

## **Araştırma Makalesi**

### **Televizyon Dizilerinde İzleyicilere Sunulan Gastronomik Öğelerin Belirlenmesi: Gönül Dağı Dizisi Örneği**

*Determination of Gastronomic Items Presented to the Audience in Television Series: The Case of Gönül Dağı Series*

**Hakkı ÇILGINOĞLU**

Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi

[hcilginoglu@kastamonu.edu.tr](mailto:hcilginoglu@kastamonu.edu.tr)

<https://orcid.org/0000-0002-6787-3397>

| Makale Geliş Tarihi | Makale Kabul Tarihi |
|---------------------|---------------------|
| 27.04.2022          | 14.06.2022          |

## **Öz**

Bireyler, izledikleri dizi ya da filmlerdeki sahnelerden etkilenecek hareketlere geçebilmektedir. İzledikleri dizi ya da filmdeki duygunun aynısını, gösterilen destinasyonda deneyimleme isteği, bireylerin seyahat planlarını etkilemektedir. Bu kapsamda bir dizide gösterilen yiyecek-içeceklerin, destinasyon imajı oluşturma/geliştirme etkisi oldukça büyüktür. Çünkü dizi ya da filmlerde gösterilen yiyecek-içecekler, o destinasyonunu kültürünü yansıtmakta ve izleyiciler de bu farklı kültürü benimsemektedir. Zaman içerisinde potansiyel turistler, bu farklı kültürü o destinasyonda deneyimlemek istemekte ve seyahat planlamalarını da buna göre düzenlemektedir. Bu bölgeyi ziyaret eden turistler beraberinde başta ekonomik olmak üzere birçok fayda getirmektedir. Özetle, bir televizyon dizisinde gösterilen gastronomik ürünlerin hem ülke hem de bölge turizmine birçok yönden katkısı bulunmaktadır. Bu doğrultuda hazırlanan bu çalışmada, TRT 1 kanalında yayınlanan ve yayınlandığı günden itibaren yüksek reyting oranlarına sahip Gönül Dağı isimli televizyon dizisinde izleyicilere sunulan gastronomik ürünlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaca yönelik olarak, dizinin bazı bölümleri incelenmiş ve dizideki gastronomik öğelerin, çay, Türk Kahvesi, peynir, zeytin, reçel, pilav gibi temel ürünler olduğu, bu öğelerin genel olarak aynı ürünlerden oluştuğu, çeşitliliğin çok fazla olmadığı, yöresel ürünlere pek yer verilmediği, ürünlerin hazırlanış süreçlerine dair bilgilendirme yapılmadığı gibi sonuçlara ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre ilgili kişilere bazı önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Televizyon Dizisi, Gastronomi, Gastronomik Ürünler, Gönül Dağı, Gastronomi Turizmi.

## **Abstract**

Individuals can take action by being affected by the scenes in the TV series or movies they watch. The desire to experience the same feeling as in the TV series or movie they watch in the destination shown affects the travel plans of individuals. In this context, the food and beverages shown in a series have a great effect on creating/developing a destination image. Because the food and beverages shown in TV series or movies reflect the culture of that destination and the audience adopts this different culture. Over time, potential tourists want to experience this different culture in that destination and organize their travel plans accordingly. Tourists visiting this region bring many benefits, especially economic ones. In summary, gastronomic products shown in a television series contribute to both country and regional tourism in many ways. In this study, which was prepared in this direction, it was aimed to determine the gastronomic products offered to the audience in the television series Gönül Mountain, which was broadcast on TRT 1 and had high ratings since the day it was broadcast. For this purpose, some parts of the series were examined and the gastronomic items in the series are basic products such as tea, Turkish coffee, cheese, olives, jam, rice, these items generally consist of the same products, there is not much variety, and local products are not included, Information on the preparation processes of the products was

## **Önerilen Atıf /Suggested Citation**

Çılginoglu, H., 2022 Televizyon Dizilerinde İzleyicilere Sunulan Gastronomik Öğelerin Belirlenmesi: Gönül Dağı Dizisi Örneği, *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 57(2), 1441-1455.

*not provided and the results were obtained. According to the results obtained, some suggestions were made to the relevant people.*

**Keywords:** *Television Series, Gastronomy, Gastronomic Items, Gonul Dagı, Gastronomy Tourism.*

## 1. Giriş

Teknolojik gelişmelerle birlikte kitle iletişim araçlarının işlevlerinde farklılıklar meydana gelmiştir. Bilgi ve enformasyonun daha fazla insana ulaştırılması amacıyla kullanılmaya başlanan kitle iletişim araçları, insanlara yeni/farklı bir ideolojiyi öğretmek ve insanları yönlendirmek amacıyla kullanılmaya evrilmiştir (MacBride, 2004). Bu kapsamda, dizi ve/veya filmler aracılığıyla izleyicilerin bir destinasyon hakkındaki fikirlerinde değişiklikler meydana gelmekte ve izleyicilerin bu destinasyonu ziyaret etme isteğinde gelişmeler yaşanabilmektedir. İzleyicileri, dizi veya filmlerde gösterilen destinasyonlara ziyaret etmeyi teşvik etmek çoğu yapımcının ana hedefi olmasa da, izleyicinin gösterilen destinasyondaki manzaralar, yaşam tarzları ve kültürel deneyimler gibi durumlar, izleyicileri bu bölgeyi ziyaret etmeye teşvik etmektedir (Wen ve ark., 2018).

Günümüzde de sinema, televizyon ve DVD gibi olanaklara ek olarak bilgisayar ve internet kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte dizi ve filmler daha fazla izleyiciye ulaşmaktadır. Dizi ya da filmlerde kullanılan ürün yerleştirmeler, bu ürünün ait olduğu destinasyondaki markaları desteklemekte ve izleyicileri de bu destinasyona teşvik etmektedir (Aydın ve ark., 2017). Destinasyonların tanıtılması konusunda birçok farklı öğeden yararlanılmaktadır. Bu öğeler arasında, tarihi yerler, yöresel ürünler, festivaller gibi öğeler bulunmaktadır (Koçer ve Güner, 2021). Dizi ve filmlerde kullanılan bir diğerk öğe ise o destinasyona ait gastronomik öğelerdir. Bir destinasyona özgü yöresel yiyecek-içeceklerin film ve dizilerde kullanılması, izleyicilerin bu yiyecek-içecekleri deneyimlemesi için teşvikte bulunmaktadır.

Anlatılanlar ışığında Bu çalışmada, televizyon dizilerinde izleyicilere sunulan gastronomik öğelerin hangileri olduğu, hangi şekilde sunulduğu, hangi amaçla sunulduğu gibi durumların belirlenmesi amaçlanmıştır. Literatür incelendiğinde ilgili konuyla ilgili çalışmanın sınırlı sayıda olmasından dolayı, bu çalışma literatüre katkı sağlaması yönünden önem arz etmektedir. Bu çalışma kapsamında, TRT1 ekranlarında yayınlanan ve yayınlandığı günden itibaren reyting sıralarında üst sıralarda bulunan “Gönül Dağı” dizisi incelenmiştir. Dizideki hikayenin Yozgat ilinde geçmesinden dolayı, belirlenen gastronomik ürünlerin Yozgat ilinin yöresel yiyecek-içecekleri ile olan ilişkisi incelenmiştir.

## 2. Film ve Dizilerin Turizm Sektörüne Etkisi

Film ve dizilerin bir destinasyon hakkında olumlu imaj yaratabilmesinde oldukça önemli bir faktördür. Çünkü dizi ve filmler, potansiyel turistler için bir destinasyonun genel ve çekici özellikleri konusunda bilgi sağlamaktadır. Bir dizi ve/veya filmi izleyen potansiyel turistler, bu dizide gösterilen destinasyonu daha önce deneyimlemediği için, izlemiş olduğu dizi ve filmde bu destinasyona yönelik fikir sahibi olmaktadır (O'Connor ve ark., 2008). Film ve dizilerde anlatılan hikayeye ek olarak izleyicilerin ilgisini çeken diğerk bir unsur da bu hikayenin gerçekleştiği mekanlardır. Bazı dizi ve filmlerin çekildiği mekanlara özel olarak turlar düzenlenmekte ve bu mekanlara ve stüdyolara oldukça fazla sayıda turistler gelmektedir.

Hudson ve Ritchie (2006) tarafından hazırlanan çalışmada dünyanın farklı mekânlarında çekilen dizi ya da filmlerin bu mekanlara turizm açısından olumlu katkıları belirtilmiştir. İlgili çalışmaya göre; İskoçya’da bulunan Wallace Anıtı’nda çekilen Cesur Yürek isimli film gösterime girdikten sonra bu bölgeyi ziyaret edenlerin sayısında %300 oranında artış gerçekleşmiştir. Fransa’nın Normandiya bölgesinde çekilen Er Ryan’ı Kurtarmak isimli film çekildikten sonra bu bölgedeki Amerikalı turistlerin sayısında %40 artış gözlemlenmiştir. Truva Savaşı’nın anlatıldığı Truva filmiyle birlikte Çanakkale’de %73 oranında turizm artışı gerçekleşmiştir.

Bunlara ek olarak, dizi veya filmlerde gösterilen tüm öğeler, izleyiciler tarafından dikkat çekmektedir. Bu öğeler yalnızca turizm sektörünü değil birçok sektörü de etkilemektedir. Örneğin; bu çalışma kapsamında incelenen Gönül Dağı dizisi ile ilgili paylaşılan bir haberde, dizinin 17. Bölümündeki bir sahnede dizi karakterlerinden birinin elinde Cengiz Aytmatov’un yazarı olduğu Elveda Gülsarı isimli kitap görünmektedir. Paylaşılan habere göre, bu sahneden sonra arama motorlarında bu kitap ismiyle yapılan aramalarda %100’lük bir artış gerçekleşmiş ve internet aracılığı ile kitap satışı yapan sitelerde bu kitaba yönelik satışlar da önemli düzeyde artmıştır (TRT Haber, 2021).

Şahin ve ark. (2003) tarafından hazırlanan bir çalışmada ise Nevşehir'in Ürgüp ilçesinde çekilen Asmalı Konak dizisinin yöre turizmine katkısı incelenmiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre, dizinin başlamasıyla birlikte bu bölgeye gelen yerli turistlerin sayısı en az iki kat artmıştır. Buna ek olarak, diziden önce yaz dönemlerinde daha fazla tercih edilen bu bölgenin, diziden sonra kış dönemlerinde de önemli derecede tercih edilmeye başlandığı belirlenmiştir. Bu örneklerden de anlaşılacağı üzere, film ya da dizide gösterilen bir destinasyon, izleyiciler tarafından tercih edilmekte ve bu durum da turizm açısından oldukça önemli gelişmeleri meydana getirmektedir. Bireylerin, izledikleri dizi ve filmde gösterilen bölgeleri ziyaret etmesinin sebepleri arasında izledikleri dizi veya filmde etkilenmesi, ekranda hissettikleri duyguyu tekrar yaşamak istemeleri gibi sebepler bulunmaktadır (Taş ve ark., 2017).

### 3. Gastronomi Turizmi ve Dizi/Filmlerin Gastronomi Turizmine Katkısı

Gastronomi kavramı, yeme-içme kültürlerinin bilim ve sanata dönüştürülmesi olarak nitelendirilmektedir. Sanayi Devrimi'nden sonra bireylerin boş zamana sahip olmasıyla birlikte sosyal yaşamlarda değişiklikler meydana gelmiş ve bireylere yiyecek-içecek konusunda hizmet sunan işletmelerin sayısında artışlar yaşanmıştır. Bu işletmelerin artması, işletmelerin daha fazla gelişmesine olanak sağlamış ve bu gelişmeyle birlikte bireylerin işletmelere olan taleplerinde artışa bağlı olarak, hem ülke ekonomisine hem de hizmet sektörünün gelişmesine katkı sağlamıştır. Bu durumun farkında olan ve turizm sektörünün getirisinden daha fazla faydalanmak isteyen ülkeler, mevcut durumdaki turistik çekiciliklerinin yanına gastronomi başta olmak üzere kültürel öğeleri de ekleyerek ön plana çıkmak istemektedir. Bu doğrultuda, gastronomi kavramı ve turizm sektörü birbiriyle etkileşim içerisine girerek turistlerin destinasyon seçiminde etkili olmaktadır (Bucak ve Aracı, 2013).

Gastronomi turizmine yönelik seyahat eden turistler iki grup altında incelenmektedir. Birinci grupta; belirli bir tur kapsamında ziyaret edilen destinasyondaki yiyecek-içecek tüketimi ve/veya gastronomi kapsamındaki ürünleri satın alan turistler bulunurken, ikinci grupta ise; gastronomi turizmi bilincine sahip ve profesyonel olarak ziyarette bulunan turistler yer almaktadır (Bekar ve Belpınar, 2015). Buna karşılık, Birdir ve Akgöl (2015) tarafından hazırlanan çalışmada, bir restorana yönelik yapılan sıradan bir ziyaretin gastronomi turizmi kapsamında olmadığı belirtilmektedir. Yöreyle özgü bir yemeğin hazırlanış sürecini görmek, tadına bakmak ya da ünlü bir şef tarafından hazırlanan yemeği yemek gastronomi turizmi kapsamına dahil edilmektedir.

Yöresel ürünler, uygun şekilde kullanıldığında bir destinasyonun gelişimi için birçok fayda sağlamaktadır. Bu faydalar arasında, kırsal kalkınma, kentsel kalkınma, istihdam sağlama ve sektörün ayakta kalmasına yardımcı olma gibi durumlar bulunmaktadır (Boyne ve ark., 2003). Gastronomi turizmi, yiyecek ve içeceklerle yönelik hareketlere ek olarak, etkinlikler ve festivaller gibi gastronomi/mutfak faaliyetlerini de kapsamaktadır (Sukenti, 2014). Yöresel ürünler, turistlerin yerel kültürü tanımaları, ürünlerin geçmişlerini anlamaları gibi olanaklar sağlamaktadır (Richards, 2015). Ayrıca gastronomi amacıyla seyahat eden turistler, bir destinasyon için ciddi miktarda kazançlar sağlamaktadır (Hall, 2012).

Konuya dizi ve/veya filmlerin gastronomi turizmine etkisi açısından bakıldığında ise; dizi ya da filmlerde izleyiciler üzerinde destinasyona yönelik olumlu etki oluşturulması kapsamında gıda tüketimi oldukça önemli bir konudur (Aydın ve ark., 2017). Çünkü izleyiciler üzerinde birçok konuda önemli derecede etkiye sahip olan başta televizyon olmak üzere kitle iletişim araçları, toplumsal ve kültürel değerlere yer vermesi açısından önem taşımaktadır. Kültürel değerler açısından oluşan etkiler, olumlu ya da olumsuz olarak neticelendirilebilmektedir. Olumlu yönü açısından tarihi, kültürel, eğlenceli bilgiler veriyor olması, olumsuz olarak ise kültürel yozlaşmaya sebep olması gibi örnekler içermektedir (Arslan, 2004).

Mutfak kültürü ve yemek pişirme gibi gastronomik kavramların televizyonla birleşmesi, son dönemlerde ciddi bir konuma gelmiştir. Yapılan bazı araştırmalara göre, televizyonlarda yayınlanan yemek programlarının ulusal ve/veya uluslararası anlamda gastronomiye katkılar sağladığı belirtilmektedir. Bu programların, gastronomik değerlerin korunmasının ve bu değerlerin ne kadar önemli olduğunun topluma aktarılabilmesi için geleneksel gastronomiden modern gastronomiye yönelik olarak bir gastronomik kimlik ve aşama oluşturduğu düşünülmektedir. Buna ek olarak; hem destinasyon yöneticileri hem de işletme sahipleri/yöneticileri, gastronomik ürünleri televizyonda pazarlama şansına sahip olmaktadır (Taşpınar ve Temeloğlu, 2018).

Gastronomik ürünlerin turizm açısından ne derecede önemli olduğunun belirlendiği ulusal/uluslararası birçok çalışma bulunmaktadır. Örneğin; Birdir ve Akgöl (2015) tarafından hazırlanan ve Türkiye’yi ziyaret etmiş yabancı turistlerin Türkiye’yi ziyaret etme nedenlerinin ve gastronomi deneyimlerini belirlemek amacıyla yapılan bir çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmada, yabancı turistlerin Türkiye’yi ziyaret etme isteğinin üç temel nedeni bulunmakta ve bu üç temel neden arasında Türk mutfağına özgü yemeklerin deneyimlenmesi yer almaktadır. Yöresel kıyafetler, yöresel yiyecek-içecekler gibi yerel ürünlerin kullanıldığı dizi ya da filmler, daha önce ilgili destinasyonu ziyaret etmemiş turistler açısından bir gerçeklik algısı yarattığından kültür turizmi kapsamında bulunan gastronomi turizmi için bir fırsat yaratmaktadır. Bu fırsattan yararlanmak, turizmin faydalarını en üst düzeye çıkarabilmek için dizi/filmlerin bu özelliği, tüm destinasyonlar için önemli bir durumdur.

#### 4. Yöntem

Destinasyonların turistik çekiciliklerinin tanıtılması konusunda filmlerin ve dizilerin önemli derece payı bulunmaktadır. Bu turistik çekiciliklerin arasına gastronomik öğelerin eklenmesi de bu payı arttırmaktadır. Bu kapsamda hazırlanan bu çalışmada, TRT 1 isimli televizyon kanalında yayınlanan Gönül Dağı dizisinde izleyicilere sunulan gastronomik öğelerin belirlenmesi ve bu öğelerin hangi şekilde kullanıldıklarını tespit etmek amaçlanmaktadır. Araştırmanın evrenini televizyonda yayınlanan Türk dizileri oluştururken, örneklem olarak 17 Eylül 2020 tarihinde TRT 1 ekranlarında yayınlanmaya başlayan Gönül Dağı dizisi seçilmiştir. Bu dizinin örneklem olarak seçilmesindeki temel sebep, yayınlandığı günden beri dizinin reyting sıralamalarında üst sıralarda bulunmasıdır. Bu çalışmanın yapıldığı tarih itibarıyla Gönül Dağı dizisi, 29 Mayıs 2021 tarihinde ilk sezonu tamamlanmış ve 30 bölüm yayınlanmış, 11 Eylül 2022 tarihi itibarıyla ikinci sezonu halen devam etmekte ve 31 bölüm yayınlanmıştır. Bölümlerin süreleri ortalama 2 saat 30 dakika olduğundan dolayı tüm bölümleri izlemek zaman açısından mümkün olmadığı için rastgele olarak 1., 12., 23., 34., 45. ve 56. bölüm olmak üzere toplam 6 bölüm izlenerek analiz edilmiştir. Analizi yapılan bölümlerde, bu dizide izleyiciye sunulan gastronomik öğelerin neler olduğu sorusuna yanıtlar aranmaktadır.

Anlatılanlar ışığında hazırlanan bu çalışma nitel bir çalışmadır. İzlenen dizi bölümlerinin analizinde göstergebilim analiz tekniği uygulanmıştır. Göstergebilim, sözlü, yazılı ve görsel gibi iletişim biçimlerinde aktarılmak istenen anlamların çözümlenmesi ve bu anlamların altında yatan kültürel unsurların açığa çıkarılmasının sağlanmasını amaçlayan bir modeldir (Abdalla Mikhaeil ve Baskerville, 2019). Bu doğrultuda izlenen bölümlerdeki tespit edilen gastronomik öğelere, kullanıldıkları sahnelerin görselleriyle birlikte çalışmada yer verilmiştir.

#### 5. Bulgular

Gönül Dağı dizisi, TRT 1 ekranlarında 2020 yılı içerisinde yayınlanan ilk bölümüyle ekrana gelmeye başlamış ve her Cumartesi ekranlarda izleyiciyle buluşmaktadır. Dizinin yayınlandığı televizyon kanalının internet sitesinde bulunan dizi künyesinde Gönül Dağı dizisiyle ilgili olarak, bozkırda yaşayan ve imkânsızlıklarına rağmen imkânsızı başarmaya çalışan üç kuzenin, amcaoğlunun hikâyesini içerdiği belirtilmektedir. “Bozkırda bir Anadolu masalı” ve “İzleyenlerin memleket özlemini giderecek görsel bir şölen” gibi sloganlarıyla ön plana çıkan dizinin başrollerini Taner rolüyle Berk Atan ve Dilek rolüyle Gülsüm Ali İlhan paylaşmaktadır. Bozkırın ortasında bulunan küçük bir kasabada yaşamakta olan sıcakkanlı Anadolu insanının hikâyesini içeren dizide, efsaneler ve gelenekler gibi özellikler ön planda tutulmaktadır. Dizide, diziye ismini de veren Gönül Dağı bulunmakta ve dizide anlatılan efsaneye göre, nerede bir aşığın ya da yetimin kalbi kırılırsa bu dağdan küçük ya da büyük bir taş düşmektedir. Dizi, çocukluk aşkıyla bir gün tekrar buluşma hayali kuran Taner’in amcasının oğulları olan Veysel ve Ramazan ile birlikte başından geçen hikâyeleri konu edinmektedir (TRT 1, 2022).

Gönül Dağı dizisi, “bozkırın kalemi” olarak bilinen Mustafa Çiftçi’nin gün yüzüne çıkmamış öykülerinden esinlenerek senaryolaştırılmıştır. Yahya Samancı tarafından yönetilen ve senaristliğini Ali Asaf Elmas ve Mustafa Becit’in yaptığı Gönül Dağı dizisi, bu çalışmanın yapıldığı tarih itibarıyla ilk sezonunu (30 bölüm) tamamlamış, ikinci sezonu (31 bölüm) halen devam etmektedir. Çalışmanın örneklemine oluşturan bölümler incelenmiş ve analizleri yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda incelenen bölümlerde kullanılan gastronomik öğeler aşağıda belirtilmiştir.

Dizinin ilk bölümünün ilk sahnelerinde, başrol oyuncusunun çocukluğuna yönelik sahneler bulunmaktadır. Bu sahnelerde, çocuğun amcasının oğullarıyla bir traktör arkasında kavun yedikleri,

sonrasında bir elma ağacından elma kopardıkları görülmektedir. Kavun ve elma, çocukların eğlenerek tükettiği yiyecekler olarak göze çarpmaktadır. Sonrasında, bir ev hanımının evde otururken elindeki tepside kırmızı mercimek görülmekte ve bu ev hanımı kırmızı mercimeklerin içindeki yenilmeyecek nesneleri ayıklamaktadır.

Başka bir sahnede, kasabanın çarşısında yaşlı bir adamın tezgâhı görülmekte ve bu tezgâh üzerinde domates, patates, bal kabağı, patlıcan, kavun ve dolmalık biber gibi sebzeler görülmektedir. Bu tezgâhta izleyiciye sunulan ürünler, dizinin hikâyesinin Yozgat'ta geçtiği göz önüne alındığında, bölge şartlarına uygun ürünlerdir.

**Şekil 1: Dizinin Birinci Bölümünde Gösterilen Tezgâh**



Bunlara ek olarak, dizinin ilk bölümünde içecek olarak çay öne çıkmaktadır. Bir sahnede, kasabadaki kahvehanenin sahibi elinde çay tepsisi ve tepsi içerisinde çayların olduğu gösterilmekte, başka bir sahnede ise sohbet eden kadınların ellerinde ve önlerindeki masada çay olduğu gösterilmektedir. Dizin ilk bölümünde gösterilen bir diğer içecek ise Türk Kahvesi'dir. Geç saatlerde çalışan üç amcaoğluna, amcaoğullarından birisinin eşi Türk Kahvesi hazırlamaktadır. Burada Türk Kahvesi'nin hem yorgunluğu alması hem de saat geç olduğu için uyku açması amacıyla kullanıldığı görülmektedir.

**Şekil 2: Dizinin İlk Bölümünde Gösterilen Türk Kahvesi Hazırlanışı**



İlk bölümde kullanılan Türk lokumunun kullanıldığı sahnede, kasaba meydanında elinde lokum kutusuyla sokaktan geçen insanlara lokum ikram eden karakter, lokumu ne için dağıttığının sorulması üzerine, “Büyük bir badire atlattım.” diyerek cevap verir. Bu sahneden de anlaşılabacağı üzere, bir sorundan kurtulduktan sonra lokum dağıtma geleneğinin anlatıldığı görülmektedir.

Dizinin diğer bölümlerinden olan 12. bölümünde alışverişten dönen bir karakterin elindeki poşetler içerisinde kuru fasulye ve domates olduğu görülmektedir. Bir başka sahnede ise, evde oturan iki kadının oklava ve hamurla hazırlık yaptığı görülmekte, sonrasındaki sahnede de bu iki kadından birinin arkadaşını ziyarete giderken elinde götürdüğü baklavadan, bu malzemelerle baklava yapıldığı anlaşılmaktadır.

**Şekil 3: Dizinin 12. Bölümünde Gösterilen Hamur ve Oklava Sahnesi**



Bir başka sahnede, kahvaltı masası gösterilmekte ve bu kahvaltı masasında yumurta, ekmek, bazlama, zeytin, peynir ve çay bulunmaktadır. Bu bölümde de birden fazla sahnede çay gösterilmektedir. İki

karakterin konuşmak için oturdukları yerde çay içtikleri, evde temizlik yapan kadınların mola vermek için çay içtikleri gibi sahneler kullanılmıştır.

Bir başka sahnede cenaze evine gelen misafirlerin helva yedikleri görülürken, diğer bir sahne olan kız isteme sahnesinde Türk Kahvesi kullanılmış ve damat adayına tuzlu kahve verilmiştir.

**Şekil 4: Dizinin 12. Bölümünde Gösterilen Cenaze Evi ve Helva Sahnesi**



Dizinin 23. bölümünde gösterilen bir kahvaltı sahnesinde, yumurta, zeytin, salatalık, domates, peynir, bal, reçel, salam, simit ve çay bulunmaktadır. Akşam yemeği sahnesinde ise bulgur pilavı, yaprak sarma, tavuk kızartması, salata ve ayran gibi ürünler gösterilirken, bir başka sahnede misafir ağırlanan bir evde çiğ köfte hazırlanmakta ve “Camız yoğurdundan yaptım.” denilerek misafire sunulan ayran gösterilmektedir.

**Şekil 5: 23.Bölümde Gösterilen Kahvaltı Masası**



23. bölümün bir başka sahnesinde, ev yapımı olduğu anlaşılan plastik bir bidon içerisindeki turşu, menemen ve/veya salça olduğu düşünülen konserve yiyecekler, duvarda asılı duran sarımsak ve



Çalışma kapsamında incelenen dizi bölümleri arasında en az gastronomik öğeye rastlanılan bölüm 45. bölümdür. Bu bölümde yine kasaba kahvehanesinde çay, akşam yemeği masasında ekmek, köfte, pilav ve salata gibi ürünler kullanılmıştır. Bu bölümde belirtilen ürünler dışında herhangi bir gastronomik öğeye rastlanmamıştır.

Son olarak incelenen 56. bölümde yine birçok gastronomik öğeye yer verildiği görülmektedir. Bu bölümdeki kahvaltı sahnesinde, ekmek, domates, zeytin, peynir, bal ve çay gibi kahvaltılık ürünler bulunmakta ve özellikle peynirin el yapımı olduğu vurgulanmaktadır. Aynı bölümde gösterilen diğer bir kahvaltı sahnesinde yine, ekmek, peynir, salatalık, domates ve çay ürünlerine rastlanmıştır. Her iki kahvaltı sahnesinde gösterilen çayın, bir başka sahnede bu kez semaverde kullanıldığı görülmektedir. Bu bölümde bunlara ek olarak, közlenmiş patates, pilav, köfte ve salata gibi ürünler de kullanıldığı görülmektedir.

#### Şekil 8: 56. Bölümde Gösterilen Semaver Sahnesi



Yukarıda belirtilenler ışığında, Gönül Dağı dizisinde izleyicilere sunulan gastronomik öğelerin genel olarak belirli ürünler olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda dizide kullanılan ürünlere yönelik aşağıdaki tablo oluşturulmuştur.

**Tablo 1: Gönül Dağı Dizisinde Kullanılan Gastronomik Ürünler**

| 1.Bölüm          | 12.Bölüm     | 23.Bölüm  | 34.Bölüm        | 45.Bölüm | 56.Bölüm  |
|------------------|--------------|-----------|-----------------|----------|-----------|
| Kavun            | Kuru fasulye | Zeytin    | Zeytin          | Ekmek    | Ekmek     |
| Elma             | Domates      | Salatalık | Ekmek           | Köfte    | Domates   |
| Kırmızı Mercimek | Hamur        | Domates   | Yeşilbiber      | Pilav    | Zeytin    |
| Domates          | Baklava      | Peynir    | Peynir          | Salata   | Peynir    |
| Patates          | Patates      | Bal       | Salatalık       | Çay      | Bal       |
| Bal kabağı       | Helva        | Çikolata  | Domates         |          | Patates   |
| Patlıcan         | Ekmek        | Reçel     | Salam           |          | Pilav     |
| Dolmalık biber   | Bazlama      | Simit     | Sucuklu yumurta |          | Köfte     |
| Lokum            | Zeytin       | Salam     | Menemen         |          | Salata    |
| Çay              | Peynir       | Turşu     | Bal             |          | Salatalık |

| Türk Kahvesi | Çay          | Kışlık konserve     | Kaymak             |  | Domates |
|--------------|--------------|---------------------|--------------------|--|---------|
|              | Türk Kahvesi | Kurutulmuş sebzeler | Haşhaşlı çörek     |  | Çay     |
|              |              | Sarımsak            | Kelle paça çorbası |  |         |
|              |              | Yaprak sarma        | Simit              |  |         |
|              |              | Kurabiye            | Patates            |  |         |
|              |              | Kek                 | Çay                |  |         |
|              |              | Bulgur pilavı       |                    |  |         |
|              |              | Tavuk kızartma      |                    |  |         |
|              |              | Çiğ köfte           |                    |  |         |
|              |              | Ayran               |                    |  |         |
|              |              | Çay                 |                    |  |         |

## 6.Sonuç ve Öneriler

Özellikle son dönemlerde öne çıkan turizm çeşitlerinden olan gastronomi turizmi ve film/dizi turizminin, destinasyonlar için önemi oldukça büyüktür. Gastronomi turizminde farklı tatlar ve farklı kültürler deneyimlemek amacıyla yapılan seyahatler bölge ekonomisi için önem arz etmektedir. Bir destinasyon hakkında bireylerin fikir sahibi olmasına yardımcı olan dizi ya da filmler de potansiyel turistlerin kararlarında etken olabilmektedir. Bu doğrultuda, bir izleyicinin izlediği dizi ya da filminden etkilenip, bu dizi ya da filmdeki duyguyu yaşamak istemesi, dizide gördüğü kültürü deneyimlemek istemesi son dönemlerde oldukça popüler hale gelmiştir.

Bu çalışma kapsamında yayınlandığı günden itibaren izleyicilerin ilgisini çeken ve reytinglerde üst seviyelerde bulunan Gönül Dağı dizisinde izleyicilere sunulan gastronomik ürünlerin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Dizide geçen hikayenin, “Bozkır” olarak nitelendirilen ve araba plakalarında 66 kodu bulunması sebebiyle Yozgat ilinde geçtiği bilinmektedir. Gönül Dağı isimli televizyon dizisinde kullanılan gastronomik öğelerin genel olarak Yozgat ilinin iklimine uyduğu görülmektedir.

Dizide kahvaltı sahnelerinde kullanılan ürünlerin sade, şık ve kolay ulaşılabilir ürünler olduğu, akşam yemeklerinde kullanılan ürünlerin de yine hikayenin geçtiği yöreye göre kolay ulaşılabilir olan ürünler olduğu görülmektedir. Ancak kullanılan ürünlerin sürekli aynı ürünler olması ve yöreselliğe sahip ürünlere pek yer verilmemesi dizinin olumsuz taraflarındadır. Özellikle kahvaltı sahnelerindeki ürünlerin temel kahvaltılık ürünleri olan peynir, zeytin, bal gibi ürünlere ek olarak çeşitliliği bulunmadığı gözlemlenmiştir. Buna ek olarak bazı bölümlerde kullanılan çiğ köfte gibi ürünlerin dizinin geçtiği yöreye ait olmaması, yani yöresel olmayan bir ürünün kullanılmış olması da bir olumsuzluk olarak ifade edilebilir. Çünkü çiğ köfte, aslen Türkiye’nin doğu bölgelerine özgü bir üründür (Gezgin, 2005). Yine bazı bölümlerdeki kahvaltı sahnelerinde salam gibi işlenmiş et ürünleri olduğu da belirlenmiştir. Salam, sosis ve jambon gibi işlenmiş et ürünlerinde koruyucu katkı maddesi olarak nitrit kullanılmakta ve nitrin maddesinin de akciğer kanserine sebep olduğu Dünya Sağlık Örgütü tarafından kabul edilmektedir (Şeker ve Keleş, 2019). Bazı bölümlerde patates kızartması ürünü de dikkat çekmektedir. Patates kızartmalarında “akrilamid” denilen zehirli bir bileşen bulunmakta ve kızartma yağlarında oluşan trans yağ asitlerinin tehlikelerine maruz kalınmaktadır (Şeker ve Keleş, 2019). Bu durum ise izleyicileri sağlıksız besinlere yönlendirmektedir. Bu kapsamda dizi prodüktörlerine ve/veya ilgili yöneticilere daha fazla dikkat çekebilmesi açısından yöresel ürünlere yer vermesi ve izleyicileri sağlıklı besinlere yönlendirirken, sağlıksız besinlerden de uzak tutmalarına yönelik önlemler almaları gerektiği önerilmektedir.

Dizide öne çıkarılan üç çeşit içecek bulunmaktadır. Bu ürünler arasında dizide en fazla kullanılan içecek çay olurken, daha özel günlerde kullanılan Türk Kahvesi ve daha az yer verilen ayran bulunmaktadır.

Dizideki karakterlerin sohbet ederken, misafirlikteyken ya da kahvehanedeyken çoğunlukla çay tükettiği görülmektedir. Türk Kahvesi'nin genel olarak kız isteme sahnelerinde kullanıldığı görülmektedir.

Dizide dikkat çeken ve olumsuz olarak nitelendirilebilecek diğer bir unsur ise kullanılan gastronomik ürünlerin hazırlanış süreçlerine dair herhangi bir sahne bulunmamasıdır. Bazı sahnelerde el yapımı olduğu belirtilen ürünlerin hazırlanış süreçleriyle ilgili bilgiler verilmesi izleyiciler açısından daha fazla dikkat çekecek ve daha fazla merak konusu olabilecektir. Bu durum da potansiyel turistlerin seyahat etme niyetlerinde etkin bir husus olacaktır.

Bunlar dışında araştırmacılara, kamu ve özel sektör paydaşlarına yönelik bazı öneriler belirlenmiştir. Bu öneriler şu şekildedir;

- Gönül Dağı dizisinde sunulan gastronomik ürünlerin izleyiciler tarafından hatırlanıp hatırlanmadığına yönelik araştırmalar yapılabilir.
- Gönül Dağı dizisinde sunulan gastronomik öğelerin izleyicilerdeki/turistlerdeki oluşturduğu duygu ve düşüncelerin belirlenmesine yönelik çalışmalar yapılabilir.
- Gönül Dağı dizisinde sunulan gastronomik ürünlerin hangi amaçla kullanıldığının belirlenmesi için anlam çalışmaları yapılabilir.
- Gönül Dağı dizisi izleyicilerinin, dizide sunulan gastronomik ürünleri deneyimlemek amacıyla seyahat etmek isteyip istemedikleri, istiyorlarsa hangi ürünleri daha çok denemek istediklerine yönelik çalışmalar yapılabilir.
- Dizinin Yozgat yöresinde geçtiği bilindiğinden, ilgili paydaşların da işbirliği içerisine dahil edilerek yöresel ürünlerin kullanılması konusunda çalışmalar yapılabilir.

## Kaynakça

- Abdalla Mikhaeil, C. & Baskerville, R. L. (2019). Using Semiotics to Analyze Representational Complexity in Social Media. *Information and Organization*, 29(4): 1-19.
- Arslan, A. (2004). Bir Sosyolojik Olgu Olarak Televizyon. *Journal of Human Sciences*, 1(1), 1–17.
- Aydın, B. O., Duğan, Ö., & Gürbüz, S. (2017). Gastronomi TV Programı Kaynaklı Turizm: Gaziantep Örneği. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(5), 33-48.
- Bekar, A. & Belpınar, A. (2015). Turistlerin Gastronomi Turizmine İlişkin Görüşlerinin Milliyetlerine Göre Değerlendirilmesi. *Journal Of Yasar University*, 10(38), 6519–6530.
- Birdir, K., & Akgöl, Y. (2015). Gastronomi Turizmi Ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 57-68.
- Boyne, S., Hall, D., & Williams, F. (2003). Policy, Support And Promotion For Food Related Tourism Initiatives: A Marketing Approach to Regional Development. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 14, 131-154
- Bucak, T., & Aracı, Ü. E. (2013). Türkiye'de Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(30), 203-216.
- Gezgin Z. (2005). *Gama Işınlarnın Çiğ Köftenin Mikrobiyal Güvenliği ve Kalitesine Etkileri*, (Yüksek Lisans Tezi) İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Hall CM (2012) *Boosting Food and Tourism-Related Regional Economic Development*. in: *OECD, Food and The Tourism Experience: The OECD-Korea Workshop, OECD Studies on Tourism*. Paris: OECD Publishing,
- Hudson, S. & Ritchie, J.R.B. (2006). "Film Tourism and Destination Marketing: The Case of Captain Corelli's Mandolin", *Journal of Vacation Marketing*, 12 (3): 256–268.

- Koçer, S., & Gürer, M. (2021). Film Etkili Turizm Kapsamında Tv Dizilerinde Destinasyon Tanıtımı Üzerine Örnek Olay İncelemesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(40), 121-137.
- Macbride, S. (2004). *Many Voices, One World: Towards A New, More Just, and More Efficient World Information and Communication Order*. Oxford: Rowman & Littlefield.
- O'Connor, N., Flanagan, S. & Gilbert, D., (2008), "The Integration Of Filminduced Tourism Destination And Branding in Yorkshire, UK" *International Journal of Tourism Research*, 10(5): 423-437.
- Richards G (2015 Nisan) *Food experience as integrated destination marketing strategy*. The World Food Tourism Summit. Estoril.
- Sukenti, K. (2014). Gastronomy Tourism in Several Neighbor Countries of Indonesia: A Brief Review. *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*, 2(2), 55-63.
- Şahin, B., Poyraz, T., Öktem, P., & Şimşek, A. (2003). Bir Popüler Kültür Ürünü Olarak Asmalı Konak Dizisinin Yöre Turizmine Etkisi. *Hacettepe Üniversitesi Sosyoloji Bölümü E-Dergisi*, 13.
- Şeker, T. Ç., & Keleş, D. (2019). Konaklama İşletmelerinde Çocuklara Sunulan Menü ve Yiyeceklerin Besin Öğeleri ve Sağlık Açısından İncelenmesi. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, (3), 77-86.
- Taş, S., Başkan, K., & Kamber Taş, S. S. (2017). Turistik Destinasyon Tercihlerinde Filmlerin ve Tv Dizilerinin Etkisi: Doğu Karadeniz Bölgesi Örneği. *Journal of International Social Research*, 10(54).
- Taşpınar, O., & Temeloğlu, E. (2018). Influence of Tv cooking shows on the behavioral intention of participating in gastronomic tourism. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 24-40.
- TRT 1 (2022 Nisan 25). Gönül Dağı. <https://www.trt1.com.tr/diziler/gonul-dagi> adresinden alınmıştır.
- TRT Haber. (2021, 23 Şubat). Gönül Dağı'ndan Gülsarı'ya. *TRT Haber* <https://www.trthaber.com/haber/kultur-sanat/gonul-dagindangulsariya-558567.html>
- Wen, H., Josiam, B. M., Spears, D. L. & Yang, Y. (2018). Influence of Movies and Television on Chinese Tourists Perception Toward International Tourism Destinations. *Tourism Management Perspectives*, 28: 211-219

## **Research Article**

### **Televizyon Dizilerinde İzleyicilere Sunulan Gastronomik Öğelerin Belirlenmesi: Gönül Dağı Dizisi Örneği**

*Determination of Gastronomic Items Presented to the Audience in Television Series: The Case of Gönül Dağı Series*

**Hakkı ÇILGINOĞLU**

Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi

[hcilginoglu@kastamonu.edu.tr](mailto:hcilginoglu@kastamonu.edu.tr)

<https://orcid.org/0000-0002-6787-3397>

#### **Extensive Summary**

With the technological developments, there have been differences in the functions of mass media. The mass media, which started to be used to convey information and information to more people, has evolved to be used to teach people a new/different ideology and to guide people. In this context, changes occur in viewers' ideas about a destination through serials and/or movies, and developments can occur in the audience's desire to visit this destination. While encouraging viewers to visit destinations featured in TV shows or movies is not the main goal of most filmmakers, the viewer's views, lifestyles, and cultural experiences at the screened destination encourage viewers to visit this region. Today, with the widespread use of computers and the internet, in addition to facilities such as cinema, television and DVD, TV series and movies reach more viewers. Product placements used in TV series or movies support the brands in the destination to which this product belongs and encourage the audience to this destination. Many different elements are used to introduce destinations. Among these items, there are items such as historical places, local products and festivals. Another item used in TV series and movies is the gastronomic items of that destination. The use of local foods and beverages specific to a destination in movies and TV series encourages the audience to experience these foods and beverages. It is a very important factor for movies and TV series to create a positive image about a destination. Because TV series and movies provide information about the general and attractive features of a destination for potential tourists. Since potential tourists who watch a TV series and/or movie have not experienced the destination shown in this TV series before, they have an idea about this destination from the TV series and movies they have watched. In addition to the story told in movies and TV series, another element that attracts the attention of the audience is the places where this story takes place. Special tours are organized to the places where some TV series and movies are shot, and a large number of tourists come to these places and studios.

In the study prepared by Hudson and Ritchie (2006), it has been stated that the series or movies shot in different places of the world have positive contributions to these places in terms of tourism. According to the related study; After the movie Braveheart, shot at the Wallace Monument in Scotland, was screened, the number of visitors to this region increased by 300%. After the film Saving Private Ryan, shot in Normandy, France, the number of American tourists in this region increased by 40%. With the movie Troy, which tells about the Trojan War, there was a 73% increase in tourism in Çanakkale. Şahin et al. (2003), the contribution of the TV series Asmalı Konak, shot in Ürgüp, Nevşehir, to local tourism was examined. According to the results of the study, with the start of the series, the number of domestic tourists visiting this region has increased at least twice. In addition, it has been determined that this region, which was preferred more in the summer periods before the TV series, started to be preferred significantly in the winter periods after the TV series. As it can be understood from these examples, a destination shown in a movie or TV series is preferred by the audience and this situation creates very important developments in terms of tourism. Among the reasons why individuals visit the regions shown in the TV series and movies they watch, there are reasons such as being affected by the TV series or

movie they watch, and wanting to experience the emotion they feel on the screen again. The concept of gastronomy is described as the transformation of eating and drinking cultures into science and art. After the Industrial Revolution, with individuals having free time, changes have occurred in social lives and there has been an increase in the number of businesses providing services to individuals in food and beverage. The increase in these enterprises has allowed the enterprises to develop further, and with this development, depending on the increase in the demands of the individuals for the enterprises, it has contributed to the development of both the country's economy and the service sector. Countries that are aware of this situation and want to benefit more from the return of the tourism sector want to come to the fore by adding cultural elements, especially gastronomy, to their current tourist attractions. In this direction, the concept of gastronomy and the tourism sector interact with each other and affect the destination selection of tourists.

Tourists traveling for gastronomic tourism are examined under two groups. In the first group; While there are tourists who buy products within the scope of food and beverage consumption and/or gastronomy in the destination visited within the scope of a certain tour, in the second group; There are tourists who are conscious of gastronomy tourism and visit professionally (Bekar and Belpınar, 2015). On the other hand, in the study prepared by Birdir and Akgöl (2015), it is stated that an ordinary visit to a restaurant is not within the scope of gastronomic tourism. Seeing and tasting the preparation process of a local dish or eating a meal prepared by a famous chef are included in the scope of gastronomic tourism. In the first scenes of the first episode of the series, there are scenes related to the childhood of the leading actor. In these scenes, the boy's uncle and his sons are seen eating melons behind a tractor and then plucking an apple from an apple tree. Melons and apples stand out as foods that children consume while having fun. Later, while sitting at home, red lentils are seen on the tray in her hand, and this housewife is sorting out the inedible objects from the red lentils. In another scene, an old man's counter is seen in the town's bazaar, on which vegetables such as tomatoes, potatoes, pumpkins, eggplant, melons and bell peppers are seen. The products presented to the audience on this counter are products suitable for the conditions of the region, considering that the story of the series takes place in Yozgat.

In addition, tea stands out as a drink in the first episode of the series. In one scene, the owner of the coffee shop in town is shown holding a tea tray and tea in a tray, while another shows the women chatting with tea in their hands and on the table in front of them. Another drink shown in the first episode of the series is Turkish Coffee. The wife of one of the uncles prepares Turkish Coffee for the three uncles who work late. It is seen that Turkish Coffee is used both to relieve fatigue and to make sleep because it is late.

In the scene where the Turkish marshmallow used in the first episode is used, the character, who offers marshmallows to people walking down the street with a marshmallow box in the town square, responds, "I've been through a lot," when asked what he was handing out the marshmallows for. As this scene shows, it is seen that the tradition of distributing marshmallows is explained after getting rid of a problem.

In episode 12, which is from other episodes of the series, a character returning from shopping is seen with beans and tomatoes in bags in his hand. In another scene, two women sitting in the house are seen preparing with rolling pins and dough, and in the next scene it is understood that one of these two women took baklava from the baklava she took in her hand while visiting her friend.

In episode 34 of the series, tea was used as in other episodes, and the scene in this episode showed women sitting on the doorstep of their houses with teapots and tea cups. Another scene from the same section shows a breakfast table. This breakfast table includes items such as olives, bread, cheese, cucumbers, tomatoes, sausage eggs, salami, menemen, honey, cream, poppy buns and tea.

Also in episode 34, head trotter soup, which was not encountered in other episodes, was presented to the viewers. Ingredients such as vinegar, garlic and peppers, which are consumed along with head trotter soup, are also shown. In addition, other scenes include items such as bagels selling bagels, sacks of potatoes and french fries.

Among the series sections examined within the scope of the study, the section 45 in which the least gastronomic elements were found. In this section, products such as tea, bread, meatballs, rice and salad

were used at the town coffee shop. No gastronomic items have been found except for the products mentioned in this section.

Finally, in chapter 56, it is seen that many gastronomic elements are included. In the breakfast scene in this section, breakfast products such as bread, tomatoes, olives, cheese, honey and tea are present and it is emphasized that the cheese in particular is handmade. In another breakfast scene shown in the same section, bread, cheese, cucumber, tomatoes and tea products were found. The tea shown in both breakfast scenes is seen being used in another scene, this time in the samovar. In addition, products such as roasted potatoes, rice, meatballs and salads are used in this section.

There are three types of beverages featured in the series. Among these products, tea is the most used beverage in the series, while Turkish Coffee used on more special days and buttermilk with less space are included. Characters in the series are often seen consuming tea while chatting, visiting or in the coffee shop. It is seen that Turkish Coffee is generally used in girl-wanting scenes.

Another factor that stands out in the series and can be described as negative is that there are no scenes about the preparation processes of the gastronomic products used. In some scenes, providing information about the preparation processes of the products that are indicated to be handmade will attract more attention for the audience and may be more of a concern. This will be an effective factor in the intentions of potential tourists to travel.