



Esnaf Lokantalarında Otantiklik: Aşçı Bacaksız Örneği (Authenticity in Tradesman Restaurants: Example of Aşçı Bacaksız)

Sabri ÇELİK^a, Mustafa SANDIKCI^a, * Anıl CERİT^b

^a Afyon Kocatepe University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Afyonkarahisar/Turkey

^b Afyon Kocatepe University, Institute of Social Science, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Afyonkarahisar/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 11.05.2020

Kabul Tarihi: 14.06.2020

Anahtar Kelimeler

Aşçı Bacaksız

Otantiklik

Esnaf lokantası

Afyonkarahisar

Öz

Bu çalışmada 1800lü yıllardan günümüze kadar özünü kaybetmeden, babadan oğula devrederek gelebilen, dört nesildir varlığını sürdüren, Türk mutfak kültürünün yapı taşlarından olan Esnaf Lokantaları içerisinde kendine yer bulan, Afyonkarahisar ilinde faaliyet gösteren Aşçı Bacaksız Lokantası'nı otantiklik çerçevesinde derinlemesine incelenmesi amaçlanmıştır. Amaç doğrultusunda lokantanın dördüncü nesil işletmecisi ile yarı yapılandırılmış soru formu eşliğinde görüşmeler yapılmıştır. Yapılan görüşmeler, gözlem ve literatür taraması sonucunda veriler analiz edilmiştir. Aşçı Bacaksız Lokantasında sunulan kuzu tandır kebabı, Özbek pilavı ve manda kaymaklı ekmek kadayfının geçmişten bugüne aynı metot ve tekniklerle pişirilip servis edildiği görülmüştür. Bu kapsamda Aşçı Bacaksız Lokantası'nda üretilen tüm yiyecekler otantik yiyeceklerdir. Aşçı Bacaksız Lokantası, geçmişten günümüze kadar özünü bozmadan gelebilmiştir. Elde edilen verilerin ışığında ise Aşçı Bacaksız Lokantası otantik bir lokanta, restoran olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Bu sonuç doğrultusunda Aşçı Bacaksız Lokantası literatüre kazandırılmış ve esnaf lokantalarının sürdürülebilirliğine destek sağlandığı düşünülmektedir.

Keywords

Aşçı Bacaksız

Authenticity

Traditional restaurant

Afyonkarahisar

Abstract

This study aims to analyze Aşçı Bacaksız Restaurant which runs from the 1800's until present without losing its essence, keeps its entity for 4 generations by passing down to their descendants, and takes significant place in the artisan restaurant which is the building block of Turkish cuisine culture in Afyonkarahisar province within the scope of authenticity in detail. In the accordance with this purpose semi-structured interview was conducted with the 4th generation manager. The data were analyzed according to the observation, semi-structured interview, and literature review. It is observed that, Kuzu Tandır (lamb tandoor kebab), Uzbek pilaf and Kaymaklı Ekmek Kadayıfı (kadayif with cream) are cooked and served same techniques and methods as past. Therefore, all foods produced at Aşçı Bacaksız restaurant are authentic. It has remained its presence to these days without changing its essence. According to the data obtained, it is concluded that it is an authentic restaurant. In line with this result, Aşçı Bacaksız Restaurant has been included to the literature and it is emphasized that it provides support to sustainability of artisan restaurant.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: anilcerit18@gmail.com (A. Cerit)

DOI: 10.21325/jotags.2020.608

GİRİŞ

Otantiklik kelimesi, orijinal, gerçek olan, hakiki ve kendine özgü gibi kavramlarla ifade edilmektedir (Akdağ & Üzülmöz, 2017; Pratt, 2007; Taylor, 1991, s.17). Başka bir tanımla otantiklik samimiyet, saflık ve orijinallik olarak tanımlanmaktadır (Fine, 2003). Turizmde otantizm kavramı ise eskiden beri süregelen bir olgunun korunarak turistlerin deneyimine sunulması şeklinde tanımlanabilir (Nebioğlu, 2017, s.100). Turistlerin çoğu otantizm arayışı içindedir ve gastronomi, turizmde otantizmi sağlayan önemli bir alan olarak görülmektedir (Reynolds, 1993). Gastronomi turizminde otantizm kavramı yiyeceklerle bağdaştırılmıştır. Çünkü çoğu gastro-turist için temel seyahat motivasyonu otantik yiyeceklerdir (Sims, 2009, s.326). Otantik yiyecekler, bölgede yetiştirilen orijinal gıda ürünleriyle hazırlanan, bölgesel aidiyetlik özelliği gösteren, geçmişten günümüze kadar gelerek süreklilik arz eden ve ait olduğu bölgenin yerel kültürünü yansıtan yiyecekler olarak belirtilmektedir (Pratt, 2007).

Yemek ve içmek insanoğlunun binlerce yıllık serüveninde en temel ihtiyaçlarından. İnsanlar bu ihtiyaçlarını kendi üretimleriyle ya da üreticilerinden hammadde ve mamul satın alarak gidermektedir. Öte yandan yeme ve içme ihtiyaçlarının karşılanma şekilleri de, insanların hayat tarzları ve şartlardaki değişimler paralelinde zaman içinde değişim göstermiştir (Sürmen & Bayraktar, 2018). Geçmiş süreçte yemek yeme beslenmenin ötesinde kamusal ve kolektif bir etkinlik olarak saray, konak, kışla, imaret, dergâh ve tekkelerde sürdürülmekteydi. Zengin ya da sıradan ev mutfaklarının yanı sıra, halkın temel ihtiyaçlarını karşılayan çarşı/sokak mutfağı canlıydı (Ünsal, 2011, s.404). Günümüzde çarşı/sokak mutfağı denince akla lokantalar gelmektedir. Lokanta kelime anlamı olarak “yemek pişirilip satılan yer, aşevi, restoran” olarak tanımlanmıştır (TDK). Ev dışından pişirilip satıldığı için dışarıda yemek olarak da adlandırılabilir. Dönmez & Bekar (2016) tarafından tüketicilerin dışarıda yemek yeme nedenlerine ilişkin yapmış oldukları araştırmada; tüketicilerin öncelikli olarak fizyolojik gereksinim olan açlığı gidermekten ziyade, sosyal, psikolojik ve ekonomik nedenlerden ve zorunluluktan dolayı dışarıda yemek yediği; kadın ve evli tüketicilerde psikolojik ve zorunluluk unsurlarının, erkek ve bekâr tüketicilerde ise sosyolojik ve ekonomik unsurların öncelikli dışarıda yemek yeme amacı olduğu belirlenmiştir. Akarçay ve Suğur (2015) yaptıkları bir diğer araştırmada Eskişehir’de yeni orta sınıfın fast-food yeme-içme örüntülerini araştırmışlardır. 23 görüşmeci ile yapılan görüşmeler sonucunda yeni orta sınıf sağlıklı beslenme, beden formu kaygıları nedeniyle fast food tüketimini nadiren gerçekleştirmektedir. Tüketimin genelde zorunluluktan ve çocukların isteğiyle gerçekleştiği sonucu çıkmıştır. Bu araştırmalardan anlaşıldığı üzere dışarıda yemek genelde zorunluluktan ötürü gerçekleştiği görülmektedir. Dışarıda yemek tüketilen yerlerden bir tanesi de esnaf lokantalarıdır. Esnaf lokantası kavramı; birbirini tanımayan insanların aynı masayı paylaşarak yeme-içme faaliyetinde bulunmaktan çekinmedikleri, ızgara ateşinin gün boyu yandığı, tencere yemeklerinin başrolde bulunduğu, gerekirse tepsi servisleriyle işyerinden ayrılamayan çalışanlara hizmetin sağlandığı ve kendine has masa adabına sahip bu işletmelerin, devamlı müşteri kabul edilen çarşı esnafına yönelik, samimiyet ve güven ilkelerine dayalı yeme-içme işletmeleri olarak tanımlanmaktadır (Bulut, 2019; Uras, 2003). Bir başka tanım ise sahip oldukları geleneksel miras ve misyonla hem bu işi yapmaya soyunan ya da babadan/dededen kalma dükkânını sürdürenlerin hem de tüketicilerin üzerine titremesi gereken müesseselerdir (Ekşigil, 2017).

Literatürde esnaf lokantalarına ilişkin birtakım çalışmalar bulunmaktadır. Güldemir (2014) yaptığı bir çalışmada tarihi 1888 yılına dayanan ve ustadan çırağa devrolarak günümüze kadar hayatını devam ettiren Hacı Abdullah Lokantası’nın işleyiş öyküsünün ortaya çıkarmayı amaçlamıştır. Gerek olağan dışı işleyiş biçimiyle; gerekse yerli

yabancı devlet adamı, sanatçı, yazar gibi ünlüleri ağırlayarak Türk mutfağının tanıtımında etkisi olması nedeniyle çalışma önemli görülmektedir. Lokantanın geleneksel özelliğe sahip olduğu ve sunulan yiyecek ve içeceklerin Türk mutfağını tamamiyle temsil ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Esnaf lokantalarıyla ilgili yapılan bir başka çalışma ise Bulut (2019)'un Sivas Aşçıbaşı Et Lokantası'nın turistik değerini belirlemek amacıyla yapmış olduğu çalışmasıdır. Araştırmada lokantayı ziyaret etmiş yerli ve yabancı turistlerin, rehberlerin, sanatçıların ve turizm alanındaki yöneticilerin gastronomik deneyimleri hakkındaki görüşleri alınmıştır. Sonuç olarak ise çalışmada örneklem olarak alınan Aşçıbaşı Et Lokantası; tesisinin sosyal ve fiziki yapısı, üretim teknikleri ve stratejileri, menü kalemlerinde çeşitlilik ve yöresel gastronomik ürünlerde nitel kalite ve nispeten nicel fazlalık ile; bir gastronomi turizm destinasyonu olmayan ancak kültür, eğitim, spor, kış, din ve iş turizmi için ağırladığı turist sayısını gün geçtikçe arttıran Sivas şehri için; gastronomik değer yaratma konusunda yaptığı çalışmalara aldığı olumlu geri dönüşler ile gelişimini sürdüren, önemli bir işletmedir.

Önemli bir turistik değere ve geçmişe ve Afyonkarahisar ili açısından kıymetli bir yere sahip olan bir diğer esnaf lokantası ise Aşçı Bacaksız Lokantası'dır. Bu çalışmada Aşçı Bacaksız Lokantası otantiklik çerçevesinde incelenecektir.

Araştırmanın Önemi ve Amacı

Bu araştırmanın amacı, Türk mutfağının yapı taşları esnaf lokantalarından olan, dört kuşaktır ustadan çırağa, babadan oğula devredilerek süregelen Afyonkarahisar'ın en eski lokantalarından biri olan Aşçı Bacaksız Lokantası'nın otantiklik çerçevesinde incelenmesidir. Yeni nesil esnaf lokantalarının otantik sunum sağlamadığı ve zorunluluk sebebiyle tercih edildiği bir gerçektir. Günümüzde otantik lokantaların, özellikle otantik esnaf lokantalarının sayısı git gide azalmaktadır. Bu yüzden otantik sunum yapan esnaf lokantaların gün yüzüne çıkartılması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması gerekmektedir. Bunun nedeni ise yerel ve otantik yemekler, otantik restoranlar, yerel yaşam kültürü sürdürülebilir gastronomi turizminin turistik çekicilik yaratan bileşenleri olarak görülmektedir (Akdağ & Üzülmez, 2017; Yurtseven, 2011). Bu bağlamda yapılan bu çalışmada Aşçı Bacaksız Lokantası'nın ele alınması ve derinlemesine incelenmesi önem arz etmektedir. Afyonkarahisar'da yapılmasının nedeni ise ilin 2019 yılında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na gastronomi temasında dâhil edilmesi (Baytok, Pelit & Cerit, 2020; United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization [UNESCO], 2019), dolayısıyla şehrin gastronomik değerlerinin ortaya çıkarılmasına katkı sağlamaktır.

Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden olan etnografik örnek olay yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırmalar “*gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, alguların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma*” olarak tanımlanmaktadır (Hazarhun & Koçak, 2019; Yıldırım & Şimşek, 2013, s.45). Etnografik olay yönteminin kullanılmasının amacı insan toplumlarının ve kültürlerinin anlaşılmasına yoğunlaşan ve tek bir olayın derinlemesine incelenecek olmasıdır (Köklü, 1994). Araştırmada gözlem, görüşme ve doküman incelemesi olmak üzere üç farklı veri toplama tekniği kullanılmıştır. Bu bağlamda lokantanın dördüncü nesil işletmecisi ile 24 Kasım 2019 tarihinde yüz yüze görüşme yapılmıştır. Görüşme sırasında lokanta sahibine lokantadaki otantikliği ortaya

çıkarmak amacıyla yarı yapılandırmış 10 adet soru sorulup cevaplar ses kayıt sistemiyle kaydedilmiş ve ardından kayıtlar yazıya çevrilmiştir. Sorulara verilen cevaplar ile otantiklik kavramı arasında ilişkiler kurulmaya çalışılmıştır. Sorulan sorular şu şekildedir;

- ✓ Kendinizi tanıtır mısınız?
- ✓ Aşçı Bacaksız Lokantası'nın kuruluş hikâyesi nedir?
- ✓ Aşçı Bacaksız Lokantası'nın geçmişinden bahseder misiniz?
- ✓ Aşçı Bacaksız lakabı nereden geliyor?
- ✓ Aşçı Bacaksız Lokantası'nda kuzu tandır nasıl yapılıyor?
- ✓ Aşçı Bacaksız Lokantası'nda geçmişten günümüze neler değişti, neler değişmedi?
- ✓ Aşçı Bacaksız Lokantası'nı esnaf lokantası olarak tanımlayabilir misiniz?
- ✓ Esnaf lokantalarının ve Aşçı Bacaksız Lokantası'nın ne gibi sıkıntıları vardır?
- ✓ Aşçı Bacaksız Lokantası'nı tekrar kurma fırsatıyla karşılaşırsanız ne yapardınız?
- ✓ Aşçı Bacaksız Lokantası'nın gelecekle ilgili planları nelerdir?

Gözlem tekniğinde ise işletmenin bulunduğu ortam, kullanılan malzemeler ve çalışanlar gibi pek çok değişken gözlemlenmiştir. Aşçı Bacaksız Lokantası'nın otantik olup olmadığının belirlenmesi konusunda Nebioğlu'nun (2017) "*Gastronomi Turizmi ve Otantizm: Yerel Bir Restoran Üzerinde Örnek Olay Çalışması*" çalışmasından yararlanılmıştır. Araştırmada "Aşçı Bacaksız Lokantası otantik unsurları barındıran bir lokanta mıdır?" soruna cevap aranmıştır.

Kuruluş Hikâyesi

Lokantanın dördüncü nesil işletmecisinin kendini tanıtmayı istenildiğinde: "1969 doğumlu, lokantanın dördüncü nesil işletmecisi olduğu, okul yıllarında sık sık lokantaya yardıma geldiği, Nazilli'de hafızlığını tamamladıktan sonra 1984-2007 yılları arasında babasıyla birlikte çalıştığını" ifade etmiş, kuruluş hikâyesi ile ilgili olarak da;

"Babam rahmetli geldiğinde sabah besmele ile başlar bereketiyle kapatırdı. Kapattıktan sonra da Cenabıhakk'a olan şükürlerini beyan ederdi. Bu işlerin başı bu. Yoksa bu işi ben yaptım. Bunu en iyi ben yaparım. Becerim çok kuvvetlidir gibi bir lüksümüz yok. Elimizden geldiği kadar şükrederek işletmeye ve mesleğimizi icra etmeye çalışıyoruz. Bu meslek bana 1850 veya 60 yılından dedemin babası, dedem, babam ve son olarak bana gelen bir meslek. Biz burada hala çırağız. Kendimi çirak olarak görüyorum. Afyonkarahisar'da bizden eski olan ve hali hazırda faaliyetini sürdüren bir lokanta yok diye biliyorum. En eskisi biziz. Oğlum Kadir (Kadir Madenci, Aşçı Bacaksız lokantasının 5. Kuşak olmaya hazırlanan, lokantada servis ve sunum işleriyle uğraşan kişidir.) devam ettirmek ister ise 5. kuşak olacak" şeklinde ifade etmiştir.

Dördüncü nesil işletmeciye Aşçı Bacaksızın geçmişini sorduğumuzda ise şöyle yanıtlamaktadır;

"Atalarım ilk olarak 1850 yıllarında başlamış bu mesleğe. Eskiden meyhaneciler sokağı olarak tabir edilen yerde, veterinerlik binasının altında açılmış ilk dükkân. Fakat biz 1938 yılından bu yana buradayız. Babam 1938'de faaliyete geçirmiş burayı. Babamın lütuf ve kerem ile bahsettiği ve onu zikir ile yâd ettiği bir mekân olarak devraldık burayı. Yağcıoğlu sülalesinden geldiğimizi biliyorum."

Dördüncü nesil işletmeci Aşçı Bacaksız lakabının nerden geldiği sorunu şu şekilde yanıtlamıştır; “Afyonkarahisar’da boyu kısa olana bacaksız derler. Ahmet dedemin boyu kısaymış o yüzden Aşçı Bacaksız demişler”.

Aşçı Bacaksız Lokantası kuruluş hikâyesini Erkara (2010) “100 Tarihi Lokanta” isimli kitabında ele alınmıştır. Kitapta, Aşçı bacaksızın kuruluş hikâyesi şu şekilde aktarılmaktadır (Erkara, 2010; Erkara 2018);

“Yağcıoğlu Mustafa 1800’lü yılların sonunda Ermenilerin yaşadığı Meyhaneciler sokağında köfteci olarak lokantacılığa başlamış. Oğlu Ahmet Madenci 1881 yılında doğmuş. Dükkan aslında oğul Ahmet doğmadan açılmıştır ancak aile tarihinin kayıtlı ilk tarihi 1881 olduğu için dükkanın açılış tarihi de 1881 kabul edilir. Ahmet Madenci’nin boyu çok kısa olduğu için kendisine ‘Aşçı Bacaksız’ lakabı verilmiş ve bu lakap kuşaktan kuşağa devredilmiş. Yağcıoğlu Mustafa, oğlu Ahmet askere gitmesin diye bedelli parası yatırdıysa da seferberlik ilan edilince Ahmet zorunlu askere alınmış. Dükkan bu arada 2-3 yıl kapalı kalmış. Yağcıoğlu Mustafa 1910 yılında vefat etmiş. Aynı yıl Ahmet Madenci, Saraçlar caddesindeki bir ara sokağa lokantayı yeniden açmış. 1938’de bu dükkan istimlak edilince emekli olmaya karar vermiş. Ancak sağdııcı Sabri Özsoy bugünkü dükkanı ondan habersiz almış ve emekli olmasına izin vermemiş. ”Bu işi evlatlarına aktarmalısın,” demiş. Ahmet Madenci 1948’de vefat edince 3 oğlundan ikisi - Mustafa ve Kadir- işi devam ettirmiş. Küçük oğul Nuri ise nalbant olmuş. Mustafa Madenci 70’li yıllarda dükkandan ayrılmış ve düğünlere ve bazı lokantalara tatlı yaparak geçimini sağlamış. 1980’de vefat etmiş.”

Lokantaya İlişkin Bilgiler

Aşçı Bacaksız lokantasında sadece tek bir menü üzerinden servis yapılmaktadır. Kuzu tandır (kuzu tandır olarak isimlendiren fakat özünde kuzu kebabı olan bir yemektir, bu sebeple de çalışmada kuzu tandır olarak ifade edilecektir), Özbek pilavı ve manda kaymaklı ekmek kadayıfı sunmaktadır. Bu özelliğinden ötürü Aşçı Bacaksız Lokantası’nın menüsünün standart menü olduğu söylenebilir. Standart menü “işletmelerin bir kez oluşturdukları ve sürekli uyguladıkları, zaman içinde pek değişmeyen menülerdir.” şeklinde tanımlanmaktadır (Küçükarslan & Baysal, 2009, s.103). Dördüncü nesil işletmeci kuzu tandırın yapılışını şu şekilde anlatmaktadır;

“Et olarak süttten kesilmiş ve bölgemizde yetişen kuzunun etini kullanıyoruz. Gidip kendimiz pazardan alıyoruz. Bütün işlemleri başından sonuna kadar kendimiz yaparız. Kuzu kesilir bir gün dinlenir. Ardından parçalanır. Kemikli kısımlar tencerenin altına gelir. Yağsız kısmı orta tabakaya yerleştiririz. En üstte ise yağlı kavurma kısmı konularak yapılır. Kışın sadece kendi yağıyla, yazın ize hafifletmek amacıyla ayçiçek yağı katarız. Yazın ayçiçek yağı etin üzerini geçecek şekilde konur ve 12-16 saat pişiririz. Tandır pidemizi buradaki fırıncı arkadaşlarımızdan tedarik ederiz. Yanında da sadece kuru soğanla servis ederiz.”

Kuzu tandır yemeğinin pişirme tekniği ‘confit’ olarak adlandırılabilir. Çünkü confit pişirme etin baharatlandırılarak kendi yağında ve uzun sürede pişirilmesidir (Boetticher & Miller, 2013, s.83). Kuzu etine bir gün dinlendirilme işlemi uygulanmasının sebebinin de Rigor-mortis olduğu düşünülmektedir. Rigor-mortis kaslarda meydana gelen sertliği tanımlamak için kullanılan bir terimdir. Tamamlanma süresi türlere ve kaslarda bulunan enerji düzeyine göre değişmektedir. Büyükbaş hayvanlarda 12–24 saat, küçükbaş hayvanlarda 8-12 saat içerisinde tamamlanmaktadır (Greaser & Pearson, 1999; Keyvan, 2010).

Kuzu tandır ile ilgili Erkara (2010; 2018) “*Yağcıoğlu Mustafa'nın işe başladığı yıllarda kıyma makinesi olmadığı için eti satırla parçalarlarmış. Zamanla mönüye kuzu tandırı koymuş. Tandırı Anadolu'nun diğer yörelerinden farklı olarak yapıyor, kuzuyu kendi kesip parçaladıktan sonra tamamını kalaylı bakır tencerede kendi yağı ile 8-10 saat pişiriyormuş. Bu usul hala aynen devam ediyor.*” şeklinde aktarmıştır.

Lokantada oğlu ile birlikte çalışan dördüncü nesil işletmecinin misafirlerinin hepsini güler yüzle karşıladığı gözlenmiştir. Kendisi tencere başına geçerek tabaklama işlemi yaparken, oğlu ise servis boyutunu üstlenmektedir. Lokanta girişinde bütün sandalyelerin yüzleri giriş kapısına bakmaktadır. Bunun sebebini sorduğumuzda ise dördüncü nesil işletmeci şu cevabı veriyor;” 130 yıllık sandalyelerimizin de misafirlerimizi karşılamasını istiyoruz. Sandalyelerin arka kısmının girişe bakması bize uygun gelmiyor. Saygısızlık olarak görüyoruz. Yıllardır bu şekildeydi. Biz de bozmak istemedik.”

Geçmişten bugüne Aşçı Bacaksızda nelerin değişip nelerin değişmediği sorunu dördüncü nesil işletmeci şu şekilde cevaplamaktadır;

“Hiçbir şey değişmedi. Konsept aynı, telaffuz aynı, lisan aynı, hizmet aynı. Kimsenin kimseden üstün olmadığı, en üst makamdakine de aynı, özür dileyerek söylüyorum temizlik işleriyle uğraşan bir kardeşimiz de olsan bizim burada aynı hizmeti görmekte mükellefsinizdir. Doğallığımızı hiç kaybetmedik. Yemek olsun, ortam olsun her şey geçmişte ne ise şuanda da o şekildedir. Buradaki üç masa ve sandalyeler diğer dükkândan buraya getirilmiş ve 130 yıldır kullanılıyor. Burası açıldıktan sonra üç masa daha yaptırılmış. Ve hala biz aynı masa ve sandalyeleri kullanıyoruz. Kuzu tandır o yıllardan bu yıllara aynı metotlarla hiç bozulmadan yapılmaya devam ediyor. Bu şekilde de devam edecek. Misafirlerimiz bana gelip dedem hayatta iken yediği kuzu tandır ile bizim yaptığımızın aynı olduğunu beyan ediyor. Bu da beni çok duygulandırıyor. Hissedilen bu duygular maddiyatla kıyaslanamaz. Dedemin babası, dedem, ne de babam bugüne kadar hiç maddi kazanç elde etmek için çalışmamışlar. Ben ve oğlum da öyle öğrendik. Bu şekilde de sürdürmeyi düşünüyoruz. Günlük 1 tencere satışı var. Geçmişte de böyleydi. Tencere bitince Allah bereket versin deyip satışımızı bitiriyoruz.”

Lokantaya giren her bir kişinin aynı statüde olduğunu Erkara (2010; 2018) şu şekilde aktarmaktadır; “*Kadir Madenci sert, nevi şahsına münhasır bir insanmış. Lokantaya selamsız girene, yağsız kebab isteyene, buçuklu kebab isteyene kebab vermezmiş. Herkese aynı şekilde servis yapar, kimseye ayrıcalık veya imtiyaz tanımazmış. Hatta bir gün Aydın'dan biri gelmiş, selam vermeden içeri girmiş ve yağsız kebab istemiş. Kadir Usta: Yağsız olarak bir ben kaldım, 40 senedir bu ocağın başındayım” demiş. Adama kebab vermemiş. Yıllar sonra aynı kişi dükkâna yeniden gelmiş. Bu defa selam vermiş ve sipariş vermeden bir yere oturmuş. Kadir Usta ona yağsız kebab vermiş. Adam yıllar önce kendisine kebab vermediğini hatırlatınca, “Benim işime karışırsan, bir de selamsız girersen kebab vermem,” demiş.*

Esnaf lokantasına ilişkin bilgiler

Esnaf lokantaları, çalışan insanların vakit kaybetmeden karın doyurabildiği, ‘fast food’ kavramı yaratılmadan çok önce ‘hızlı yemek’ anlayışını hayata geçirmiş yerlerdir. Hızlı yemek için sağlıklı seçeneklere yönelmek gerektiğini de gösterirler (Ekşigil, 2017). Esnaf lokantaları diğer lokantalara benzemezler. Müşterisinin kim olduğunu kendi isminde söyleyen yegâne lokantalar onlardır. O mahallenin, o sokağın esnafını doyurmak için

oradadırlar. Genelde ufak ama parmak izi birbirinden farklı dükkânlardır. Esnaf lokantalarında yemek bitince servis kapanır (Çebi, 2019). Dördüncü nesil işletmeci Aşçı Bacaksız'ı esnaf lokantası olarak tanımlayabilir misiniz sorunu şu şekilde cevaplamıştır;” Tabi ki esnaf lokantasıyız. İnsanlara hizmet sunmak için çalışıyoruz. İnsanın sadece parasını almak değil gayemiz. Onun samimiyetle Allah razı olsun, elinize, emeğinize sağlık demesi bana yetiyor.” Yapılan gözlem sonucunda lokantaya giren neredeyse her misafirin dördüncü nesil işletmeciye selam verdiği görülmüştür. Misafir portföyü genel anlamıyla çevre dükkân sahiplerinden, yerli halktan ve yerli yabancı turistlerden oluşmaktadır. Sadece altı tane masa bulunan dükkân küçük olarak nitelendirilebilir. Günlük sadece bir tencere kuzu tandır verildiği ve tencere bitince lokantanın kapatıldığı gözlenmiştir. Bütün bu nedenlerden ötürü Aşçı Bacaksız Lokantası'nın bir esnaf lokantası olduğu söylenebilir.

Esnaf lokantalarının sıkıntılarına ilişkin soruyu ise şu şekilde cevaplamıştır; “Sıkıntıları sıkıntı olarak kabul etmiyoruz. Onlar Cenabıhakk'ın bizlere karşı olan imtihanıdır. Bizler de bu imtihanı başarıyla tamamlarsak kendimizi zafere erdik kabul ediyoruz. Bu günlere nice sıkıntılar atlatarak geldik.”

Geleceğine ilişkin planlar

Dördüncü nesil işletmeci, Aşçı Bacaksız Lokantası'nı tekrar kurma fırsatıyla karşılaşırsanız ne yapardınız? sorusunu şu şekilde cevaplamıştır;

”Tekrar kurmak istemezdim. Çünkü elhamdülillah yeter. Bizim rızığımız bu kadar. Huzurluyuz sağlıklıyız.” Lokantanın geleceğiyle ilgili sorumuza ise “Şahsım adına sağlıklı ve imanlı bir ölüm diyebilirim. Fakat lokanta hakkında gelecekle ilgili bir hesap yapamam. Benim oğlum burada duracak devam ettirecek diyemem. Böyle düşünme lüksüm yok. O tasarıda değilim. Yarının ne olacağını bilemeyiz.”

Gözlem Sonucunda Elde Edilen Bilgiler

Aşçı Bacaksız Lokantası Afyonkarahisar merkezinde, uzun çarşının sonunda, saraçlar çarşısında yer almaktadır. Lokantanın sağında ve solunda sarraf dükkânları bulunmaktadır. Lokantanın girişinde cam bir kapı ve yine cam olan dükkân sınırlarını belirleyen duvarlar bulunmaktadır. Cam kapının tam üstünde ise “Meşhur Aşçı Bacaksız” yazmaktadır. Kapıdan içeriye girdiğimizde ise yüzleri kapıya dönük 24 adet sandalye ve 6 masa karşılamaktadır. Masalar mermerden, sandalyeler ise ahşap bir malzemedendir. Kapıdan içeriye adım attığımızda hemen sol tarafımızda bakır bir tepsi içerisinde dilimlenmiş ekme kadayıfı gözlenmiştir. Hemen yanında Afyonkarahisar kaymağı onun yanında ise servis tabakları görülmektedir. Kaymaklı ekme kadayıfının buradan servis edildiği düşünülmüştür. Lokantanın sağ ve sol duvarlarında ikişer adet, duvarları kaplayacak biçimde dikdörtgen ayna vardır. Sağ duvarda “Aşçı bacaksız 100 tarihi lokanta kitabında yer aldı” başlığı olan bir tablo ve aşçı bacaksızın tanıtıldığı, kaynağı bilinmeyen bir başka tablo vardır. Sol duvarda ise işletme kayıt belgesi, marka yenileme belgesi ve ruhsat bulunmaktadır. Altı adet masa arasından ilerlediğimizde ise karşımıza kuzu tandır servisi yapılan bir köşe çıkmaktadır. Burada kebabların ısını koruyabilmesi için 3 adet büyük ocak bulunmaktadır. Ocakların yanında pidelerin muhafaza edildiği bir pide kabı, diğer tarafında ise mermer bir tezgâh bulunmaktadır. Kuzu tandır servisinin yapıldığı köşenin hemen üzerinde geçmişten kalan ve dekoratif amaçlı kullanılan çeşitli mutfak gereçleri (çelik ve bakır sefer taşı, bakır mini kazan, bakır kepece, kevgir, kaşık, bakır cezve) bulunmaktadır. Dükkânın sol köşesinde ise

dört neslin çerçevesi fotoğrafları bulunmaktadır. Dört nesle ait fotoğraflar yukarıdan aşağıya doğru birinci nesilden başlayarak sıralanmıştır.

Aşçı Bacaksız Lokantası ve Otantizm

Aşçı bacaksız lokantasının otantik olup olmadığını belirlemek amacıyla Nebioğlu'nun (2017) "*Gastronomi Turizmi ve Otantizm: Yerel Bir Restoran Üzerinde Örnek Olay Çalışması*" çalışmasından yararlanılmıştır. Bu bağlamda lokantadaki otantizm üç ana kategori ve dokuz alt kategoride değerlendirilmeye çalışılmıştır. Tablo 1 görüşme ve gözlem sonucunda elde edilen ve Aşçı Bacaksız Lokantası'nda otantizmi belirleyen unsurları barındırmaktadır. Otantizmi sağlayan üç ana kategori sırasıyla menü, hizmet ve atmosferdir. Bu ana kategoriler kendi altında alt kategorilere ayrılmıştır. Menü ana kategorisi yerel ürün kullanımı, destinasyonla özdeşleşmiş yiyecekler, özel zahmetli yiyecekler alt kategorilerine, hizmet kategorisi samimiyet, sunumda eşitlik, durağanlık alt kategorilerine, atmosfer kategorisi ise dekoratif araçlar, sosyal atmosfer, fiziki atmosfer alt kategorilerine ayrılmıştır.

Tablo 1. Aşçı Bacaksız Lokantasında Otantizmi Belirleyen Unsurlar

Ana Kategori	Alt Kategoriler	İçerikler
Menü	Yerel Ürün Kullanımı	Bölgede yetişen süt kuzu etlerinin kullanılması Tandır kebabı altına konulan pidenin yerel fırınlardan tedarik edilmesi
	Destinasyonla Özdeşleşmiş Yiyecekler	Tatlı olarak ekmek kadayıfı ve yörede üretilen manda kaymağı kullanılması
	Özel, Zahmetli Yiyecekler	Confit pişirme tekniği kullanılarak etin 12-16 saat pişirilmesi
Hizmet	Samimiyet	Misafirlere güler yüzlü olunması ve isimleriyle hitap edilmesi.
	Sunumdaki Eşitlik	Her misafire aynı hizmetin yapılması.
	Durağanlık	Yıllardır çalışanların ve yemeklerin aynı standartta olması
Atmosfer	Dekoratif Araçlar	Lokanta içerisinde çeşitli eski mutfak araçlarının bulunması
	Sosyal Atmosfer	Sandalyelerin ön yüzünün kapıya dönük olması
	Fiziki Atmosfer	1938'den beri iç mimarının değişmemiş olması 130 yıldır aynı sandalye ve masa kullanımı

Menü

Aşçı bacaksız lokantasında otantizmin belirlenmesi için ilk olarak menüye bakılması gerektiği düşünülmektedir. Menü kategorisi kendi içinde üç alt kategoriye ayrılmıştır. Bunlar sırasıyla yerel ürün kullanımı, destinasyonla özdeşleşmiş yiyecekler ve özel, zahmetli yiyeceklerdir. Aşçı bacaksız lokantasında sunulan kuzu tandırın bölgede yetişen süt kuzular kullanılarak yapılması, tandır kebabının altına konulan pidenin civardaki yerel esnaftan temin edilmesi, pidenin imalatında bölgede yetişmiş buğdaylardan yapılan unun kullanılması bize Aşçı Bacaksız Lokantası'nda yerel ürün kullanımının olduğunu göstermektedir. Tatlı olarak Afyonkarahisar meşhur lezzetlerinden olan ekmek kadayıfı ve yörede yetişen mandaların sütünden elde edilen Coğrafi işarete sahip Afyon kaymağını sunması destinasyonla özdeşleşmiş yiyecekler kullandığını göstermektedir. Kuzu tandır kebabını confit tekniği ile 12-16 saat zahmete girerek pişirmesi ve şehirde bu uygulamayı yapan, sunan tek lokanta olması özellikleri ile özel zahmetli bir yiyecek ürettiğini göstermektedir.

Hizmet

Aşçı Bacaksız Lokantası'nda otantizmin belirlenmesi için ikinci incelenecek olan kategori hizmet kategorisidir. Hizmet kategorisi kendi içinde üç alt kategoriye ayrılmıştır. Bunlar; samimiyet, sunumdaki eşitlik ve durağanlıktır.

Lokantanın dördüncü nesil işletmecisinin her giren müşteriye güler yüzlü olması ve neredeyse bütün müşterilere isimleriyle seslenmesi Aşçı Bacaksız Lokantası'nda bir samimiyet olduğunun göstergesidir. Sunumdaki eşitlik alt kategorisini lokantanın dördüncü nesil işletmecisinin yukarıda da yer verilen şu cümlesi gayet iyi açıklamaktadır; "Kimsenin kimseden üstün olmadığı, en üst makamda da olsun aynı, temizlik işleriyle uğraşan bir kardeşimiz de olsun bizim burada aynı hizmeti görmekte mükellefsinizdir." Yaklaşık olarak 130-140 yıllık bir esnaf lokantası olan Aşçı Bacaksız'da çalışan personellerin aynı standartta ve ailenin bir ferdi olduğu görülmektedir. Yapılan yiyeceklerin de aynı şekilde yıllarca aynı standartta olduğu görüşme ve doküman incelemesi sonucunda ortaya çıkmıştır.

Atmosfer

Aşçı Bacaksız Lokantası'nda otantizmin belirlenmesi amacıyla son bakılacak kategori atmosfer kategorisidir. Atmosfer kategorisi kendi içinde üç alt kategoriye ayrılmıştır. Bunlar sırasıyla dekoratif araçlar, sosyal atmosfer ve fiziki atmosferdir. Aşçı bacaksız lokantasında yapılan gözlem sonucunda bakır ve gümüşten yapılan geçmişten günümüze kadar gelebilen çeşitli mutfak eşyalarının sergilendiği görülmüştür. Çelik ve bakır sefer tası, bakır mini kazan, bakır kepe, kevgir, kaşık, bakır cezve bunlardan bazılarıdır. Aynı zamanda bu eşyaların hemen sol üst köşesinde (lokanta kapısından içeriye girince sol üst köşede) Aşçı Bacaksız Lokantası'nın ilk kurucusundan son nesline kadar olan işletmecilerin fotoğrafları yer almaktadır. Bütün bunlar Aşçı Bacaksız Lokantası'nda dekoratif araçlar kullanıldığını göstermektedir. Sandalyelerin misafirleri karşılayacağı düşünülerek ön yüzlerinin kapıya bakması ve sandalyelerin arka yüzünün kapıya bakmasının saygısızlık olarak görülmesi sosyal atmosfere örnek olarak verilebilir. Aşçı Bacaksız Lokantası'nın 1800'lü yıllardan geldiği düşünülmektedir. 1938 yılında bu yana ise şu anki dükkânda faaliyetini sürdürmektedir. Lokantanın dördüncü nesil işletmecisi 1938 yılından bu yana lokantada fiziki olarak bir değişimin yaşanmadığını belirtmektedir. Gözlem sonucu kullanılan tencerelerin o yıllardan kaldığı anlaşılmaktadır. Masa ve sandalyelerin üç takımı (3 masa 12 sandalye) 1938'den önceki yıllardan, diğer üç takımı (3 masa 12 sandalye) ise 1938 yılından bu yana aktarıldığı ve kullanılmaya devam edildiği görülmektedir. Bu özelliklerden ötürü Aşçı Bacaksız Lokantası'nın fiziki atmosferinin otantizm olgusunu bizlere gösterdiği görülmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Otantiklik kavramı çerçevesinde gerçeğinden uzaklaştırılarak basitleştirilen yerel değerler, gelecek ve sürdürülebilir turistik imaj açısından ciddi yıkımlar yaratabilmektedir (İlsay, Şahin & Doğubay, 2017). Bu tür yıkımların olmaması adına yapılan bu çalışmada geçmişi 1800'lü yıllara dayanan ve babadan oğula devredilerek 2020 yılında hâlâ faaliyetini sürdüren esnaf lokantalarından birisi olan Aşçı Bacaksız Lokantası otantiklik çerçevesinde derinlemesine incelenmiştir. Lokantanın dördüncü nesil işletmecisi ile yarı yapılandırılmış soru formu üzerinden görüşme sağlanmıştır. Yapılan görüşmenin analizi sonucunda çıkan veriler neticesinde Aşçı Bacaksız Lokantası'nın otantik unsurları barındıran bir esnaf lokantası olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

Otantiklik geçmişe olduğu kadar bugüne de ait bir meseledir, yani geçmişin bugünde nesneleştirilmesi, korunması ya da canlandırılması ile ilgilidir (Günel, 1998). Bu kapsamda Aşçı Bacaksız Lokantası, geçmişten günümüze kadar özünü bozmadan gelebilmiştir. Lokanta içerisinde kullanılan masa ve sandalyelerin 130 yıldır hiç değişmeden kullanılması, 1938 yılından bu yana aynı dükkânda faaliyet göstermesi, geçmişinin korunup bugün bile

canlandırılmasına ve nesnelleştirilmesine birer örnek olarak gösterilebilir. Otantik yiyecekler, ait olduğu bölgenin çekiciliğini artırması, geçmişten gelen gelenek-göreneklerle oluşan yöreye has yiyeceklerin ve pişirme tekniklerinin korunarak gelecek nesillere aktarılması, kültürel mirasın sürdürülmesi ve toplumsal aidiyetliğin oluşmasına katkı sağlayan yiyecekler olarak görülmektedir (Akdağ & Üzülmöz, 2017; Işıldar, 2016, s.56). Bu bağlamda değerlendirildiğinde ise Aşçı Bacaksız Lokantası'nda sunulan kuzu tandır kebabı, Özbek pilavı ve kaymaklı ekmek kadayıfının geçmişten bugüne aynı metot ve tekniklerle pişirilip servis edildiği görülmüştür. Bu sebeple kuzu tandır kebabı, Özbek pilavı ve kaymaklı ekmek kadayıfı hepsi birer otantik yiyeceklere örnek olarak gösterilebilir.

Yapılan bu çalışma sayesinde öz değerleri bozulmadan günümüze kadar gelebilen Aşçı Bacaksız Lokantası literatüre kazandırılmış ve esnaf lokantalarının sürdürülebilirliğine destek sağlanmıştır. Farklı illerde ve farklı örneklemelerde otantiklik kavramı eşliğinde başka çalışmalar yapılabilir. İleri zamanlarda yapılacak bu çalışmaların genel anlamıyla Türk mutfağının gelişimine, özele indiğimizde ise bölgesel mutfak kültürlerinin ve yapısının gelişimine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

UNESCO yaratıcı Şehirler Ağı'na Gastronomi alanında 2019 yılında dâhil olan Afyonkarahisar için şehirde bulunan ve otantik özellikler barındıran lokantanın varlığı oldukça önemlidir. Devamının sağlanması ve benzerlerinin oluşması adına gerekli çalışmaların yapılması ve desteklerin verilmesi de önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

- Akarçay, E. & Suğur, N. (2015). Dışarıda yemek: Eskişehir'de yeni orta sınıfın fast-food yeme-içme örüntüleri. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 18(1), 1-29.
- Akdağ, G. & Üzülmöz, M. (2017). Sürdürülebilir Gastronomi turizmi kapsamında otantik yiyeceklere yönelik bir inceleme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 301-309.
- Baytok, A., Pelit, E. & Cerit, A. (2020). Afyonkarahisar mutfağının turizm eğitimi alan öğrenciler tarafından bilinme ve tadılma durumlarının tespiti üzerine bir araştırma: Afyon Kocatepe üniversitesi. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 8 (1), 501-522.
- Boetticher, T. & Miller, T. (2013). *In the charcuterie*. Berkeley. Ten Speed Press.
- Bulut, S.H. (2019). Türk gastronomisinde esnaf lokantası kavramının turistik değeri: Sivas aşçıbaşı et lokantası örneği. *Atlas International Refereed Journal On Social Sciences*, 5, 541-449.
- Çebi, C. (2019). *Esnaf lokantaları*. Erişim Adresi: <https://www.ruhundoysun.com/yazilar/esnaf-lokantaları>. Erişim Tarihi: 03.12.2019.
- Dönmez, F. G. & Bekar, A. (2016). Tüketicilerin dışarıda yemek yeme nedenlerine ilişkin bir değerlendirme. *Social Sciences*, 11(1), 1-15.

- Ekşigil, H. (2017). *Esnaf lokantaları neden vazgeçilmezdir?*, Erişim Adresi:<http://www.hurriyet.com.tr/kelebek/hurriyet-cumartesi/esnaf-lokantaları-neden-vazgeçilmezdir-40594438>, Erişim Tarihi: 19.12.2019.
- Erkara, O. (2010). *100 tarihi lokanta*. İstanbul: Cinius Yayınları.
- Erkara, O. (2018). 100 tarihi lokanta Aşçı Bacaksız-1881. Erişim Adresi: <https://www.100tarihilokanta.com/asci-bacaksiz>. Erişim Tarihi: 02.02.2020.
- Fine, G. (2003). Crafting authenticity: The validation of identity in self-taught art. *Theory And Society*, 32(2), 153-180.
- Greaser, M.L. & Pearson, A.M. (1999). Flesh foods and their analogues. 228–251. In: AJ Rosenthal (Ed.), *Food texture*. Aspen Publishers, England.
- Güldemir, O. (2014). 1888'den günümüze Hacı Abdullah lokantası. 3. *Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı içinde*, (ss.745-757),4-5 Nisan, Aydın.
- Günel, A. (1998). Otantik olanı aramak. *Birikim Dergisi*, Sayı:111-112, 109-113
- Hazarhun, E. & Koçak, Y. (2019). Manisa ilindeki otel işletmelerinde otel şeflerinin menü planlamasına bakış. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(3), 1549-1572.
- Işıldar, P. (2016). Sürdürülebilirlik ve gastronomi. İçinde H. Kurgun, & D. B. Özşeker (Edt.) *Gastronomi ve turizm*, (ss.47-63). Ankara: Detay Yayıncılık.
- İlsay, S., Şahin, N. N. & Doğdubay, M. (2017). Turizm ve yiyecek ve içecek endüstrisinde sahnelenen otantiklik (eleştirel bakış). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 169-181
- Keyvan, E. (2010). Sığır karkaslarında post-mortem değişiklikler. *Veteriner Hekimler Derneği Dergisi*, 81(2), 43-46.
- Köklü, N. (1994). Örnek olay çalışma metodları. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 27(2), 772-779
- Küçükarslan, N. & Baysal A. (2009). *Beslenme ilkeleri ve menü planlama*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Nebioğlu, O. (2017). Gastronomi turizmi ve otantizm: Yerel bir restoran üzerinde örnek olay çalışması. İçinde D. Bozok, C. Avcıkurt, M. Doğdubay, M. Sarioğlan & G. K. Girgin (Edt.) *Gastronomi üzerine araştırmalar*, (ss.97-111). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Pratt, J. (2007). Food values: The local and the authentic. *Research in Economic Anthropology*, 27(3), 285-300.
- Reynolds, P. C. (1993). Food and tourism: Towards and understanding of sustainable culture. *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1), 48-54
- Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: Local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321-336.

- Sürmen, Y. & Bayraktar, Y. (2018). Trabzon şehrinde 1856 yılından beri pilavı gramla satan bir işletme: Kalkanoğlu pilav lokantası. *Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi*, (özel sayı,09/2018), 47-73.
- Taylor, C. (1991). *The ethics of authenticity*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Türk Dil Kurumu Sözlükleri (2020). Erişim Adresi: <https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 02.01.2020
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, (2019). *UNESCO celebrates world cities day designating 66 new creative cities*. Erişim Adresi: <https://en.unesco.org/news/unesco-celebrates-world-citiesday-designating-66-new-creative-cities>. Erişim Tarihi: 02.01.2020.
- Uras, G. (2003). *Türkiye'nin en iyi esnaf lokantaları*, Erişim Adresi: <http://earsiv.sehir.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/11498/3798/001503245006.pdf?sequence=3>, Erişim Tarihi 19.12.2019.
- Ünsal, A. (2011). Geçmişten günümüze istanbul lokantaları. bilgili, İçinde A. E. (Edt.), *Şehir ve kültür: İstanbul* (ss.404-436) İstanbul: Profil Yayıncılık.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Yurtseven, R. (2011). Sustainable gastronomic tourism in Gökçeada (Imbros): Local and authentic perspectives. *International Journal of Humanities and Social Science*, 1(18), 17-26.

Authenticity in Tradesman Restaurants: Example of Aşçı Bacaksız

Sabri ÇELİK

Afyon Kocatepe University, Faculty of Tourism, Afyonkarahisar/Turkey

Mustafa SANDIKCI

Afyon Kocatepe University, Faculty of Tourism, Afyonkarahisar/Turkey

Anıl CERİT

b Afyon Kocatepe University, Institute of Social Science, Afyonkarahisar/Turkey

Extensive Summary

Introduction

Eating and drinking are basic needs of human beings in their adventure that has been going on for thousands of years. People satisfy these kinds of their needs via their own production or purchasing raw materials and products from the producers. On the other hand, the way food and beverage needs are met is for change over time in line with changes in people's lifestyles and conditions (Sürmen & Bayraktar, 2018). In the past, eating was carried out in the palaces, mansions, barracks, imarets and dervish lodges as a public and collective activity beyond nutrition. In addition to rich or ordinary home kitchens, the bazaar / street food and beverage service givers that meet the basic needs of the people was lively (Ünsal, 2011:404). Nowadays, restaurants come to mind and represent the bazaar / street cuisine. The restaurant is literally defined as “the place where the food is cooked and sold, the almshouse, the restaurant” (TDK). Eating at a restaurant can be called "eating out" as there is an activity of cooking and selling outside the home. In the research conducted by Bekar and Dönmez (2016) on the reasons for consumers eating out; consumers primarily eat out for social, psychological and economic reasons and necessity rather than eliminating the hunger that is physiological requirement; It is determined that psychological and imperative factors are the primary purpose of eating out for women and married consumers and sociological and economic factors for male and single consumers. In another study, Akarçay and Suğur (2015) investigated the fast-food eating and drinking patterns of the new middle class in Eskişehir. As a result of interviews with 23 interviewers, the new middle class takes healthy diets and rarely realizes fast food consumption due to body form concerns. It was concluded that the consumption was generally occurred by necessity and by the will of the children. As it is clarified by these studies, it is obvious that activity of eating out is generally due to necessity. Some of the places where eating out takes place are artisan restaurants. The concept of artisan restaurant; is defined as the establishments where people who are strangers for each other do not hesitate to eat and drink by sharing the same table, where the fire of the grill burns all day long, pots are featured and, if necessary, providing tray-service to occupied employees who cannot leave the workplace. These businesses with their own unique table manners have intimacy for the shopkeepers who are constantly accepted as loyal customers and runs on intimacy and trust principles (Bulut, 2019; Uras, 2003). With the traditional heritage and mission owned, these are kinds of enterprises to be fussed by both the entrepreneurs who are trying to do this job or maintain their fathers' or grandfathers' business and the consumers (Ekşigil, 2017). There are a number of studies related to artisan restaurants in the literature. In a study, Güldemir (2014), aimed to reveal the working history of

Hacı Abdullah Restaurant, which dates back to 1888 and has passed on from master to apprentice and continues its business life until today. Because of unextra ordinary mode of working system of the enterprise; and as the enterprise under observation has an impact on the promotion of Turkish cuisine by hosting celebrities such as domestic or foreign statesmen, artists, and writers, this study is considered important. It is concluded that the restaurant has a traditional feature and the food and drinks offered represent the Turkish cuisine completely. Another study on artisan restaurants is the study of Bulut (2019) to determine the touristic value of Sivas Aşçıbaşı Meat Restaurant. In the research, the opinions of local and foreign tourists, guides, artists and administrators in the field of tourism, who visited the restaurant, were collected. As a result, Aşçıbaşı Meat Restaurant, which was taken as a sample in the study; is an important enterprise with its social and physical structure, production techniques and strategies, diversity in menu items and qualitative quality and relatively quantitative excessive properties in local gastronomic products; provides an important business that continues its development with the positive feedback it receives in its studies on creating gastronomic value for the city of Sivas, which is not a gastronomic tourism destination but increases the number of tourists it welcomes for culture, education, sports, winter, religion and business tourism. In this context, it has not been observed that there is no obligation to visit artisan restaurants and consumption in comparison to other companies that provides services of eating out. It can even be said that the number of visits and density is high.

In this study, Aşçı Bacaksız Restaurant, which has been operating in Afyonkarahisar from past to present, will be examined within the framework of authenticity. It is a fact that new generation artisan restaurants do not provide authentic presentation and are preferred due to obligatory reasons. Nowadays, the number of authentic restaurants, especially authentic artisan restaurants, is decreasing. Therefore, it is necessary to bring the artisan restaurants offering authentic presentations forefront and ensure their sustainability. The reason for this is that local authentic dishes, authentic restaurants and local life culture are seen as the tourist attraction components of sustainable gastronomy tourism (Akdağ and Üzülmez, 2017; Yurtseven, 2011). In this study carried out in this context, it is important to consider and thoroughly examine the Aşçı Bacaksız Restaurant. The reason why this research was carried out in Afyonkarahisar universe is that the province was included in the UNESCO Creative Cities Network in 2019 in the theme of gastronomy (Baytok, Pelit and Cerit 2020; United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization [UNESCO], 2019).

Methodology

Ethnographic case study method, which is one of the qualitative research methods, was used in this research. Qualitative research is defined as “a research in which qualitative data collection methods such as observation, interview and document analysis are used and a qualitative process is pursued to reveal perceptions and events in a realistic and holistic way” (Hazarhun & Koçak, 2019; Yıldırım & Şimşek, 2013: 45). The purpose of using the ethnographic event method is that it focuses on the understanding of human societies and cultures and that a single event will be examined in depth (Köklü, 1994). In the research, three different data collection techniques were used: observation, interview and document review. In this context, face-to-face meetings were held with the 4th generation entrepreneur of the restaurant. During the interview, 10 semi-structured questions were asked to the restaurant owner in order to reveal the authenticity in the restaurant, the answers were recorded with a voice recording system and then the records were translated into writing. The questions asked were as follows;

- ✓ Would you introduce yourself?
- ✓ What is the establishment story of Aşçı Bacaksız Restaurant?
- ✓ Could you tell us about the past of Aşçı Bacaksız Restaurant'?
- ✓ What is the source of cook's nickname?
- ✓ What are the instructions for preparing lamb tandoor at Aşçı Bacaksız Restaurant?
- ✓ What has changed and what has not changed at Aşçı Bacaksız Restaurant from past to present?
- ✓ Can you describe the Aşçı Bacaksız Restaurant as an artisan restaurant?
- ✓ What kind of problems do the artisan restaurants and Aşçı Bacaksız Restaurant have?
- ✓ What would you have done if you had the opportunity to re-establish Aşçı Bacaksız Restaurant'?
- ✓ What are the future plans of Aşçı Bacaksız Restaurant?

Relations were tried to be established between the answers given to the questions and the concept of authenticity. In the observation technique, many variables such as the environment of the enterprise, the materials used and the employees were observed. Nebioğlu (2017) 's article with the title of Gastronomy Tourism and Authentism: Case Study on a Local Restaurant "was used to determine whether the Aşçı Bacaksız Restaurant is authentic or not. In the study, an answer for the question "Is Aşçı Bacaksız a restaurant with authentic furnishing and equipments?" was sought.

Results Discussion and Suggestions

Local values, which are simplified away from reality within the framework of the concept of authenticity, can create serious destructions in terms of future and sustainable tourist image (İlsay, Şahin ve Doğubay, 2017). In this study for the absence of such demolitions, Aşçı Bacaksız Restaurant, which is one of the artisans restaurants that dates back to 1800s and has been operating from father to son, has been examined in depth within the framework of authenticity. The semi-structured questionnaire was contacted with the 4th generation operator of the restaurant. As a result of the data obtained as a result of the analysis of the interview, it was concluded that Aşçı Bacaksız Restaurant is an artisan restaurant with authentic elements.

Authenticity is a matter of the past as well as the present, that is, in other words, it is about objectification, preservation or revival of the past in terms of today (Günel, 1998). In this context, Aşçı Bacaksız Restaurant has come without spoiling its essence from past to present. Long run use of tables and chairs for 130 years unchanged, operating in the same work place since 1938, are all examples of practices to preserve and rejuvenate and objectify its past even today. Authentic food is considered as food that increase the attractiveness of the region which they belong to, to pass on to the next generations by preserving the local foods and cooking techniques that are formed with traditions from the past, to maintain the cultural heritage and social belonging (Akdağ and Üzülmez, 2017; Işıldar, 2016: 56). When evaluated in this context, it was found out that the lamb tandir kebab, Uzbek pilaf and creamy bread kadayıf served in the Aşçı Bacaksız Restaurant have been cooked and served with the same methods and techniques from past to present. For this reason, Kuzu Tandır (lamb tandoor kebab), Uzbek pilaf and Kaymaklı Ekmek Kadayıfı (kadayif with cream) are all examples of authentic foods.