran fark ise içerdiği fenolik bileşikler bakımından beyaz üzümlerle kıyaslandığında daha zengin olmasıdır. Kanseri, diyabet vb. birçok hastalığa sebep olan aktif oksijen oluşumunu engelleyen antioksidan etkisi gösteren bu fenolik maddeler özellikle üzümlerin çekirdeklerinde yer almaktadır (Gülcü vd., 2008: 179).

Siyah Sarımsak

Mucizevi bir sebze olarak adlandırılan, anavatanı Güney Orta Asya'nın dik vadileri ve Tanrı dağları bölgesi olan sarımsağın yaklaşık olarak bilenen 400-600 türü mevcuttur. Koreli ve Japon araştırmacıların tasarladıkları fermentasyon cihazları sonucu fermente edilerek ortaya çıkan siyah sarımsak, S-allyl cysteine bakımından beyaz sarımsaktan 5-6 kat daha zengindir. S-allyl cysteine, antikanserojen, antioksidan aktivitesi ve karaciğer rahatsızlıklarına iyi gelmesi nedeniyle de tıbbi alanda kullanılmakta olan biyolojik bir bileşiktir. Japonya ve Kore mutfağında aroması nedeniyle sıkça kullanılan siyah sarımsak, Avrupa ülkelerinde de tanınmaya başlamıştır. Özellikle siyah sarımsak, tatlımsı ve ekşimsi tatları bünyesinde bulundurması sebebiyle şekerlerde, dondurmalarda (Görsel 1) ve içeceklerde de kullanılabilir (Akan, 2014: 363).



Görsel 1. Siyah Sarımsaklı Dondurma

Kaynak: (www.thefeedfeed.com)

Siyah Pirinç

Gelişmekte olan dünya içerisinde pirinç önemli bir tahıldır. Üretiminin %95 Asya kıtasında yapılan pirinç dünya nüfusunun yarısından fazlası için temel gıda anlamı taşımaktadır. Yaygın olarak beyaz halinin bilinmesinin dışında dünyada siyah, kırmızı ve esmer gibi birçok pirinç çeşidi bulunmaktadır ve çeşitli yemeklerde kullanılmaktadır (Görsel 2). Renkli pirinçlerin güçlü antioksidan kaynağına sahip

olduğu bilinmektedir ve aynı zamanda siyah pirinç organik gıda boyası olarak kullanılabilir (Sompong vd., 2011: 132). Siyah pirinç beyaz pirince göre; protein, vitamin ve mineral içeriği bakımından daha zengindir (Suzuki vd. 'den aktaran Sompong vd., 2011: 132).



Görsel 2. Mantar ve Karamelize Soğanlı Siyah Pirinç Risotto

Kaynak: (www.holycowvegan.net)

Çörek Otu

Özellikle Müslüman coğrafyalarda yüzyıllar boyunca hastalıkların tedavisi ve zindelik amacıyla kullanılan çörek otu A, H, C, B1, B2 ve B6 vitaminlerinin yanı sıra Folik asit ve Niasin bakımından önemli bir kaynaktır. Çörek otu tohumunun içerdiği uçucu yağların antimikrobiyel, antioksidan, antikanserojen, antidiyabetik özellikler gösterdiği bilimsel verilerle tespit edilmiştir. Ayrıca yapılan bazı çalışmalar, çörek otu tohumu yağlarının LDL kolektrol seviyesini azalttığını, HDL kolektrol üretimine destek sağladığını bildirmektedir. Çörek otu tohumları bütün veya öğütülmüş olarak salatalarda ve ekmek türevleri unlu mamullerde kullanılabilir (Aslan, 2019: 41).

Siyah Fasulye

Güney Amerika'daki insanların temel besinlerinden birisi olan siyah fasulye (Görsel 3), kabuğunda yer alan antosiyanin pigmentleri sayesinde doğal ve çekici bir renk elde etmektedir (Takeoka vd., 1997).



Görsel 3. Siyah Fasulye Yemeği

Kaynak: (www.seriousseats.com)

Aktif Karbon

M.Ö. 3750 'lere dayanan aktif karbonun ilk kullanımı, Mısır ve Sümerlilerin odun kömürünü kullanarak madenleri işlemesiyle ortaya çıkmıştır. Doğal veya sentetik bir karbonlu başlangıç maddesinden üretilen aktif karbonların, uygun fiyatlı olabilmesi için kolay elde edilebilen bir hammaddeden üretilmesi gerekmektedir. En çok odun ve hindistan cevizi kabuğu vb. botanik kaynaklı hammaddelerden üretilen aktif kömürler kullanılmaktadır. Günümüzde üretimi hızla artan aktif karbon, yirminci yüzyılın başlarından beri ilaç ve gıda endüstrisinde kullanılmaktadır (Aygün, 2002: 1).

London Taxi restoranından Chef Nagraj Bhat tarafından yapılan wok tavada kızartılmış ipeksi tofu ve oryantal sebzeli odun kömür bao (Görsel 4); rengini, içerdiği hindistan cevizi kömüründen almaktadır. Aktif Hindistan cevizi kömürünün alkol zehirlenmesi ve şişkinlik gibi çeşitli sağlık sorunlarına iyi geldiği bilinmektedir (www.grazia.co.in).



Görsel 4. Tofu ve Oryantel Sebzeli Odun Kömür Bao

Kaynak: (www.grazia.co.in)

Farklı kültürlerle sahip olan Japonya’da yemek kültürü zamanla değişmektedir. Özellikle batı ülkelerinden gelen fast-food akımı, başta gençler olmak üzere Japon halkını fazlasıyla etkilemiştir. Alışkanlık ve kültür haline gelen bu akımın en iyi örneği Kuro Burger olarak bilinen siyah hamburgerlerdir (Görsel 5). Ekmeğinden sosuna kadar tüm içeriği siyah olan bu hamburgeri deneyimlemek için Japonya dışından birçok ziyaretçi ülkeye gelmektedir. Özellikle Kan-etsu Otoyolunda bulunan bir dinlenme tesisi sadece siyah yiyeceklerin değil eşsiz bütün yiyeceklerin merkezi olarak bilinmektedir. Kuro Burger, Japonya’da popüler olan siyah yiyecekler akımının geleceğini kurtaran yiyecek olarak görülmektedir. En nihayetinde Kuro Burger, içeriğinde bambu kömürü ve mürekkep balığının mürekkebi olan bir Japon yemeğidir (Wibisana, 2018: 1).



Görsel 5. Kuro Burger

Kaynak: (www.stuff.co.nz)

Mor Yiyecekler Akımı

Madden, Hewett ve Roth (2000)'a göre oluşturulan doğruya göre mor renkte; sakın, soğuk, nazik, pasif, huzurlu ve durgun anlamlarını çağrıştıran renklerin içine girmektedir. Magoulas (2009), Özcan (2018), Singh (2006), Mazlum (2011), Yılmaz ve Erden (2017)' e göre oluşturulan Tablo 1. 'e göre mor renk insanlara imparatorluk, gurur, asalet gibi kavramları hissettirmektedir ve kan basıncını düşürme, uzun ömür gibi sağlıkla bağlantılı kavramlarla da ilişkilidir. Patlıcan, böğürtlen, mor lahana, erik, pancar gibi ürünlerle alışlagelmiş mor renk, günümüzde kendi adı altında bir gastronomi akımı oluşturmuştur.

Özellikle mor renge sahip sebzeler içerdikleri vitamin, antioksidan ve sayılamayan birçok bileşeniyle insan sağlığına olumlu etkiler sağlamaktadırlar. Bağışıklığı güçlendirdiği için kışın tüketilmesi tavsiye edilen mor sebzeler, aynı zamanda mor rengini aldıkları antosiyanin pigmenti sayesinde hücreleri yaşlanmaya karşı korumaktadırlar (Akarca vd., 2020: 437). Bu kapsamda mor renkli gastronomi ürünleri, tüketicilere onların sağlığına olumlu etki yapabilecek düşüncesini getirebilmektedir.

Mor renkli ürünler şüphesiz hayatımızın önemli bir parçasıdır. Bu ürünler hem sağlıkla bağdaştırıldığı gibi hem de tabaklara ve yemeklere güzel görüntüler vermeye yardımcı olabilmektedirler.

Patlıcan

Dünya çapında çokça üretilen ve tüketilen patlıcan, ekonomik yönden önem arz eden bir sebzedir. İçeriğinde fenolik maddeler ve antioksidan bulunduran patlıcan aynı zamanda fonksiyonel bir gıdadır (Gülçür Kaplan, 2019: 2). İnsan beslenmesinde önemli bir yere sahip olan patlıcan; protein, karbonhidrat, yağ gibi makro besinleri ve A, B1, B2, C vitaminlerini içermektedir (Kamer vd., 2016: 1).

Böğürtlen

Ülkemizin neredeyse her yerinde yabani cinsine rastlanılan böğürtlen son derece ekonomik bir meyvedir. Meyve suyu, marmelat, reçel, konservecilik, pasta, dondurma ve içerdiği pektin sayesinde jöle sanayisi gibi geniş bir yelpaze aralığında kullanılmaktadır (Göktaş, 2011: 5). Böğürtlen aynı zamanda içerdiği antioksidan kapasitesi, vitamin ve mineral maddeler bakımından insan sağlığına olumlu etkiler sağlamaktadır (Sakinoğlu Oruç ve Oruç, 2013: 88).

Mor Lahana

Aslen Güney Avrupa kökenli olan mor lahananın günümüzde tüm Avrupa'da, ülkemizde ise Akdeniz'e kıyısı olan bölgelerde üretimi gerçekleştirilmektedir. Özellikle soğuk iklimlere dayanabilmesi sebebiyle özellikle Kuzey Avrupa mutfağının önemli unsurlarından bir tanesi haline gelmiştir. Fito-kimyasal ve antioksidan kaynağı olan mor lahana aynı zamanda C, B5 ve B1 vitaminleri bakımından zengindir (Draghici vd., 2013: 52;).

Mürdüm Eriği

Ülkemizde ve dünyada önem arz eden erik yetiştiriciliği insan sağlığına ve beslenmeye sağladığı faydalar bakımından önem arz etmektedir. İçeriğinde B vitaminleri bol olmak üzere A, B1, B2, B3, B6, C ve E vitaminlerini bulunduran erik aynı zamanda potasyum, sodyum, fosfor, demir ve lif gibi kaynaklar da bünyesinde barındırmaktadır. Can eriği, papaz eriği ve mürdüm eriği ülkemizde en sık kullanılan erik çeşitleridir (Çelikkol, 2011: 2). Aynı zamanda mürdüm eriği diğer mor renkli sebze ve meyveler gibi güçlü antioksidan içeren antosiyanin pigmentli bir meyvedir (Arı, 2017: 17).

Pancar

Avrupa ülkelerinde ülkemize göre daha önce üretimi ve tüketimi başlayan pancar doğal bir renklendiricidir. Ülkemizde daha çok turşu olarak tüketimi yaygın olmakla birlikte Avrupa'da yemeklere ve salatalara da katılabilmektedir. Suyu çıkarılıp konsantre hale getirildikten sonra kurutma işlemi uygulanan pancar, toz haline getirildikten sonra doğrudan kullanılabilen doğal bir renklendirici haline gelmektedir (Er, 2011: 1). Örneğin, sosis üretiminde doğal renk maddesi olarak pancar tozu kullanılan bir araştırmada, pancar tozunun sosislerin duyusal özelliklerini geliştirdiği ve bu sosislerin değerlendirme puanlarını yükselttiği saptanmıştır (Turp vd., 2016: 303).

Doğal bir pigment olan, birçok meyve ve sebzeye pembeden mora kadar renkler veren antosiyaninler, bilinmekte olan en iyi natürel gıda boyalarıdır. Antosiyaninler gıda üretimi sektöründe yapay boyalara karşı tercih edilebilecek önemli bir alternatiftir. Gıdalara sadece çekici bir renk kazandırmakla kalmayıp, eklendikleri gıdaların oksidatif dayanıklılıklarını da arttırmaktadır. Ancak uygun olmayan derecelerde saklanması, ısıl işlem gibi etkilerin üzerinde olumsuz tepkimelere neden olması ve kimyasal bakımdan yapılarının kararlı olmaması antosiyaninlerin yaygınlaşması önündeki en büyük engellerden birkaçıdır (Özen ve Akbulut, 2008: 279).

Sankara markası tarafından geliştirilen MorMiks (Görsel 6), içeriğinde mor sebze özlerini barındıran, yapay hiçbir kimyasal içermeyen, glutensiz doğal bir üründür. Güçlü bir antioksidan kaynağı olan antosiyanin bileşenlerden meydana gelen toz halindeki bu ürün; unlu mamullerde, süt ve süt ürünlerinde, reçeller vb. su aktivitesinin yüksek olduğu birçok üründe kullanılabilir (www.sankaragida.com).



Görsel 6. MorMiks Kaynak: (www.sankaragida.com)

Erzurum’da baklava ustası Selami Atış tarafından diyabet hastaları için üretilen mor baklava sadece Erzurum’da değil birçok büyük ilden ilgi görmektedir (Görsel 7). Mor baklavanın hamuru böğürtlen ve ahududu suyuyla özel olarak hazırlandıktan sonra fırında kızartılmaktadır. Pişirildikten sonra böğürtlen ve ahududu karışımından elde edilen şerbetle tatlandırılan mor baklava, diyabet hastaları tarafından beğenilerek tüketilmektedir (www.hurriyet.com).



Görsel 7. Mor Baklava

Kaynak: (www.yeniloji.com)

Beşiktaş Merkez, İstanbul’da yer alan, ye ve kalk konseptli “Purple Pizza & More” mor renk sebze ve meyvelerden elde edilen MorMiks ile yaptığı ürünlere, menülerinde yer vermekte olan bir işletmedir. Orijinal hallerinden farklı olarak mor pizza (Görsel 8), mor krem brüle, mor ekmekli hamburger vb. birçok mor ürünü sunan bu işletme, reklamlarında antosiyaninlerin olumlu etkilerine ve fonksiyonel gıdalara yer vermektedir (www.zomato.com; www.instagram.com).



Görsel 8. Mor Pizza

Kaynak: (www.zomato.com)

Sonuç ve Değerlendirme

Günümüzde insanlar yeme-içme faaliyetlerini sadece zorunlu ihtiyaç olarak görmemekle birlikte, sağlık kavramının da daha fazla ön plana çıkmasıyla insanların yönelmeleri; sağlıklarına iyi gelebileceğini düşündüğü gıdalar üzerine olmaktadır. Ancak insanların gıda tercihlerini sadece sağlık kavramı etkilememektedir. Yapılan birçok çalışma, renklerinde gıda tercihlerinde çok önemli bir faktör olduğu kanıtlamıştır. Bu faktör, gastronomi içerisindeki olgulara etki etmiş ve renkler üzerine gastronomi akımları oluşmasına zemin hazırlamıştır. Araştırma sonucunu olarak, insanların gastronomi ürünlerinde siyah renge yönelmelerinde; siyah renge yükledikleri gizem, prestij ve doğallık gibi kavramların yanı sıra çörek otu, siyah sarımsak vb. insan vücuduna sağladığı faydalarla bilinen siyah ürünlerin büyük etken olduğu düşünülmektedir. Her sene Japonya'ya merak duygusunu giderebilmek için gelen ziyaretçilerinde siyah rengin gizeminden etkilendikleri çıkarımına varılmaktadır. Mor renge yönelmelerinde ise; özellikle mor renkli sebze ve meyvelerin içerisinde bulundurduğu antioksidan ve sağlığa olumlu yönde etki yapan bileşenlerin, insanların tercihlerini değiştiren ana etmen olduğu düşünülmektedir. Bu ana etmen mor renkli gastronomi ürünlerini tüketen tüketicilerin, sağlıklarına olumlu bir şey yediği düşüncesi de beraberinde getirebilmektedir. Mor renk gıdalara çekici bir renk kazandırmanın yanı sıra başka anlamlarda yüklemektedir. Aynı zamanda ileride karşımıza gelebilecek bir gastronomi akımının, siyah ve mor renklerinde içinde bulunduğu sakin renklerden çıkabileceği fikri de düşünülebilmektedir. Çalışmada ulaşılan verilere alan yazın incelemesiyle ulaşılmıştır. Yapılan alan yazın incelemesi neticesinde Siyah Yiyecek ve Mor Yiyecek akımları hakkında literatürde sadece birkaç çalışmaya rastlanmış ve bunlarında son derece yetersiz olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada az sayıda kaynak bulunan literatür boşluğunu doldurmak, siyah ve mor yiyecek sınırlarında gastronomi akımları incelenerek, renklerin ürünlere kattığı ve katabileceği etkileri saptamak ve oluşabilecek yeni akımların hangi renkler üzerinden gidebileceğini hakkında fikir oluşturmak amaçlanmıştır.

Kaynakça

- Akan, S. (2014). Siyah Sarımsak. *Gıda*, 39(6), 363-370.
- Akarca, G., Tomar, O., Başpınar, E. & Yıldırım, G. (2020). Antifungal Effects of Some Raw Purple Vegetables on Foodborne Molds by Ethanol Extracts. *Turkish Journal of Agriculture-Food Science and Technology*, 8(2), 436-441.
- Altınel, H. (2017). *Gastronomik ve Beslenme İlkelerinden Hareketle Menü Planlama ve Yönetimi* (3. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Arı, M. (2017). Kanserin Önlenmesinde Antioksidanların Rolü. *Adnan Menderes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 1(2), 67-74.
- Aslan, R. (2019). Siyah Reçete: Çörek Otu (*Nigella Sativa*). *Ayrıntı Dergisi*, 7(74), 41-47.
- Aygün, A. (2002). Yerli doğal hammaddelerden aktif karbon üretimi ve adsorpsiyon özelliklerinin incelenmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Clydesdale, F. M. (1993). Color as A Factor in Food Choice. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 33(1), 83-101.
- Cömert, M. ve Özkaya, F. D. (2014). Gastronomi Turizminde Türk Mutfağının Önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 62-66.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Sage Publications.
- Çelikkol, B. P. (2011). Önemli erik (*prunus sp.*) gen kaynaklarının SSRs (simple sequence repeats)'a dayalı genetik karakterizasyonu, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Dilsiz, B. (2010). Türkiye'de gastronomi ve turizm (İstanbul örneği), Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Draghici, G.A., Alexandra, L.M., Aurica-Breica, B., Nica, D., Alda, S., Liana, A., Gogoasa, I., Gergen, I. & Despina-Maria, B. (2013) Red Cabbage, Millennium's Functional Food. *Journal of Horticulture Forestry and Biotechnology*, 17(4), 52-55.
- Er, T. (2011). Kırmızı pancarın bazı fiziksel ve fitokimyasal özellikleri üzerine farklı kurutma sıcaklıklarının etkisi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Erden, G. ve Yılmaz, H. (2017). Renklerin Çorbaların Tat Algısı Üzerindeki Etkilerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5, 265-275.
- Francis, F. J. (1995). Quality as Influenced by Color. *Food quality and preference*, 6(3), 149-155.
- Gillespie, C. ve Cousins, J. A. *European Gastronomy into the 21st Century*, Oxford: Butterworth- Heinemann, 2001.
- Göktaş, A. (2011). Ahududu ve Böğürtlen Yetiştiriciliği. *Meyvecilik Araştırma İstasyonu Müdürlüğü Yayınları*, Yayın, No. 38.
- Gu, J., Ahn-Jarvis, J. H., Riedl, K. M., Schwartz, S. J., Clinton, S. K. & Vodovotz, Y. (2014). Characterization of Black Raspberry Functional Food Products for Cancer Prevention Human Clinical Trials. *Journal of Agricultural and Food Chemistry*, 62(18), 3997-4006.
- Gülcü, M., Demirci, A. Ş. ve Güner, K. G. (2008). Siyah Üzüm; Zengin Besin İçeriği ve Sağlık Açısından Önemi. 10. Gıda Kongresi, 21-23 Mayıs, Erzurum, Türkiye.
- Gülçür Kaplan, B. (2019). Patlıcanda (*solanum melongena L.*) aşı kombinasyonlarının bazı biyokimyasal bileşikler üzerine etkisi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

- Kamer, M. S., Şahin, H. E., Sönmez, K., İmal, M. ve Kaya, A. (2016). Kabak ve Patlıcan Dilimlerinin Kuruma Davranışının DeneySEL İncelenmesi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 19(2), 1-8.
- Kostyla, A. S., Clydesdale, F. M., & McDaniel, M. R. (1978). The Psychophysical Relationships Between Color and Flavor. *Critical Reviews in Food Science & Nutrition*, 10(3), 303-321.
- Kurgun, H. (2017). *Gastronomi Trendleri Milenyum ve Ötesi* (1. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Linden, V. D. E., McClements, D. J. ve Ubbink, J. (2008). Molecular Gastronomy: A Food Fad or an Interface for Science-based Cooking?. *Food biophysics*, 3(2), 246-254.
- Madden, T. J., Hewett, K. & Roth, M. S. (2000). Managing Images in Different Cultures: A Cross-National Study of Color Meanings and Preferences. *Journal of International Marketing*, 8(4), 90-107.
- Maga, J. A. (1974). Influence of Color on Taste Thresholds. *Chemical Senses*, 1(1), 115-119.
- Magoulas, C. (2009). How color affects food choices. UNLV Theses, Dissertations, Professional Papers, and Capstones. 552.
- Mazlum, Ö. (2011). Rengin Kültürel Çağrışımları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (31).
- Oruç, F. Ç. S. ve Oruç, S. H. (2013). Düzce’de Yapılan Böğürtlen Çeşit Adaptasyon Çalışmaları. *Tarım Bilimleri Araştırma Dergisi*, 6(1), 88-90.
- Özcan, M. (2018). Renklerin Tüketimde ve Sağlıkta Önemi. *Black Sea Journal of Agriculture*, 1(3), 83-88.
- Özen, G. ve Akbulut, M. (2008). Dut Suyu Antosiyanin İçeriğinin Belirlenmesi. 10. Gıda Kongresi, 21-23 Mayıs, Erzurum, Türkiye.
- Santich, B. (2004). The Study of Gastronomy and Its Relevance to Hospitality Education and Training. *International Journal of Hospitality Management*, 23(1), 15-24.
- Singh, S. (2006). Impact of Color on Marketing. *Management Decision*, 44(6), 783-789.
- Sompong, R., Siebenhandl-Ehn, S., Linsberger-Martin, G. & Berghofer, E. (2011). Physicochemical and Antioxidative Properties of Red and Black Rice Varieties From Thailand, China and Sri Lanka. *Food Chemistry*, 124(1), 132-140.
- Takeoka, G., Dao, L.T., Full, G., Wong, R., Harden, L., Edwards, R.H. & Berrios, J. (1997). Characterization of Black Bean (*Phaseolus Vulgaris* L.) Anthocyanins. *Journal of Agricultural and Food Chemistry*, 45(9), 3395-3400.
- Turp, G., Kazan, H.ve Ünübol, H. (2016). Sosis Üretiminde Doğal Renk Maddesi ve Antioksidan Olarak Kırmızı Pancar Tozu Kullanımı. *Celal Bayar Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 12(2), 303-311.
- Wibisana, M., G. (2018). Fenomena kuro burger bagi kalangan remaja di Jepang, Yayınlanmamış Lisans Tezi, University of Sumatera Utara, Medan.
- Yıldırım, A. (1999). Nitel Araştırma Yöntemlerinin Temel Özellikleri ve Eğitim Araştırmalarındaki Yeri ve Önemi. *Eğitim ve Bilim Dergisi*, 23(112), 7-17.

İnternet Kaynakçası

<https://www.grazia.co.in/lifestyle/food-trends-2020-black-food-5730-4.html> [Erişim Tarihi 17.04.2021].

<https://holycowvegan.net/black-rice-risotto> [Erişim Tarihi 17.04.2021].

<https://www.instagram.com/pizzaapurple/?hl=en> [Erişim Tarihi 17.04.2021].

<https://www.sankaragida.com/urun/mormiks> [Erişim Tarihi 17.04.2021].

<https://www.seriousseats.com/the-lazy-cooks-black-beans-easy-recipe> [Erişim Tarihi 17.04.2021].

<https://www.stuff.co.nz/travel/61411453/burger-king-black-burger-in-japan-what-the-kuro-burger-tastes-like> [Erişim Tarihi 17.04.2021].

<https://thefeedfeed.com/lilsipper/black-garlic-chocolate-ice-cream> [Erişim Tarihi: 17.04.2021].

<https://yeniloji.com/mor-baklava-nasil-yapilir-nerede-satilir> [Erişim Tarihi 17.04.2021].

<https://www.zomato.com/tr/istanbul/purple-pizza-more-be%C5%9Fikta%C5%9F-merkez-istanbul> [Erişim Tarihi 17.04.2021].