

AĞLASUN İLÇESİNİN GASTRONOMİ TURİZMİ POTANSİYELİNİN BELİRLENMESİ, KÜLTÜR VE KIRSAL TURİZME ENTEGRASYONU

*Determination of Gastronomy Tourism Potential of Ağlasun District Integration of Culture And Rural
Tourism*

* Utku ONGUN
** Ali İNANIR
*** Olcay KİLİNÇ



ÖZET

Bu araştırmanın amacı kırsal ve kültür turizmi açısından zengin olan Ağlasun ilçesinin gastronomi turizmi potansiyelini yerel halkın bakış açısıyla ortaya çıkarmaktır. Araştırma verilerinin toplanmasında nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır. Verilerin analizinde de içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Betimsel analiz tekniği kullanılarak katılımcıların söylemlerine yönelik en belirgin alıntılara yer verilmiştir. Araştırma sonucunda yörenin gastronomik ürün potansiyelinin yüksek olduğu ve bu ürünlerin yöresel sunumlarının kırsal ve kültür turizmine uyumunun önemli bir turizm çekiçliği olabileceği sonucu elde edilmiştir. Ayrıca, Ağlasun ilçesinin gerek ulusal gerekse uluslararası boyutta yemek kültürünün tanıtılmasında yerel halkın yaptığı faaliyetlerin önemli etkisi olduğu anlaşılmıştır. Ağlasun ilçesine ait sülük aşısı, göce sarması, kömbe, çifne (cize), tarhana çorbası, ırmık helvası, bazlama, gözleme ve pişi, turp aşısı, mısır ekmeği, kabune pilavı, dirgit, akça katık ve ekmeğe aşısı (papara) gibi yöreye has yemeklerin olduğu belirlenmiştir. Özellikle bu durum kırsal ve kültür turizmi potansiyeli olan yörenin gastronomik açıdan da zengin olduğu sonucunu ortaya çıkarmıştır. Bu araştırma özellikle yörenin gastronomik envanterinin ortaya konulmasına katkı sağlaması ve literatürde yöreyle ilgili gastronomi turizm potansiyelinin belirlenmesi açısından var olan boşluğu dolduracağı düşünülmektedir. Bununla birlikte araştırmanın özellikle sadece görüşme yöntemiyle 14 kişi ile gerçekleştirilmesi araştırma açısından bir kısıtlılıktır. Araştırma; kırsal turizm, kültür turizmi ve gastronomi turizmi açısından yörenin çekicilikleri ve yöresel mutfak hakkında bilgi sağlar niteliktedir. Bundan sonraki çalışmalarda bu konudaki eksikliklerinin giderileceği umulmaktadır.

doi.org/10.32958/gastoria.581700

Yazar Bilgileri

ORCID:

* 0000-0002-0722-6382

**0000-0001-8647-3375

***0000-0002-1369-3139

Email:

*utkuongun@mehmetakif.edu.tr

**ainanir@mehmetakif.edu.tr

***olcaykilinc@mehmetakif.edu.tr

Anahtar Kelimeler: Ağlasun, gastronomi, kırsal turizm, kültür turizmi.

ABSTRACT

The aim of this research is to reveal the gastronomic tourism potential of Ağlasun, which is rich in rural and cultural tourism, from the point of view of local people. Content analysis method was used for data analysis. In the evaluations, the descriptive analysis technique was used and the most prominent quotations were given to the participants' discourse. As a result of the research, it is concluded that there are many gastronomic products of the region and when these products are presented to tourists in a region specific to the region, it can be an important tourism attraction when integration into rural and cultural tourism is achieved. In addition, it has been understood that the activities of the local people are important in introducing the food culture of Ağlasun district both nationally and internationally. A variety of dishes such as sülük dish, stuffed vine-leaves with bulgur, Kömbe, Çifne (cize), tarhana soup, semolina halva, flat baked bread, pancake and friedcake, radish dish, corn bread, kabune pilaf, dirgit, akça katık and bread dish (papara) which are typical to Ağlasun have been determined to exist. In particular, this situation is rich in the culture, depending on the potential of rural and cultural tourism in the region has emerged as a very rich in the cuisine of the region. This research is expected to contribute to revealing the gastronomic inventory of the region and to fill the gap regarding gastronomic tourism in the region. On the other hand, it is a limitation of the study to be conducted with only 14 participants with interviewing method. Research provides information on local attractions and local cuisine in terms of rural tourism, cultural tourism and gastronomic tourism. It is expected that the shortcomings in this subject will be solved in the following studies.

Keywords: Ağlasun, gastronomy, rural tourism, cultural tourism.



GİRİŞ

Günümüzde küreselleşme ve teknolojinin gelişmesine bağlı olarak rekabetin artması turistik destinasyonlarında rekabet sağlama adına farklı turistik ürünlere yönelmesine neden olmaktadır. Bu doğrultuda kırsal turizm, kültür turizmi ve buna entegrasyonu sağlanabilen gastronomi turizmi son zamanlarda ciddi bir şekilde ön plana çıkmaktadır.

Yöresel yemekler, yerel ve otantik gıda maddeleriyle evlerde hazırlanan veya bir restoran ya da bir şehrin özelliği olan yemekler olarak tanımlanmaktadır (Çuhadar vd., 2016: 126). Bu yemekler, bir bölgedeki tarihsel süreç içerisinde gelişerek, nesilden nesile aktarılan bölgeye ait gıdaların kullanılmasıyla oluşmaktadır. Yöresel mutfak unsurları geçmişten günümüze değişime uğrayarak gelebileceği gibi, bölgede yaşayan farklı kültürlerin farklı yorumları ile ortaya çıkan motifler de olabilmektedirler. Bir yörenin sahip olduğu iklim şartları, coğrafi şartlar ve bölgeye has karakteristik özelliklerin yöre halkı tarafından harmanlanması sonucu oluşan bölgeye özgü yemeklerin oluşturduğu bir kavram olan yöresel mutfaklar bölge halkı ve bölgeyi ziyaret eden konuklar için önemli bir yer tutmaktadır (Şengül ve Türkay, 2016: 91).

Türkiye’de birçok destinasyonda, gastronomi turizmi ve birleşenlerinden biri olan yöresel mutfak unsurları destinasyonun çekiciliklerini arttırma potansiyeline sahiptir (Şengül ve Türkay, 2016: 91). Bu bağlamda bu araştırmanın amacı kırsal ve kültür turizmi açısından zengin olan Ağlasun ilçesinin gastronomi turizmi potansiyelini yerel halkın bakış açısıyla ortaya çıkarabilmektir. Ağlasun’un sahip olduğu kırsal ve kültür turizm potansiyelinin gastronomi turizmi potansiyeli ile desteklenmesi, turistik çekiciliklerin artması açısından önemlidir. Araştırmanın yapısına uygun olarak nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Kavramsal çerçevede kültür turizmi, kırsal turizm, gastronomi turizmi ve Ağlasun ilçesinin turizm potansiyeli hakkında bilgiler verilmiştir.

Kültür Turizmi

Kültür turizmi kavramını daha iyi anlama adına öncelikle kültür kavramını irdelemek gerekmektedir. Kültür kelimesinin etimolojik kökeni incelendiğinde Latince ‘tarım’ anlamına gelen ‘Cultura’ kelimesinden türemektedir. Kültür, sosyal antropoloji, sosyal psikoloji, tarih, coğrafya, sosyoloji, hukuk, sanat, felsefe, edebiyat gibi birçok alanı etkileyen bir olgudur (Gülcan, 2010: 101). Bu nedenle toplumların geleneklerini, göreneklerini, örflerini, adetlerini, edebiyatını, hukukunu, felsefesini ve birçok alanını, yani genel olarak yaşam biçimini şekillendiren önemli bir olgudur. Kavram olarak kültür, bireyin, toplumun bir ferdi olarak elde ettiği bilgi, inanç, sanat, hukuk, adet, gelenek, ahlak, alışkanlık ve yeteneklerin karmaşık olarak toplamı diye ifade edilmektedir. Genel olarak kültür kavramı, bir toplumun paylaştığı ve üyeleri olan fertlere yaydığı görüşler, değerler ve algıların bütünü olarak ifade edilmektedir (Haviland vd., 2008; Saçılık ve Toptaş, 2017: 108). Bu tanımlardan yola çıkarak kültürün birden çok özelliği ortaya konulabilir.

Genel olarak kültürün özellikleri incelendiğinde kültür, öğrenilir, uyarlanabilir, dil yolu ile nesilden nesile aktarılabilir, bireyler birbirleri arasında paylaşabilir, sınırlayıcı ve



simgeleyici gibi birbirini tamamlayan çeşitli unsurlardan oluşur, doğuştan değil bireyler tarafından sonradan öğrenilebilir, belli bir gruba aittir, kendine dâhil ettiği grup üyelerinin davranışlarını doğrudan etkiler ve nesiller arası geçişte değişime uğrayabilme özelliğine sahiptir (Mead, 1998: 105; Mutlu, 1999; Yeşil, 2013: 55). Bu özelliklere sahip kültür olgusu günümüzde ulaşım araçlarının gelişmesi, teknolojinin gelişmesi ve küreselleşme gibi etmenlere bağlı olarak bireylerde farklı özellikteki kültürlerle sahip olan yerleri görme ve bu kültürlerle kendi kültürlerini kıyaslama arzusu ortaya çıkarmış, bu durumda kültür turizmi denilen kavramın ortaya çıkmasında etkili olmuştur (Nuryanti, 1996: 254-255).

Kültür turizmi ile ilgili olarak literatürde farklı tanımların yapıldığı görülmektedir. Kültür turizmi, bireylerin kültürel ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla sürekli ikamet ettikleri yerlerden yeni bilgiler ve deneyimler elde etmek, kültürel ihtiyaçları karşılamak amacıyla farklı yerlere seyahat etmek olarak ifade edilmektedir. Diğer bir tanıma göre ise kültür turizmi, festival, folklor, tiyatro, sergi gibi sanatsal etkinliklere dâhil olmak, geçmişte yaşamış uygarlıklar ile kültürel değerleri tanımak tarihi mekânları ve toplumun yaşam şekillerini görmek için yapılan geziler olarak ifade edilmektedir. En genel tanıma göre ise kültür turizmi, konukların ziyarete gittikleri yerlerdeki tarihi ve bir ulusa ait değerleri görmesi ve tanınması olarak ifade edilmiştir (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002: 6-7; Üsküdar vd., 2014: 69). Genel olarak tanımlara bakıldığında kültür turizminin çok kapsamlı bir olgu olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu tanımlardan yola çıkarak kültür turizminin belli özellikleri ifade edilebilir (Richards, 1996: 190-191; Emekli, 2006: 55; Çulha, 2008: 1829);

-Turizmin deniz, kum, güneş üçlüsünden kurtularak 12 aya yayılmasında oldukça etkili olan bir turizm türüdür. Aynı zamanda deniz, kum ve güneş turizmi amaçlı gelenlere alternatif turistik olanaklar sunan bir turizm türüdür.

-Her yörenin kültür turizmi olanakları kendine özgü olduğundan yörelere rekabet avantajı sağlayan bir turizm türüdür. Konuğun kaynağı görme amaçlı kaynağın bulunduğu yöreye gitme zorunluluğu da yöreye büyük bir rekabet avantajı ve yörenin ekonomik olarak kalkınması avantajı sağlar.

-Turistlerin birbirleriyle etkili iletişim kurmalarını sağlayan bir turizm türüdür.

-Destinasyonlarda işsizliğin azalmasını sağlar.

-Ülkelerin ortak miraslarını öğrenme konusunda milletlere fırsat sağlayan bir turizm türüdür.

-Kültür turizmi bir yörenin tanıtılması açısından önemli bir reklam ve propaganda aracıdır.

-Kültür turizmi, turizmde arz ile talep arasındaki dengenin sağlanmasında etkili bir güce sahip olan turizm türüdür.

-Kültür turizmi, temelde kaynakların korunmasına olanak sağlayan bir turizm türüdür. Fakat kaynakların restorasyonun da kaynakların özü korunmadığında ve kaynaklar iyi yönetilmediğinde bozulmaya ve yıpranmaya neden olur.

Kültür turizmi etkinliklerine katılan konukların genel profili ele alındığında eğitim düzeyleri ve gelirleri yüksek, orta yaş üstü kişilerden oluştuğu görülmektedir. Kültür turizmi daha az turistin daha çok harcama yaptığı bir turizm türü olarak ortaya çıkmıştır (Öztaş ve Karabulut, 2007: 133). Bu nedenle, sayılan bu özelliklere sahip olan konuklara



yönelik olarak yapılan reklam ve tanıtım faaliyetleri ile turistlerin talebi arttırıldığında kültürel kaynağa sahip olan yörenin etkin bir şekilde kalkınması sağlanabilir.

Kültür turizmi kaynakları konusunda Türkiye adeta bir açık hava müzesi olarak ifade edilebilir. Anadolu Uygarlıklarından, Makedonyalılardan, Romalılarından, Selçuklulardan, Osmanlılardan ve Modern Türkiye Cumhuriyeti'nden günümüze kadar birçok kültürel turizm kaynağı Türkiye'de mevcuttur. Fakat Türkiye'de sadece kültürel müze ve ören yerleri tanıtılmakta ve bunlar üzerinden kültürel turizm yapılmaktadır. Gelenek, görenek, örf, âdete dayanan kaynaklar üzerinden kültür turizmi çokta yapılmamaktadır. Ancak son yıllarda kırsal alanlardaki doğal ve kültürel çekicilikler talep görmektedir. Değişen turistik talep eğilimleri kırsal turizme olan talebi de arttırmıştır. Bu talep sonucunda insanlar kırsal alanlara dinlenmek ve farklı turizm tecrübeleri yaşamak amacıyla, doğal çekiciliklerin yanı sıra kırsal alanlardaki kültürel çekicilikler ve yöresel yemeklere de ilgi duymaya başlamışlardır. Bu doğrultuda gastronomi turizminin, kırsal turizm ve kültürel turizmle bütünleşmesi kaçınılmaz olmuştur (Kodaş ve Eröz, 2012: 172). Kısacası, farklı alternatif turizm olanaklarının birbirleriyle entegrasyonu sayesinde kültür turizmi Türkiye'de daha da gelişen bir ivme yakalamaya başlamıştır.

Kırsal Turizm

Kırsal turizm, alternatif turizm türleri ile son derece uyumlu ve diğer turizm türlerinin alternatifi ve/veya tamamlayıcısı olarak önemi her geçen gün artmaktadır (Uçar vd., 2010: 4). Kırsal alanlarda yapılan tüm aktiviteleri kırsal turizm kapsamında değerlendirmek mümkündür (Soykan, 1999; Nilsson, 2002; Esengün, vd., 2002; Aydın, 2012).

Kırsal turizm, bireylerin sürekli ikamet ettikleri yerler dışında kalan kırsal bölgeleri ziyaretleri; ziyaret ettikleri yerlerdeki yerlilerin ürettikleri ürünleri, bölgenin doğal yapısı ile örtüşen mekanlarda talep etmeleri ve bölgeye para kazanma amacı ile gelen kişilerin sürekli olmayan konaklamaları sonucunda oluşan olayların ve faaliyetlerin bir bütünüdür (Akça, 2004: 63).

Kırsal turizm; “kişilerin doğal ortamlarda dinlenmek ve değişik kültürlerle bir arada olmak amacıyla bir kırsal yerleşmeye gidip, orada konaklamaları ve o yöreye özgü etkinlikleri izlemeleri ya da katılmalarıyla gerçekleşen bir turizm türüdür” (Soykan, 1999: 68).

Kırsal turizm, kırsal alanlarda yaşayan insanlarla iç içe gerçekleştirilen, soyut ve somut çekiciliklerin kırsal turistik ürünü meydana getirdiği, sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda gerçekleştirilen bir turizm çeşididir (Çeken vd., 2012: 12). Bu tanımların yanı sıra kırsal turizm, doğal ve sosyo-kültürel mirasın koruyan, bölgesel kalkınmayı destekleyerek bölge halkının yaşam kalitesinin yükselmesine sosyal ve ekonomik açılarından katkısı bulunan bir turizm olarak tanımlanabilir (Haberal, 2015).

Kırsal alanlardaki doğal ve kültürel varlıkların zenginliği ve çeşitliliği kırsal turizmin geliştirilmesi açısından önemli bir potansiyel arz etmektedir. Son yıllarda turistlerin kültürel mirasa olan ilgileri gelişen kültürel turizm, özellikle arkeolojik yerlerin, geçmiş medeniyetlere ilişkin değerlerle birlikte süregelen yaşam biçimleri, gelenek, görenek, el sanatları, ören yerleri, yöreye ait geleneksel yiyecek içecek çeşitliliği ve alışkanlıkları gibi kültürel değerlere ilgi gösterilmesiyle gelişme göstermiştir (Kodaş ve Eröz, 2012: 173).



Kırsal alanların, turizm bölgesi olabilmesi için, tercih eden turistlerin talep ve beklentilerini karşılayabilecek özelliklere sahip olması gerekmektedir (Bozok ve Karaman, 2018). Bu özellikler şunlardır:

- Coğrafi konumunun erişebilirliği ve ulaşılabilirliği,
- Doğal, tarihi ve kültürel zenginliklere sahip olması,
- Fauna ve flora zengin çeşitliliği,
- Festival ve çeşitli etkinlikler,
- Altyapı ve üstyapının yeterli düzeyde olması,
- Yöresel yemeklerin yapıyor olması ve gelen turistlere sunulabilmesi,
- Yerel halk kırsal turizm bilincine sahip olmasıdır.

Türkiye’de kırsal turizmin önemi son yıllarda giderek anlaşılmaya başlanmış ve turizm politikaları içerisinde sıklıkla adı geçen geliştirilmesi gerekli alternatif turizm türlerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Kodaş ve Eröz, 2012: 170). Kırsal turizm öncelikle turizmin belli aylardaki yoğunluğunun bütün yıla dağıtılmasına katkı sağlamaktadır. Turizm gelirlerinin bölgeler arası eşitsiz dağılımının giderilmesine katkı sağlamaktadır. Ayrıca çok farklı talep yapısına sahip turist gruplarına hitap edebilmektedir (Çeken vd., 2012: 13).

Gastronomi Turizmi

Gastronomi, yörenin kültürünü ve yöresel yemekleri inceler. Yenilebilir tüm maddelerin hazırlanması ve sunumunu içeren bir süreçtir. Gastronomi turizmi ise, yöreye özel bir yemek türünü tatmak veya bir yemeğin üretim aşamalarını görmek amacıyla, özel alanları ziyaret etmek şeklinde tanımlanabilir (Çimen, 2016: 310).

Toplumları diğer toplumlardan ayırt eden özelliklerinden bir tanesi mutfak kültürüdür (Dilsiz, 2010). Mutfak kültüründeki farklılıkların turistik ürüne dönüşerek turistik çekicilik haline gelmesi mümkündür. Turistik çekimyerlerindeki rekabetin artması sonucunda yöresel kültürler turistleri memnun edebilmek için yenilikçi ve tatmin sağlayan ürünler ve aktiviteler ortaya koymak açısından önemli bir unsur olarak görülmektedir. Gastronomik değerler bu anlamda sadece yeme-içme ihtiyacını gideren değil, doğrudan bir turistik deneyim olarak önemli bir role sahip ürün olarak görülmelidir. Çünkü günümüz yaşamında gastronomi başlıca bir kimlik göstergesi olarak kabul edilmektedir (Richards, 2011, 3).

Yiyecek ve içecekler içerisinde oldukları kültürün önemli bir parçasıdır. Bu nedenle yöresel mutfaklar bir bölgenin kültürü ile tanışmanın ve bölgenin kültürünü tanıyarak, o kültür ait bilgi ve deneyimlerini elde etmenin en önemli ve en kolay yöntemlerindedir. Bir çekimyerini değişik nedenlerle ziyaret eden turistler, sözkonusu çekimyerine ait yöresel mutfaklarla tanışmak ve bu mutfaklara özgü olan yiyecek-içecekleri tatmak isterler. Bu nedenle yöresel mutfakların turistlerle yerli kültür arasında kurulan ilişkide oynadığı rol turizm için son derece önemlidir. Küreselleşme ve günümüz yaşam şartları etkisi ile her geçen gün birbirine daha çok benzeyen kültürlerin yozlaşmasına karşı olarak, yöresel kültürler ve yöresel kültürlere ait yiyecek-içecekler, çekimyerlerinin pazarlanmasında farklılık göstermesi açısından önemli bir unsurdur (Zağralı ve Akbaba, 2015).



Yiyecek ve içeceklerin müşteri tatmini konusunda hizmet kalitesinin hemen altında dördüncü faktör olarak yer aldığı görülmektedir (Rimmigton ve Yüksel, 1998). Bu bağlamda yöresel yiyecek ve içeceklerin turistlere değişik ve ayrıcalıklı deneyimler yaşatması, turistlerin tatil deneyime olumlu etki edecektir. Yiyecek içecek tüketimi şekli ve boyutu turizm açısından çok önemli olmasına rağmen bu alandaki akademik yayın sayısı turizmin diğer alt konularına oranla az oluşu birçok bilim insanını tarafından şaşırtıcı bulunmaktadır (Mak vd., 2012). Gastronomi turizmine katılan turist sayısının her geçen gün arttığı düşünüldüğünde, özellikle yöresel yiyecek ve içeceklerin turistik ürün haline getirilmesi destinasyonlara rekabet avantajı sağlayacaktır (Canizares ve Guzman, 2012). Bu açıdan belirli bir yöreye has olarak üretilen ve tüketilen yiyecek-içeceklerin tanıtımının yapılarak potansiyel turistler tarafından fark edilmesi turistik önemli bir çekicilik olarak görülmektedir. Ancak sözkonusu çekiciliklerin ürün olarak değerlendirilebilmesi için, ulaşılabilirlik, turistik işletmeler, etkinlikler ve imaj unsurlarının da bir bütün olarak oluşturulması gerekmektedir. Tüm bu sebeplerle bir mutfak kültürüne ait bir yiyecek veya içecek restoranlarda tüketicilere sunulmadıkça ulaşılabilir olmayacaktır ve ürün olarak değerlendirilemeyecektir (Kılınç vd., 2017).

Yöresel yiyecek ve içeceklerin restoran menülerinde yer alması işletmeler ve destinasyonlarda rekabet açısından farklılıkların ortaya konması açısından önem taşımaktadır. Genel olarak turizm açısından konu ele alındığında yöresel gastronomik değerlerin uluslararası turistleri kabul eden turizm işletmelerinde kullanımı, yöresel kültürlerin daha geniş bir kesim tarafından bilinmesine ve bu yörelerin de çekim merkezi haline gelmesine katkı sağlayabilmektedir (Mil ve Denk, 2015). Yöresel yiyecek ve içeceklerin turistik bir ürün olarak tüketicilere sunulması ile çekimyerlerinin genel çekiciliği de olumlu olarak etkilenecektir (Ayaz ve Çobanoğlu, 2017). Tüm bu bakış açısı ile yöresel gastronomik ürünlerin restoran menülerinde yer bulması hem turizm işletmelerine rakiplerine göre üstünlük sağlamalarına neden olacak, hem de turizm sektörünün bir parçası olarak içinde yer aldıkları destinasyonların da genel olarak çekiciliğini arttıracaktır (Kılınç ve Kılınç, 2018).

Kırsal alanları tercih eden turistlerin buraları tercih etme nedenleri arasında yöresel yemeklere, yöresel kültüre ve geleneksel yaşam biçimine olan ilgidir. Buraları tercih eden turistler kırsal bölgelerin gelişmesine ve kalkınmasına katkıda sağlamaktadır (Avcıkurt ve Köroğlu, 2008).

Türkiye kırsal turizm, kültür turizmi ve gastronomi turizmi anlamda çok zengin arz kaynaklarına sahip olması nedeniyle ve çok çeşitli medeniyetlere ev sahipliği yapması uluslararası turizm pazarında oldukça ilgi çekmektedir (Kodaş ve Eröz, 2012: 174).

Gastronomi turizmini ele alan alanyazında oldukça fazla çalışmanın olduğu görülmektedir (Çimen, 2016; Başaran, 2017; Yılmaz, 2017; Aktaş Alan ve Suna, 2018; Tuna ve Özyurt, 2018: Paslı ve Çelikkanat, 2018).



Ağlasun, Türkiye'nin Akdeniz Bölgesi'nin Göller Yöresi sınırları içinde topraklarının tamamı bulunan Burdur sınırları içinde bir ilçe olup, aynı zamanda bu ilçenin merkezi olan kasabanın adıdır. ilçenin toprakları kuzey ve doğudan Isparta, batıdan Burdur merkez ilçe, güney batıdan çeltikçi ve güneyden de Bucak ilçesi ile çevrilmiştir. Bünyesinde 9 tane köy yerleşkesi bulunan Ağlasun'un yüzölçümü ise yaklaşık olarak 308 km² dir (Ceylan, 2015: 5). Yöre turizm potansiyeli açısından oldukça zengindir. İlçenin Yeşilbaşköy'ü kırsal turizm açısından yayla kent evleri, su değirmeni ve ağlasun sınırları içinde bulunan TaTuTa (Tarım, Turizm ve Takas) çiftlikleriyle oldukça zengindir (Ongun ve Gövdere, 2014: 53; Ongun vd., 2015: 105). Ağlasun kırsal turizmin yanında oldukça fazla turist tercih ettiği kültür turizmi konusunda oldukça zengindir. Kültür turizmi konusunda en fazla turist tercih ettiği yer Sagalassos Antik Kenti'dir. Sagalassos Antik Kenti'ni 2018 yılında 48.247 yerli ve 2.798 yabancı turist toplamda da 51.045 turist ziyaret etmiştir (www.burdurmuzesi.gov.tr, 2019).

Greek Dönemi'nde Pisidia'nın başkenti olan Sagalassos'ta; İskender Tepesi, Hadrian ve Antoninus Pius İmparatorluk Külk Alanı, erken Bizans Sur Duvarı, Sütunlu Cadde, Tiberius Kapısı, Aşağı Agora, Severuslar Çeşmesi, Hadrian Çeşmesi, Apollo Klarios kutsal alanı içinde Hristiyan Bazilikası, Odeon (kapalı tiyatro), İmparatorluk Dönemi Roma Hamamı, Kent Konağı, Macellum (gıda pazarı), Yukarı Agora, Antoninler Çeşmesi, Meclis Binası, Aziz Mikael Bazilikası, Hellenislik Çeşme, Neon Kütüphanesi, 12.000 kişi kapasiteli tiyatro ve kaya mezarları bulunmaktadır (İnanır vd., 2015: 334; www.tursaga.com, 2019).

Ağlasun ilçesinin doğal ve çevresel özellikleri, yöresel ürünleri, el sanatları, yerel mimari ve yerel yemekler (Ceylan, 2014: 239) ve Temmuz ayında yapılan Ulusal Kiraz Festivali (Ongun ve Gövdere, 2014: 53) kırsal turizmin gelişmesine yardımcı olacak etmenlerdir. Sagalassos'a ziyarete gelen turistlere Ağlasun ilçesinin Mamak beldesinde toprak kap üretimini yerinde izlemeleri ve kendilerinin de bu üretim faaliyetine katılmaları sağlanmalıdır. Diğer taraftan bağcılık yörede halen sürdürülen ekonomik bir faaliyettir. Bağbozumu mevsiminde turistler bağbozumu faaliyetine katılabilir ve üzümlerden nasıl pekmez yapıldığını izleyebilirler (Ceylan, 2014: 240).

YÖNTEM

Yerel halkın bakış açısıyla Ağlasun İlçesi'nin gastronomi turizm potansiyelini ortaya koymak amacı ile gerçekleştirilen çalışmada öncelikle ilgili alan yazın taraması gerçekleştirilmiştir. Alan yazın taraması sonucunda çalışmanın amacını gerçekleştirebilmek için dört farklı araştırma sorusu belirlenmiştir. Bu sorular;

- Yöreye ait yöresel yiyecekler nelerdir?
- Yöresel yiyeceklerin yapımında kullanılan malzemeler nelerdir? Nasıl yapıp sunulmaktadır?
- Yöresel yiyecekler turistlere nasıl sunulabilir?
- Yöresel yiyecekler turizmde bir çekicilik unsuru olabilir mi? Nasıl olabilir?

Araştırma sorularına derinlemesine cevap bulabilmek için nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Bu bağlamda nitel araştırma yönteminin ve çalışmada nitel araştırma yönteminin seçilme nedenlerinin açıklanması yararlı olacağı düşünülmektedir.



Nitel araştırma yöntemleri, nicel araştırma yöntemlerinden farklı olarak, farklı bilgi parçacıklarından yola çıkarak bütünü veya kuramı kendisi oluşturması için gerekli olan birincil veya ikincil verilerin elde edilmesine aracılık eden bir yöntemdir (Kozak, 2017: 29). Tanım olarak nitel araştırma, gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi farklı nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir şekilde ortaya çıkarılmasına yönelik sürecin izlendiği araştırma olarak ifade edilebilir. Nitel araştırmada, belli bir konu ile ilgili araştırma yapılırken o konunun “ne kadar” veya “ne kadar iyi” öğrenmekten ziyade daha geniş bir bakış açısı ortaya koyma ön plana çıkmaktadır. Burada araştırma sürecine konu olan katılımcıların deneyimleri doğal ortamda gözlemlenmeye ve raporlaştırılmaya çalışılmaktadır (Büyüköztürk vd., 2014: 234). Aynı zamanda nitel araştırma, karışık konuların anlaşılması ve olayların daha detaylı ele alınması avantajını ortaya çıkaran bir yöntemdir (Yüksel vd., 1999: 359).

Nicel araştırmalarda güç analiz ve etki büyüklüğü hesaplamaları örneklem büyüklüğünü belirlemede önemli olmasına rağmen, nitel araştırmalarda bu konu tartışılması gereken bir durumdur. Çünkü kültürel, sosyal veya kişisel ifadeleri tanımlayan standart ölçek ve test olmadığı gibi istatistiksel güç analizi yapmak için ifadelerin dağılımını belirleyen olasılık modelleri de söz konusu değildir. Bazı bilim insanları nitel araştırmanın sonuçlarının tüm evrene genelleme amacı olmadığı için, bir ya da iki vakanın araştırma süreci için yeterli olduğundan bunun hesaplanamayacağını ileri sürmüşlerdir (Başkale, 2016: 27). Araştırmacılar özellikle daha derinlemesine bilgi edinmek istediklerinden çalışmalarının kapsamına uygun olan örnekleme seçmeleri gerekmektedir. Bu sebeple seçkisiz örnekleme yöntemi pek tercih edilmez. Bu nedenle birçok nitel araştırmada örneklem amaçlı olarak tercih edilmektedir. Buradaki amaç seçilen örneklemin daha geniş bir örnekleme temsil etmesi değil, kısıtlı olarak belirlenen örnekleme konu ile ilgili daha fazla bilgi toplayabilecek bireylerin var olmasıdır (Büyüköztürk vd., 2014: 239; Yağar ve Dökme, 2018: 3). Yani nitel araştırmalarda örneklem kitlesi nicel araştırmaya göre oldukça küçüktür (İnanır, 2018: 100). Bu araştırmada veri toplamak için örneklemin kısıtlı olması ve derinlemesine bilgi toplanmak istenmesi nedeniyle nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir.

Nitel araştırmalarda verilerin elde edilmesi doküman incelemesi, odak grup görüşmesi, gözlem ve görüşme aracılığı ile gerçekleştirilebilir (Merriam, 2013). Bu araştırmada zaman ve maliyet gibi kısıtlılıklardan dolayı sadece görüşme yöntemi kullanılmıştır. İlk önce yörede tanınan aşçı (K1) ile görüşme gerçekleştirilmiştir daha sonra bu kişi vasıtasıyla görüşme yapabileceğimiz kişilerin bilgileri temin edilmiştir. Görüşmeler tavsiyeler ışığında, kartopu örneklem yöntemiyle yöredeki 45 kişi 3 - 25 Kasım 2018 tarihleri arasında ziyaret edilmiş, ancak görüşmeyi kabul eden 14 kişi ile derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler yaklaşık 30 dakika sürmüştür. Araştırmada verilerin toplanmasında mülakat tekniği ve yarı yapılandırılmış soru formu yardımıyla gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler daha sonra transkriptler haline getirilmiştir. Verilerin analizinde de içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Geçerlilik ve güvenilirliği sağlama adına içerik analizi alanında uzman iki turizm akademisyeni tarafından gerçekleştirilmiş ve bulgular doğrudan alıntılar vasıtasıyla desteklenmiştir.



Araştırmanın Amacı ve Önemi

Gastronomi turizmi, son zamanlarda katılım oranı yüksek bir turizm türü haline gelmiştir. Özellikle yöreye özgü gastronomik yemeklerin diğer alternatif turizm türleri ile uyumunun sağlanması yörenin tanıtımı ve rekabet edebilmesi açısından önem arz eden bir konu haline gelmiştir. Bu bağlamda bu araştırmanın amacı kırsal ve kültür turizmi açısından oldukça önemli bir potansiyeli olan Sagalassos Antik Kenti'ne ev sahipliği yapan Ağlasun ilçesinin gastronomik turizm potansiyelini yerel halkın bakış açısıyla ortaya koymaktır. Bu araştırma, yörenin, gastronomi, kırsal ve kültür turizmi entegrasyonu sağlaması açısından önem arz etmektedir. Aynı zamanda genelde Türkiye'nin, özelde de Akdeniz Bölgesi'nin gastronomi envanteri oluşumuna katkı sağlaması bakımından da önem arz etmektedir.

BULGULAR

Bulguların sunulmasında 14 adet katılımcı K1 den K14'e kadar kodlanmıştır. Bu doğrultuda ilk olarak katılımcılara ait demografik bulgular aşağıdaki Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcılara Ait Demografik Bulgular

Katılımcı	Yaş	Cinsiyet	Eğitim Durumu	Meslek
K1	44	Erkek	Ortaokul	Aşçı
K2	40	Kadın	Lisans	İşçi
K3	37	Kadın	Lisans	İşçi
K4	33	Kadın	Ortaokul	Ev hanımı
K5	24	Kadın	Ön lisans	İşçi
K6	52	Kadın	İlkokul	Ev hanımı
K7	49	Kadın	İlkokul	Memur
K8	30	Kadın	Ortaokul	İşçi
K9	35	Erkek	Ön lisans	İşçi
K10	25	Kadın	Ortaokul	Ev hanımı
K11	86	Kadın	İlkokul	Emekli
K12	83	Kadın	İlkokul	Ev hanımı
K13	80	Kadın	İlkokul	Ev hanımı
K14	78	Kadın	İlkokul	Ev hanımı

Katılımcılara ait yaş, cinsiyet, eğitim durumu ve meslek ile ilgili demografik bulgular incelenmiştir. Bu doğrultuda katılımcıların yaşları 24 ile 86 yaşları arasında değişmektedir. Yaş ortalaması yaklaşık olarak 50'dir. Katılımcıların cinsiyetleri incelendiğinde katılımcıların çoğunluğu (12 tanesi) bayanlardan oluşmaktadır. Katılımcılardan çok azı (2 kişi) erkektir. Katılımcıların eğitim durumu incelendiğinde 6 kişi ilkokul, 4 kişi ortaokul, 2 kişi ön lisans ve 2 kişide lisans mezunudur. Katılımcıların meslek grupları incelendiğinde



ise katılımcıların 6 tanesi ev hanımı, 5 tanesi işçi, 1 tanesi aşçı, 1 tanesi memur ve 1 tanesi de emeklidir.

Katılımcılardan elde edilen bulgular sonucunda yapılan içerik analiziyle elde edilen kategori ve alt kategoriler Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2. Kategori ve Alt Kategori

Kategori	Alt Kategori
Yöresel yiyecekler	Sülük aşısı (K1, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K10) Göce sarması (K1, K2, K4, K5, K8, K9) Kömbe (K1, K2, K4, K7, K8, K11) Çifne (cize) (K1, K2, K3, K4, K7, K8) Tarhana (K1, K5, K7, K8, K12) İrmik helvası (K1, K3, K4, K14) Bazlama, gözleme ve pişi (K1, K2, K5, K12) Turp aşısı (K3, K5, K11) Mısır ekmeği (K1, K3) Kabune pilavı (K1, K3) Dirgit (K3) Akça katık (K4) Ekmekek aşısı (papara) (K6, K13)
Malzemeler ve sunum	Hamur (K1, K2, K3, K4, K5, K6, K8, K10, K11, K12, K14) Tereyağı (K1, K3, K4, K5, K6, K8, K9, K10, K12) Asma yaprağı (K1, K4, K9) Fasulye (K1, K2, K3, K4, K6). Pirinç (K1, K3, K4) Salamura (K4) Ceviz (K1, K2, K3, K4, K5, K6, K8, K10, K11, K14) Çökelek (K1, K3, K4, K10)
Turistlere sunum	Yerel halk (K1, K2, K4, K5) Yöresel ürünler (K2, K3) Yöresel sunum (K2) Yöresel mekan (K5, K11) Doğal ortam (K1, K5, K9, K10) Süsleme (K6) Misafirperverlik (K9, K10)
Turizmde çekicilik	Tanıtım (K1, K4) Enformasyon (K6, K7) Entegrasyon (K5, K9, K12) Güler yüzlü hizmet (K6) Koruma (K9)

Katılımcılardan elde edilen bulguların içerik analiziyle analiz edilmesi sonucunda dört adet kategori ve bu dört adet kategori altında 33 adet alt kategori meydana gelmiştir. Bu



doğrultuda yöresel yiyecekler kategorisi altında; sülük aşısı, göce sarması, kömbe, çifne (cize), tarhana, ırmık helvası, bazlama, gözleme ve pişi, turp aşısı, mısır ekmeği, kabune pilavı, dirgit, akça katık ve ekmeğe aşısı (papara) alt kategorileri meydana gelmiştir. Malzemeler ve sunum kategorisi altında; hamur, tereyağı, asma yaprağı, fasulye, pirinç, salamura, ceviz ve çökelek alt kategorileri meydana gelmiştir. turistlere sunum kategorisi altında; yerel halk, yöresel ürünler, yöresel sunum, yöresel mekan, doğal ortam, süsleme ve misafirperverlik alt kategorileri oluşmuştur. Turizmde çekicilik kategorisi altındada; tanıtım, enformasyon, entegrasyon güler yüzlü hizmet ve koruma alt kategorileri ortaya çıkmıştır.

Yörenin yerel gastronomik ürünleri; sülük aşısı, göce sarması, kömbe, çifne (cize), tarhana, ırmık helvası, bazlama, gözleme ve pişi, turp aşısı, mısır ekmeği, kabune pilavı, dirgit, akça katık ve ekmeğe aşısı (papara) olduğu bulgusu elde edilmiştir.

Yöreyle ait yemeklerin yapımında hamur, tereyağı, asma yaprağı, fasulye ve pirinç malzemelerinin kullanıldığı; salamura yemeklerin yörede üretildiği ve aynı zamanda yöreye özgü tereyağı ceviz ve çökeleğin yemeklerin sunumunda kullanılan malzemeler olduğu bulgusu elde edilmiştir. Bu doğrultuda katılımcıların ifadeleri aşağıdaki gibidir.

“Sülük aşısı yapılırken hamur yoğurularak solucan şekline getirilir. Bıçakla kesilerek ve suda haşlanarak daha sonra üzerine tereyağı çökelek ve ceviz ezmesi serpilerek servis edilir.” (K10).

“Göce sarmasında asma yaprağı, diri buğday kırması, sarımsak, soğan, tereyağı ve salça kullanılır. Tencereye sarmalar döşenir. Üstüne kadar su eklenir. salça ve tereyağıyla birlikte suyu çekilinceye kadar pişirilir.” (K9).

“Kömbe su tuz, maya, şeker hamur haline getirilir. Mayalanması için beklenir. Hamurdan parça alınarak içine cevizli ve çökelekli harçta konur. Tepsiye dizilir ve fırında pişirilir ve tane halinde sunulur.” (K4).

“Çifne (cize) yeşil fasulyenin ipe çizilerek kurutulmuş hali, soğan, tuz, yağ ve salça malzemeleridir. Çifne için yeşil fasulye ipte kurutulur. Sonra haşlanır. Soğan yağda kızartılıp sonra salça eklenir. Haşlanmış fasulye soğanın üzerine ilave edilir. Birazda su ilave edilir. Özleşinceye kadar kaynatılır ve daha sonra sunulur” (K4).

“Tarhana kış aylarının vaz geçilmez olan tarhana çorbası için tarhana hamuru yoğurulup kurutulması gerekmektedir. Tarhana hamuru için öncelikle 1 kilo domates, 1 kilo biber, 1 kilo soğan bir tencere içinde haşlanması gerekmektedir. Hamur çok yoğurulacak ise bu sebzeler çoğaltılabilir. Domates, biber ve soğan haşlandıktan sonra suyu süzülerek püre haline getirilir. Daha sonra bu karışıma 1 bardak yoğurt ve 1 bardak yağ mayada ilave edilerek karıştırılır. Son olarak unda ilave ederek karıştırılır ve isteğe göre baharatları ilave edilir. İlk olarak civik miktarda olan hamura 4-5 saat sonra bir miktar daha un ekleyerek tekrar yoğurulur. Yoğurulan hamur bir hafta ekşimeye bırakılır. ekşimeye başladığında iri parçalar kopararak güneşte temiz bir bez üzerinde kurutulur. Tamamen kurumaya sağlandıktan sonra tarhana meşhur Yeşilbaşköy su değirmeninde öğütülerek çorbası yapılıp sunulur” (K1).

“Tarhana çorbası yağ, salça, kırmızı biber, sarımsak, nohut ve turp ile yapılır. Tarhana çorbası için yağda salçayı kızartıp su dökülür. Tarhanası suda bulayıp kaynayan suya konulur. Sarımsak, biber, nohut ve turp içine katılır” (K7).



“İrmik helvasında irmik, şeker, tereyağı, künar ve su malzemeleri kullanılır. İrmik helvası tereyağı kızartılıp çok kısık ateşte irmik içine dökülür. Künar eklenip kızartılır ve kızartıldıktan sonra şerbet dökülür” (K3).

“Turp aşısı için beyaz turp yıkanır. büyük dilim dilim edilir. suda pişirilir ve daha sonra tuzlanıp servis edilir” (K3).

“Mısır ekmeği turp, mısır unu, su, pul biber ve çatlak otu malzemeleri ile yapılır. Hamur yoğurulur. İçine malzemeler konular, saçın veya sobanın üzerinde pişirilir” (K11).

“Kabune pilavında pirinç, et, soğan, nuhut ve tereyağı kullanılır. Kabune pilavı: Haşlanmış dana eti küçük küçük parçalara ayrılır. Soğan doğranarak karabiberle iyice ovulur. Tencerenin dibine soğanlar konular. Sonra küçük küçük parçalanmış dana etini, onun üstüne haşlanmış nohut yayılır. Daha sonrada yıkanmış pirinçte en üste yayarak pirincin üzeri çok geçmeyecek şekilde su koyarak pişmeye bırakılır. Kaynamaya başlayan pilav üzerine tereyağı eklenir ve pirinçler suyunu çektikten sonra ocaktan alınır. Biraz dinlendikten sonra servise hazır hale gelir” (K1).

“Dirgit yapımında buğday, mısır, kuru fasulye ve nohut kullanılır. Dirgit buğday, mısır, kuru fasulye haşlanıp hepsi birbiriyle karıştırılıp üzerine ceviz eklenerek sunumu yapılır” (K3).

“Akça katık yoğurdun kaymaklı yerini biriktirip kesede süzülür. Çökelek kıvamına gelince yağını almadan toprak kaba basılır. Hava almayacak şekilde kapatılarak toprağa gömülür. 2 veya 3 ay toprağın altında bekletilir. toprak kaba basılmadan önce tuz atılır” (K4).

“Ekmek aşısı (papara) Mısır unu, kavrulmuş kıyma yumurtalı ve bulgurluda yapılabilir. Mısır ekmeği pişirilir. bayatlatılır. Ekmekler küçük parçalanır ve tepsiye yerleştirilir. Kıyma bol sıcak suyla eritilir. Parçalanmış ekmeklerin üzerine dökülür. Yumaşaması için bekletilir ve sıcak yenir” (K13).

Yöresel yemeklerin turistlere sunumu ile ilgili olarak turistlere sunum kategorisi altında yerel halk, yöresel ürünler, yöresel sunum, yöresel mekan, doğal ortam, süsleme ve misafirperverlik alt boyutları ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda katılımcılardan yöresel yemeklerin sunumunda yerel halkın özellikle kadınların bu konuda etkili olabileceği, yöresel ürünlerin yöreye özgü sunum şekliyle yöresel mekanlarda ve doğal ortamlarda sunulması gerektiği bulgusu elde edilmiştir. Aynı zamanda katılımcılar yöresel yemeklerin yöreye özgü tarzda süslenip turistlere misafirperverlik anlayışı kapsamında evlerde misafir ederek sunulması gerektiği bulgusunda elde edilmiştir. Bu doğrultuda katılımcıların ifadesi aşağıdaki gibidir.

“Yöremize ait yiyeceklerimizi turistlerimize halkımızın kadınlarına, turistlerimizin geleceği günlerde yaptırarak yöremizin gezilecek, görülecek yerlerinde stantlar açarak ikramlarda bulunulabilir. Turlarımızın geleceği günlerde yöreye ait yemeklerimizi sağalassosda turistlerimizin gözü önünde doğal ürünlerimizi kullanarak hazırlayabilir, turistlere sıcak ikramda bulubalırız” (K1).

“[...] Sunum çok önemli olduğu için fakat bana göre yiyecekleri burada tattırıp asıl hammaddelerini keten bezlerde hazırladığımız keselerimizle standartlarımıza ekleyip daha cazip ve farklı bir sunum hazırlamış oluruz. Örneğin kadınlarımızın hazırladığı tarhana, kuru cize fasulye, eriştemiz gibi. Yemeklerin birçoğunu tadıp beğeneceklerini düşünüyorum” (K2).

“Yöresel ortamda yöresel kıyafetlerle yöremize uygun bir tarzda sunulabilir” (K4).



“Yöresel mekânlar yapılarak turistlere sunulabilir” (K11).

“Manzarası güzel olan göleri çamlar altına ya da Sağalassos’a giden yol üzerindeki bahçelerde, uzun kum mevkindeki pınar başında turistlere sunulabilir” (K5).

“Turistlerin ilgisini çeken tabaklara konulur. Sinilerin içinde turistlere sunulur. yemekler süslenerek turistlere sunulmalıdır.” (K6).

“Turistler eve davet edilerek ikram edilebilir” (K9).

“Misafir edilerek turistlere sunulabilir” (K10).

Yöresel yemeklerin turizmde çekicilik unsuru olması ile ilgili olarak turizmde çekicilik kategorisi altında tanıtım, enformasyon, entegrasyon, güler yüzlü hizmet ve koruma alt boyutları meydana gelmiştir. Bu bağlamda özellikle yöresel yemeklerin turizmde bir çekicilik unsuru olabilmesi için sosyal medya yardımı ve tanıtım çalışmaları vasıtasıyla tanıtımının yapılarak gerçekleşebileceği bulgusu elde edilmiştir. Bununla birlikte yemeklerin sunumu sırasında turistlere rehberlik edilmesi gerektiği, yiyeceklerin doğal ve diğer turistik ürünlerle entegre edilmesi gerektiği, güler yüzlü bir hizmet anlayışı çerçevesinde turistlere sunulması gerektiği ve son olarak yöresel yemeklerin çekicilik unsuru olarak kalabilmesi için korunması gerektiği bulgusu elde edilmiştir. Bu durum katılımcılar tarafından aşağıdaki gibi ifade edilmiştir.

“Yemeklerin hazırlanmasında kullanılan malzemelerin yöreye ait doğal ürünler olduğunu göstererek turistler yöreye çekilebilir. Yöremize ait yaşam stili, insanları, adet, gelenek ve göreneklerini yemek kültürünü tanıtıma sunacak dergi ve tanıtım cdleri çıkararak yöremizi ziyarete gelen turistlere vererek turizmin yöremize çekiciliğini sağlayabiliriz. Yöremize gelen turistlere yerel halkımızdan kişiler görevlendirerek yöremizi tanıtım amacıyla gezdirilerek halkla iç içe olabiliriz” (K1).

“Yöresel yiyecekler turizmde bir çekicilik unsuru olabilir. Bu yörede yapılması bunun en bariz nedenidir. Bu yöreye özgü kısa bir tanıtımla ya da reklamla tanıtılır. Festival ve şenliklerle tanıtımı gerçekleştirilebilir. Sosyal medyayla tanıtılabilir” (K4).

“Yöresel yiyecekler sunulurken turistlere rehberlik yapılıp, güler yüzle bilgi verilir. ve onların dilinden yemekler hakkında bilgi verilir” (K6).

“[...] Doğal malzemelerle yapılırsa çekici olabilir.” (K10).

“[...] Fakat bunun için bir takım, düzenleme, planlama, araştırma yaparak yer ayarlayıp mesela çadırlar kurarak çadırlara çul sererek, yer sofraları kurarak daha çekici hale getirilebilir” (K5).

“Yörenin doğal unsurlarıyla yapıldığında ve korunduğunda olur.” (K9).

“Sağalassos girişinde yapılıp turistlere sunulabilir” (K12).

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Günümüzde tatil anlayışı deniz, kum, güneş üçlüsünden alternatif olan ve özel ilgiye dayanan farklı turizm türlerine doğru kaymaktadır. Bu ihtiyacı karşılayacak önemli bir turizm türü olarak gastronomi turizmi ortaya çıkmaktadır. Destinasyonlarda bu turizm türünün ortaya çıkabilmesi içinde özellikle yöreye özgü yemeklerin ön plana çıkarılması ve bu yemeklerin diğer turistik ürünlere ve yöresel kültürle entegre edilmesi oldukça önem arz eden bir konudur (Deveci vd., 2013: 33; Çelik, 2018: 47). Bu bağlamda bu araştırma özellikle kültür ve kırsal turizm açısından önemli bir yeri olan Ağlasun ilçesinin yerel gastronomik ürünlerini yerel halkın bakış açısıyla ortaya çıkarmayı amaçlamıştır.



Bu doğrultuda yörede konu hakkında yeterli bilgiye sahip olduğu düşünülen 14 adet yerel halk ile yüzyüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. İlk olarak katılımcılara ait demografik bulgular sonuçları elde edilmiştir. Bu doğrultuda katılımcıların yaş ortalamalarının yaklaşık 50 olduğu sonucu elde edilmiştir. Bu durum özellikle katılımcıların yaşlarının ileri ya grubunda olması ve bu katılımcıların yöre kültürüne ait yemekler konusunda daha fazla bilgiye sahip olması açısından oldukça önemli bir sonuçtur. Kadınların cinsiyetleri ile ilgili demografik bulgular sonuçları incelendiğinde ise daha çok kadınların katılımcı olduğu sonucu elde edilmiştir. Kadınların yemek ve mutfak konusunda daha fazla bilgi ve tecrübeye sahip olması elde edilen sonuç açısından önemli bir gelişmedir. Eğitim durumu ile ilgili sonuçlar incelendiğinde ise katılımcıların ilkokuldan lisans düzeyine kadar farklı eğitim seviyelerine sahip olması olumlu bir sonuç olarak ortaya çıkmaktadır. Son olarak katılımcıların meslekleri incelendiğinde ise işçi, emekli, ev hanımı ve aşçı gibi farklı mesleklerde çalışmasında elde edilen sonuçlar açısından önemli bir gelişmedir.

Katılımlar ile yapılan görüşmelerin içerik analizine tabi tutulmasının sonucunda yöreye ait sülük aşısı, göce sarması, kömbe, Çifne (cize), tarhana çorbası, irmik helvası, bazlama, gözleme ve pişi, turp aşısı, mısır ekmeği, kabune pilavı, dirgit, akça katık, ekmek aşısı (papara) gibi çeşitli yemeklerin var olduğunun göstergesidir. Özellikle bu durum zengin kültürü ve buna bağlı kültür ve kırsal turizm potansiyeli olan yörenin mutfağında çok zengin olduğunun sonucunu ortaya çıkarmıştır. Yöresel yemeklerde daha çok hamur işi ürünlerinde oldukça fazla olduğu kullanılan malzemelerden ortaya çıkmaktadır. Buna rağmen yörede et yemeklerinin sayısının oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Aynı zamanda yöreye özgü tereyağı, asma yaprağı ve fasulyenin yemeklerin yapımında en çok kullanılan malzemeler olduğu sonucu elde edilmiştir. yöresel yemeklerin sunumundada yöreye özgü yağ oranı yüksek cevizin ve çökeleğin kullanıldığı elde edilen sonuçlar arasındadır. Yöresel ürünlerin turistlere sunumu ile ilgili olarak yerel halkın yöresel ürünleri yöresel sunum özellikleriyle yöresel mekanlarda ve doğal ortamlarda süsleyerek ve evlere davet ederek sunması gerektiği sonucu elde edilmiştir. yöresel yemeklerin turizmde bir çekicilik unsuru olabilmesi konusunda da yemeklerin sosyal medya ve diğer yöntemlerle tanıtımının yapılması, yemekler konusunda turistlere bilgi verilmesi, diğer turistik ürünlerle turistik mekanlarda entegre edilmesi, güler yüzlü bir hizmet anlayışıyla ve sürdürülebilirliğinin sağlanması için korunmasının sağlanması gerektiğinde yönelik sonuçlar elde edilmiştir. Bu bulgular doğrultusunda aşağıdaki öneriler sunulabilir.

- Yörenin yeme-içme kültür envanteri ortaya konulmalıdır.
- Yöre yemeklerinin markalaşması konusunda çalışmalar yapılmalıdır.
- Yemeklerin sürdürülebilirliğinin sağlanması adına gelenksel yapısının korunması için çalışmalar yapılmalıdır.
- Yöreye ait olan yeme-içme kültürü gerekli tanıtım ve reklam faaliyetleri kullanılarak geniş kitlelere hitap edilebilir (Sosyal medya ve internet).
- Geçmiş yöresel lezzetler genç nesillere çeşitli aktiviteler sayesinde aktararak özgünlüğü sağlama çalışmaları desteklenmelidir (festivaller).
- Coğrafi işaretleme yöntemi ile yemeklerin koruma ve tanıtılması yapılmalıdır.



- Yöresel yemeklerin yapıldığı mekanlar oluşturulmalı, bu mekanlar teşviklerle desteklenmeli ve denetim yapılmalıdır.
- Yöresel yemeklerin diğer turistik ürünlerle entegrasyonu sağlanmalıdır.
- Özellikle Yörenin gastronomi turizmi'nde diğer turizm türleri ile birlikte gelişebilmesi adına yörede kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının yer aldığı turizm konseyi kurulmalıdır.

Bu çalışma, özellikle yörenin gastronomik envanterinin ortaya konması ve gastronomi turizmi açısından potansiyelinin belirlenmesi yönünde literatüre ve uygulamaya katkı sağlayacaktır. Bununla birlikte araştırmanın literatürdeki ilk çalışma olması sebebiyle görüşme yöntemiyle gerçekleştirilmesi temel verilerin sağlanması açısından bir gerekliliktir, ancak bunun aynı zamanda nitel araştırma açısından bir kısıtlılık olduğu bilinmektedir. Diğer araştırmacılara gözlem ve döküman analizi ve odak grup görüşmeleriyle ve nicel boyutta bir ölçek yardımıyla araştırmalar gerçekleştirmesi önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Akça, H. (2004). Dünyada ve Türkiye'de kırsal turizm, *Standart Dergisi*, Eylül, 61-70.
- Aktaş Alan, A. ve Suna, B. (2018). Sivil toplum kuruluşları perspektifinden gastronomi turizmi: Antalya ve Gaziantep örneği. *VII. Ulusal III: Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, 20-21 Nisan 2018, İskenderun, 842-493.
- Avcıkurt, C. ve Köroğlu, Ö. (2008). *Kırsal turizm*, (ss: 61-83). Avcıkurt, C. ve Hacıoğlu, N. (Ed.) Turistik Ürün Çeşitlendirmesi, Ankara: Nobel.
- Ayaz, N. ve Çobanoğlu, S. (2017). Ev kadınlarının turizm amaçlı yöresel yemek üretimine bakış açıları: Bartın ili örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, C. 7, S.1, 413-427.
- Aydın, O. (2012). AB'de kırsal turizmde ilk 5 ülke ve Türkiye'de kırsal turizm, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23): 39-46.
- Başaran, B. (2017). Gastronomi turizmi kapsamında rize yöresel lezzetlerin değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5 (3): 135-149.
- Başkale, H. (2016). Nitel araştırmalarda geçerlilik, güvenilirlik ve örneklem büyüklüğünün belirlenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9 (1): 23-28.
- Bozok, D. ve Karaman, R. (2018). Isparta lavantasının kırsal turizm kapsamında swot analizi yöntemiyle değerlendirilmesi: Kuyucak köyü örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences (IJSES)*, 8 (2), 27-33.
- Büyüköztürk, Ş. Çakmak Kılıç, E. Akgün, Ö. E. Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2014). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Pegem Akademik Yayıncılık, Ankara.
- Canizares, S. M. S. ve Guzman T. L. (2012). Gastronomy as a tourism resources: profile of culinary tourist. *Current Issues in Tourism*, C.16, S.3, 229-245.



- Ceylan, S. (2014), Mamak (Çanaklı) beldesinde (Ağlasun-Burdur) geleneksel yöntemlerle sürdürülen toprak kap üretiminin kırsal turizm bağlamında irdelenmesi, *Doğu Coğrafya Dergisi*, Yıl: 19, Sayı: 32, Temmuz: 231-242.
- Ceylan, S. (2015). *Ağlasun ilçesi'nin alternatif turizm kaynakları*. Pegem Yayıncılık, Ankara.
- Çeken, H. Dalgın, T. ve Çakır, N. (2012), Bir alternatif turizm türü olarak kırsal turizmin gelişimini etkileyen faktörler ve kırsal turizmin etkileri, *International Journal of Social and Economic Sciences*, 2 (2): 11-16.
- Çelik, S. (2018). Şırnak ili'nin gastronomi turizmi potansiyeli. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 2 (2): 41-51.
- Çimen, H. (2016). Gastronomi turizmi açısından Ardahan mutfağının önemi, *Karadeniz Dergisi*, 32, 307-315.
- Çuhadar, M. Küçükyaman, M. A. ve Şaşmaz, M. A. (2016). Geçmişten günümüze Isparta mutfak kültürü: nitel bir araştırma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4/Special Issue: 1, 86-99.
- Çulha, O. (2008). Kültür turizmi kapsamında destekleyici turistik ürün olarak deve güreşi festivalleri üzerine bir alan çalışması. *Journal of Yasar University*, 3 (12): 1827-1852.
- Deveci, B. Türkmen, S. ve Avcıkurt, C. (2013). Kırsal turizm ile gastronomi turizmi ilişkisi. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3 (29): 29-34.
- Dilsiz, B. (2010). Türkiye'de gastronomi ve turizm: İstanbul örneği, T.C. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Emekli, G. (2006). Coğrafya, kültür ve turizm: kültürel turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*. 15: 51-59.
- Esengün, K. Akça, H. ve Sayılı, M. (2002). Dağlık ve ormanlık alanlarda kırsal turizm faaliyeti ve sürdürülebilir kırsal kalkınma. *I. Ulusal Kooperatifleri Sempozyumu*, 22-23 Mart, Kastamonu: 97-102.
- Gülcan, B. (2010). Türkiye'de kültür turizminin ürün yapısı ve somut kültür varlıklarına dayalı ürün farklılaştırma ihtiyacı. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2 (1): 99-120.
- Haberal, H. (2015) *Turizmde alternatif ekolojik turizm-doğa turizmi-kırsal turizm-yayla turizmi*, Detay Yayıncılık, 1. Baskı, Ankara.
- Haviland, W. A., Prins, H. E. L., Walrath, D. İ. ve Mcbridr, B. (2008). *Kültürel antropoloji*. Kakns Yayınları, İstanbul.
- İnanır, A. (2018). Destinasyon yönetimi kapsamında paydaşlar arası ilişkiler üzerine bir araştırma: göller yöresi örneği. Yayımlanmamış Doktora Tezi. *Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Antalya.
- İnanır, A. Biçer, C. ve İnel, M. (2015). Burdur ili'nin yardımcı destinasyon olarak incelenmesi ve destinasyon yönetim örgüt modelinin geliştirilmesi. *I. Teke Yöresi Sempozyumu Bildiriler Kitabı*. Cilt I. 04-06 Mart 2015, Burdur, 331-338.



- Kılınç, O. Ve Kılınç, U. (2018). Yöresel gastronomik değerlerin ürüne dönüşme düzeyi: Antalya il merkezi restoran menüleri üzerine bir inceleme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, C. 6, Özel Sayı: 3, 394-410.
- Kılınç, O., Kılınç, U. ve Ongun, U. (2017). Burdur ili'nin gastronomik çekicilikleri: burdur mutfağı'ndan örnekler, 6. *Ulusal, 2. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu Bildiri Kitabı*, Gaziantep Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu: Gaziantep. 87-106.
- Kodaş, D. ve Eröz, S. S. (2012). Kırsal turizm ile kültürel turizmin bütünleşmesi, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (22): 169-174.
- Kozak, M. (2017). *Bilimsel araştırma: tasarım, yazım ve yayım teknikleri*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Mak, A. H. N., Lumbers, M., ve Eves, A. (2012). Globalisation and food consumption in tourism. *Annals of Tourism Research*, S.39, 171–196.
- Mead, R. (1998). *International management*. Blackwell.
- Merriam, S. B. (2013). *Nitel araştırma desen ve uygulama için bir rehber*. (Çev. S. Turan), Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.
- Mil. B. ve Denk, E. (2015). Erzurum mutfağı yöresel ürünlerin otel restoran menülerinde kullanım düzeyi: Palandöken örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, C. 5, S. 2, 1-7.
- Mutlu, E. C. (1999). *Uluslararası işletmecilik*. Beta Basım, İstanbul.
- Nilsson, P. A. (2002). Staying on farms an ideological backround. *Annual Of Tourism Reserarch*, 29 (1): 7-24.
- Nuryanti, W. (1996). Haritage and postmodern tourism. *Annals of Tourism Research*, 23 (2): 249-260.
- Ongun, U. Gövdere, B. ve Durgun Kaygısız, A. (2015). Burdur ili'nin kırsal turizm potansiyelinin değerlendirilmesi: sorunları ve çözüm önerileri. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (12): 99-116.
- Ongun, U. ve Gövdere, B. (2014). Bölgesel kalkınmada kırsal turizmin etkisi: Ağlasun Yeşilbaşköy örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 4 (2): 51-57.
- Öztaş, K. ve Karabulut, T. (2007), Turistik destinasyon oluşturma potansiyeli açısından göller yöresinin önemi. *Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Dergisi*, 12 (9): 128-137.
- Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte olan ülkeler için alternatif turizm faaliyetleri üzerine teorik bir çalışma. *Ticaret Turizm eğitim Fakültesi Dergisi*, 2: 183-195.
- Paslı, M. M. ve Çelikkanat, N. (2018). Giresun ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi. *II. Uluslararası Sürdürülebilir turizm Kongresi 20-22 Eylül*, Gümüşhane.
- Richards, G. (1996). *Cultural tourism in Europe*. Cab International, UK.



- Richards, G. (2011). Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and consumption?. İçinde: *Tourism and Gastronomy*. Editör: Hjalager A-M ve Richards, G., Routledge: NewYork.
- Rimmigton M. ve Yüksel A. (1998). Tourist satisfaction and food service experience: results and implications of an emprical investigation. *Anatolia*, C.9, S.1, 37-57.
- Saçılık, Y. M. ve Toptaş, A. (2017). Kültür turizmi ve etkileri konusunda turizm öğrencilerinin algılarının belirlenmesi. *Turizm Akademik Dergisi*, 4 (2): 107-119.
- Soykan, F. (1999). Doğal çevre ve kırsal kültürle bütünleşen bir turizm türü: kırsal turizm, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Yıl: 10, Mart-Haziran: 67-75.
- Şengül, S. ve Türkay, O. (2016). Akdeniz mutfak kültürü gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 4 (Special issue1): 86-99.
- Tuna, M. ve Özyurt, B. (2018). Ankara’da gastronomi turizminin değerlendirilmesi: nitel bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6 (3): 73-87.
- Uçar, M. Çeken, H. ve Ökten, Ş. (2010). *Kırsal turizm ve kırsal kalkınma (Fethiye örneği)*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Uygur, S. M. ve Baykan, E. (2007). Kültür turizmi ve turizmin kültürel varlıklar üzerindeki etkisi, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 2: 30-49.
- Üsküdar, Ş. Çakır, M. ve Temizkan, S. P. (2014). Yerli turistlerin Eskişehir’in kültür turizmine ilişkin algıları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2 (2): 67-76.
- Yağar, F. ve Dökme, S. (2018). Niteliksel araştırmaların planlanması: araştırma soruları, örneklem seçimi, geçerlik ve güvenilirlik. *Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 3 (3): 1-9.
- Yeşil, S. (2013). “Kültür ve kültürel farklılıklar: liderlik açısından teorik bir değerlendirme. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12 (44): 52-81.
- Yılmaz, G. (2017). Gastronomi ve turizm ilişkisi üzerine bir değerlendirme. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14 (2): 171-191.
- Yüksel, F., Bramwell, B. ve Yüksel, A. (1999). Stakeholder interviews and tourism planning at Pamukkale, Turkey. *Tourism Management*, 20: 351-360.
- Zağralı, E. Ve Akbaba, A. (2015). Turistlerin destinasyon seçiminde yöresel yemeklerin rolü: izmir yarımadası’nı ziyaret eden turistlerin görüşleri üzerine bir araştırma. *Journal of Yasar University*, C.10, S. 40, 6633-6644.
- www.burdurmuzesi.gov.tr, (erişim tarihi: 11.02.2019).
- www.tursaga.com. (erişim tarihi: 11.02.2019).