

100

TÜRKİYE CUMHURİYETİ'NİN YÜZÜNCÜ YILI  
100TH ANNIVERSARY OF REPUBLIC OF TÜRKİYE



Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi

*Journal of Eurasia Tourism Research*

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/atadergi>

Cilt Volume 4



Özel  
Sayı

Special  
Issue



e-ISSN: 2757-8429

<https://dergipark.org.tr/en/pub/atadergi>



## Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi

*Journal of Eurasia Tourism Research*

e-ISSN 2757-8429

Yıl Year 2023

Cilt Volume 4

Özel Sayı *Special Issue*

Türk Turizminin Geçmiş ve Gelecek Yüzyılı  
*The Past and Next Century of Turkish Tourism*

## İletişim *Contact*

Editör	<i>Editor</i>	editor.atad@gmail.com
Yazar Destek	<i>Author Support</i>	atadergi@gmail.com
İnternet Adresi	<i>Web Address</i>	<a href="https://dergipark.org.tr/tr/pub/atadergi">https://dergipark.org.tr/tr/pub/atadergi</a> <a href="https://dergipark.org.tr/en/pub/atadergi">https://dergipark.org.tr/en/pub/atadergi</a>
Yazışma Adresi	<i>Contact Address</i>	Giresun Üniversitesi Turizm Fakültesi Bozkurt Mah. No:1 Keşap/Giresun TÜRKİYE

Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi yayıncı Bayram KANCA tarafından

CC BY-NC-SA 4.0  ile lisanslanmıştır.

Journal of Eurasia Tourism Research by Bayram KANCA is licensed

under CC BY-NC-SA 4.0 .

**Üyeler** *Members*

Yayıncı *Publisher*

Bayram KANCA, *Giresun University, Giresun, TÜRKİYE*

Baş Editör *Editor-in-Chief*

Kamil UNUR, *Mersin University, Mersin, TÜRKİYE*

Yardımcı Editör *Assistant Editor*

Çağdaş ERTAŞ, *Şırnak University, Şırnak, TÜRKİYE*

Editör Kurulu *Editorial Board*

Kamil UNUR, *Mersin University, Mersin, TÜRKİYE*

Dilek ATÇI, *Mersin University, Mersin, TÜRKİYE*

Yılmaz AKGÜNDÜZ, *Dokuz Eylül University, İzmir, TÜRKİYE*

Ali Zafer DALAR, *Giresun University, Giresun, TÜRKİYE*

Bayram KANCA, *Giresun University, Giresun, TÜRKİYE*

Çağdaş ERTAŞ, *Şırnak University, Şırnak, TÜRKİYE*

Sibel OĞUZ, *Adana Alparslan Türkeş Science and Technology University, Adana, TÜRKİYE*

Murat AYAR, *Giresun University, Giresun, TÜRKİYE*

Danışma Kurulu *Advisory Board*

A. Celil ÇAKICI, *Mersin University, Mersin, TÜRKİYE*

Doğan GÜRSOY, *Washington State University, Pullman, USA*

Erdinç KARADENİZ, *Mersin University, Mersin, TÜRKİYE*

İzzet KILINÇ, *Düzce University, Düzce, TÜRKİYE*

Murat HANCER, *University of Central Florida Üniversitesi, Orlando, USA*

Orhan İÇÖZ, *Yaşar University, İzmir, TÜRKİYE*

Serhat HARMAN, *Mardin Artuklu University, Mardin, TÜRKİYE*

Zafer ÖTER, *İzmir Kâtip Çelebi University, İzmir, TÜRKİYE*

Lütfi ATAY, *Çanakkale Onsekiz Mart University, Çanakkale, TÜRKİYE*

Dil Editörleri *Language Editors*

İlker İŞLER (Turkish), *Trabzon University, Trabzon, TÜRKİYE*

Özgür Ali NUR (English), *Mersin Chamber of Marine Commerce Vocational and Technical Anatolian High School, Mersin, TÜRKİYE*

Mizanpaj Editörü *Layout Editor*

Ali Zafer DALAR, *Giresun University, Giresun, TÜRKİYE*

Grafik ve Kapak Tasarım *Graphic and Cover Design*

Fatih Mehmet GÖK, *Giresun University, Giresun, TÜRKİYE*

İletişim ve Sekreteryaya *Communication and Secretariat*

Kerem ÇIRAK, *Giresun University, Giresun, TÜRKİYE*

**Hakem Kurulu** Referee Board

Ahmet ERDEM, *Harran University, Şanlıurfa, TÜRKİYE*

Ali İNANIR, *Burdur Mehmet Akif Ersoy University, Burdur, TÜRKİYE*

Anıl KALE, *Mersin University, Mersin, TÜRKİYE*

Aysen ERCAN İŞTİN, *Şırnak University, Şırnak, TÜRKİYE*

Begüm ILBAY VATAN, *Kahramanmaraş İstiklal University, TÜRKİYE*

Emrah YAŞARSOY, *Kastamonu University, TÜRKİYE*

Erol GEÇGİN, *Van Yüzyüncü Yıl University, Van, TÜRKİYE*

Ferhat ŞEKER, *Adana Alparslan Türkeş University of Science and Technology, Adana, TÜRKİYE*

Furkan BALTAÇI, *Hasan Kalyoncu University, Gaziantep, TÜRKİYE*

Gülser YAVUZ, *Mersin University, Mersin, TÜRKİYE*

İzzet ESER, *Bitlis Eren University, Bitlis, TÜRKİYE*

Kansu GENÇER, *Kütahya Dumlupınar University, Kütahya, TÜRKİYE*

Mehmet Altuğ ŞAHİN, *İstanbul University, İstanbul, TÜRKİYE*

Mehmet Fatih KAYRAN, *Harran University, Şanlıurfa, TÜRKİYE*

Muzaffer ÇAKMAK, *İstanbul Gelisim University, İstanbul, TÜRKİYE*

Okan ÇOLAK, *Harran University, Şanlıurfa, TÜRKİYE*

Olçay KILINÇ, *Burdur Mehmet Akif Ersoy University, Burdur, TÜRKİYE*

Ömür UÇAR, *Giresun University, Giresun, TÜRKİYE*

Özkan SÜZER, *Karabük University, Karabük, TÜRKİYE*

Sabahat Ceylin ŞANLI KAYRAN, *Harran University, Şanlıurfa, TÜRKİYE*

Selin KAMA, *Bitlis Eren University, Bitlis, TÜRKİYE*

Ümit SORMAZ, *Necmettin Erbakan University, Konya, TÜRKİYE*

Yeliz PEKERŞEN, *Necmettin Erbakan University, Konya, TÜRKİYE*

Şaban KARGİGLİOĞLU, *Muğla Sıtkı Koçman University, Muğla, TÜRKİYE*

**İindekiler Contents**

Üyeler, <i>Members</i>	ii
Hakem Kurulu, <i>Referee Board</i>	iii
İindekiler, <i>Contents</i>	iv
Sunuş, <i>Presentation</i>	v

**Araştırma Makaleleri Research Article**

Sabahat Ceylin şANLI KAYRAN	S1-S17
UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi'nde Yer Alan Mersin Kùltür Varlıklarına Yönelik Ziyaretçi Deneyimlerinin İncelenmesi <i>Examination of Visitor Experiences on Mersin Cultural Heritage in The UNESCO World Heritage Tentative List</i>	
Mehmet Ersin BİRSEN, Gülser YAVUZ	S18-S33
Gastronomide Andragoji ve Andragojik Perspektifte Mutfak Uygulama Eğitimleri Üzerine Mersin İlinde Bir Alan Araştırması <i>A Field Study in Mersin Province on Andragogy in Gastronomy and Culinary Practical Training in Andragogic Perspective</i>	
Hasan Önal şEYHANLIOğLU	S34-S45
Gastronomi Turizmine Karşı Yerel Halkın Bilgi ve Tutum Düzeyinin Belirlenmesine Yönelik Araştırma: Ağrı İli Örneği <i>Research on Determining The Local Community's Knowledge and Attitude Level Towards Gastronomic Tourism: A Case Study of Ağrı Province</i>	
Kamilalp GÜLSER, Akın AKPUR, Kemal ENES	S46-S54
Matem Yemeği Aşure: Kùltür, Din ve Mezhepler Arasındaki Farklılıkları <i>A Mourning Food Ashura: Differences Between Culture, Religion, and Sects</i>	
Ceyhun UÇUK, Mehmet Fatih KAYRAN	S55-S67
Türk Mutfak Kùltürü ve orbalar: Gaziantep Örneği <i>Turkish Cuisine Culture and Soups: Gaziantep Example</i>	
Serpil YALIM KAYA, Esra şAHİN	S68-S77
Pozitif ve Negatif Duygu Durumlarında Yemek Yeme İştahı ve Yemek Sonrası Suçluluk Hissi: Trabzon'da Bir Araştırma <i>Appetite for Eating in Positive and Negative Emotional States and Feeling Guilty After Eating: A Study in Trabzon</i>	

**Teorik Makaleler Theoretical Article**

Mehri Banu ERDEM	S78-S89
Otel İşletmelerinde Oluşan Gıda İsrafında Tedarikçi Rolünün Değerlendirilmesi <i>Evaluation of The Supplier's Role in Food Waste in Hotels</i>	

**Derleme Makaleleri Review Article**

Begüm EMİROğLU	S90-S97
Alfa Kuşağı'nın Turizmdeki Tüketici Davranışı <i>Consumer Behaviour of Generation Alpha in Tourism</i>	

**Kitap İncelemesi Book Review**

Nurulah Cihan AğBAY	S98-S102
Kavram ve Örneklemlerle Turizm Politikaları ve Planlaması <i>Tourism Policies and Planning with Concepts and Examples</i>	

## Sunuş Presentation

Sayın Paydaşlarımız,

Bundan tam yüz yıl önce, Ulu Önderimiz Gazi Mustafa Kemal Atatürk, yok olmanın eşiğine gelmiş bir toplumu Cumhuriyet ile ayağa kaldırmış ve “Egemenlik, kayıtsız şartsız milletindir” diyerek geleceğin ve Türkiye Cumhuriyeti’nin temel yapıtaşını oluşturmuştur. Gazi Mustafa Kemal Atatürk, yaşamı boyunca bilime önem vermiş ve Cumhuriyetin bilim yolunda ilerlemesini tavsiye etmiştir. Nitekim Atatürk 25 Eylül 1924 tarihinde Samsun İstiklal Ticaret Okulu’nda “Dünyada her şey için, uygarlık için, hayat için, başarı için en hakiki mürşit ilimdir, fendir. İlim ve fennin dışında rehber aramak, yanlışlıktır” derken, bilime ve bilim yolunda gelişen nesiller yetişmesine verdiği önemi tarihe not düşmüştür.

Avrasya Turizm Araştırmaları (ATA) Dergisi ekibi olarak, Cumhuriyetimizin 100. yılına ve Gazi Mustafa Kemal Atatürk’ün emanetine ithaf etmek üzere bir özel sayı çağrısında bulunduk. Bu amaç doğrultusunda bu özel sayıda 9 makaleyle Cumhuriyetimizin 100. Yılına ithaf özel sayımızı hazırladık. Bu sayıda yayımlanan tüm makaleler, titiz bir editör değerlendirmesi sürecinden geçmiş ve yine titiz bir hakem değerlendirmesi sürecine tabi tutulmuştur. Bu sayımıza katkı sunan tüm yazarlara ve hakemlere teşekkür eder, tüm paydaşlarımızın 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı’nı tebrik ederiz.

Bilimin yolunda nice 100 yıllara...

Yaşasın Cumhuriyet!

Dear Stakeholders,

Exactly one hundred years ago, our Great Leader Gazi Mustafa Kemal Atatürk revived Turkish society with the Republic. When Atatürk declared the Republic, he said, "Sovereignty belongs unconditionally to the nation," thus creating the basic building block of the future and the Republic of Turkey. Gazi Mustafa Kemal Atatürk gave importance to science throughout his life and recommended that the Republic progress on the path of science. As a matter of fact, when Atatürk said at Samsun İstiklal Commerce School on September 25, 1924, "The truest guide for everything in the world, for civilization, for life, for success is science. It is a mistake to seek guidance other than science". With these words, Atatürk showed the importance he attaches to science and raising generations that develop in the path of science.

As the Journal of Eurasia Tourism Research (JETouR) team, we called for a special issue to dedicate to the 100th anniversary of our Republic and the legacy of Gazi Mustafa Kemal Atatürk. For this purpose, we prepared our special issue dedicated to the 100th Anniversary of our Republic with 9 articles. All articles published in this issue have gone through a rigorous editorial evaluation process and have also been subjected to a rigorous peer review process. We would like to thank all the authors and referees who contributed to this issue and congratulate all our stakeholders on October 29 Republic Day.

Many more 100 years on the path of science...

Long live the Republic!

ATA Dergisi Adına Baş Editör *Editor-in-Chief on Behalf of the JETouR*

Kamil UNUR



Dergi Anasayfası: [ATA Dergisi](#)

# Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi

## Journal of Eurasia Tourism Research

Journal Homepage: [JETouR](#)



### UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi'nde Yer Alan Mersin Kültür Varlıklarına Yönelik Ziyaretçi Deneyimlerinin İncelenmesi

#### Examination of Visitor Experiences on Mersin Cultural Heritage in The UNESCO World Heritage Tentative List

Sabahat Ceylin ŞANLI KAYRAN<sup>1,\*</sup>

<sup>1</sup>Asst. Prof., Department of Travel, Tourism and Entertainment Services, Halfeti Vocational School, Harran University, Sanliurfa, Türkiye

#### MAKALE BİLGİSİ

Araştırma Makalesi

Makale Süreci:

Gönderim : 26 Eylül 2023  
Düzeltilme : 19 Ekim 2023  
Kabul : 24 Ekim 2023  
Yayımlanma : 29 Ekim 2023

Anahtar Kelimeler:

UNESCO  
Alahan Manastırı  
St. Paul Kilisesi, Kuyusu ve Çevresi  
Mamure Kalesi  
Korykos Antik Kenti

#### ÖZ

Araştırmanın amacı UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi'nde yer alan Mersin ilindeki kültür Varlıklarına yönelik çevrimiçi ziyaretçi yorumlarının incelenmesidir. Bu çerçevede TripAdvisor üzerinden Alahan Manastırı, St. Paul Kilisesi, Kuyusu ve Çevresi, Mamure Kalesi, Korykos Antik Kenti'ne yönelik ziyaretçi yorumları incelenmiştir. Araştırma kapsamında 28 Nisan 2023 tarihine kadar yapılan yorumlar değerlendirmeye alınmıştır. Elde edilen veriler nitel veri analiz yöntemlerinden içerik analizine ve betimsel analize tabi tutulmuştur. Kültür varlıklarına yönelik geliştirilen kodlar 2 kategoride toplanmıştır. Bu kategoriler "olumlu özellikler" ve "olumsuz özellikler" olarak belirlenmiştir. Olumlu Özellikler kategorisinde "ilgili personel", "müze kart", "kültür, tarih ve inanç" ile "konum" kodları yer alırken olumsuz özellikler kategorisinde "bilinçsiz ziyaretçiler", "sade özellikler", "ücret" ve "yönetimsel eksiklikler" kodları yer almaktadır. En yüksek frekansa sahip kodlar sırasıyla "kültür, tarih ve inanç" ve "yönetimsel özellikler" olarak tespit edilmiştir. Ziyaretçilerin genel olarak eserlerin kültürel olarak önemlerine dikkat çektiği ancak yerel yönetimler tarafından eserlere gerekli önemin verilmediğine yönelik değerlendirmeleri olduğu belirlenmiştir. Özellikle eserlerin bakımsız olması, bilgilendirme ve yönlendirme levhalarının olmaması, restorasyonların varlıkların orijinaline ve tarihi dokuya uygun yapılmaması, eserlerin tanıtımlarına yeterli önemin verilmemesi en fazla ifade edilen sorunlar olarak tespit edilmiştir.

[Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi](#) yayıncı [Bayram KANCA](#) tarafından [CC BY-NC-SA 4.0](#) ile lisanslanmıştır.

#### ARTICLE INFO

Research Article

Article history:

Received : 26 September 2023  
Revised : 19 October 2023  
Accepted : 24 October 2023  
Available : 29 October 2023

Keywords:

UNESCO  
Alahan Monastery  
St. Paul's Church, St. Paul's Well and Surroundings  
Mamure Castle  
Korykos Ancient City

#### ABSTRACT

The aim of the study is to examine online visitor reviews for the Cultural Properties in Mersin province listed on the UNESCO World Heritage Temporary List. In this context, visitor reviews for Alahan Monastery, St. Paul's Church, St. Paul's Well and Surroundings, Mamure Castle, and Korykos Ancient City were examined through TripAdvisor. The reviews made until April 28, 2023, were evaluated within the scope of the research. The obtained data were subjected to qualitative data analysis methods, including content analysis and descriptive analysis. The codes developed for cultural properties were grouped into 2 categories: "Positive Features" and "Negative Features." In the Positive Features category, codes such as "Relevant Personnel," "Museum Card," "Culture, History, and Belief," and "Location" were included, while in the Negative Features category, codes such as "Unconscious Visitors," "Simple Features," "Fee," and "Administrative Deficiencies" were included. The codes with the highest frequencies were determined to be "Culture, History, and Belief" and "Administrative Features," respectively. It was identified that visitors generally emphasize the cultural importance of the works, but they have assessments indicating that the works are not given the necessary importance by local authorities. Especially, issues such as the neglect of the works, the absence of informative and directional signs, restorations not being carried out in line with the originality and historical texture of the assets, and insufficient emphasis on the promotion of the works were identified as the most expressed problems.

[Journal of Eurasia Tourism Research](#) by [Bayram KANCA](#) is licensed under [CC BY-NC-SA 4.0](#)

\*Sorumlu yazar / Corresponding author



0000-0001-7339-0538 (S. C. ŞANLI KAYRAN)



ceylin\_sanli@hotmail.com (S. C. ŞANLI KAYRAN)



## 1. GİRİŞ

UNESCO, kültürel ve doğal varlıkları koruma ve tanıtmaya hususunda önemli bir misyona sahiptir. Bu misyonun temelinde, kültürel ve doğal alanların evrensel değerlerini korumak ve insanlık mirası olarak kabul edilen bu değerleri gelecek nesillere aktarmak yatmaktadır. "Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunmasına Dair Sözleşme" adı altında uluslararası bir sözleşme oluşturularak bu amacı gerçekleştirmek için önemli adımlar atılmıştır (Çamlıca, 2017). Sözleşme kapsamında, taraf devletler kültürel ve doğal varlıkların envanterini hazırlayarak UNESCO'ya iletmekle yükümlüdürler. UNESCO, bu listeleri inceleyerek Dünya Miras Listesi'ne uygun olan varlıkları belirlemektedir. Bu süreçte, varlıkların Dünya Miras Komitesi tarafından belirlenen kriterleri karşılama durumu ve mimari, tarihi, estetik, kültürel, ekonomik, sosyal, sembolik ve felsefi özellikleri gibi unsurlar dikkate alınmaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023). UNESCO'nun bu sözleşme ve uygulamaları, kültürel ve doğal mirasın korunması ve gelecek nesillere aktarılmasında kritik bir role sahiptir. Bu değerlerin toplumlar arasında paylaşılması küresel bir bilincin oluşturulması için de katkı sunmaktadır (Tuncer, 2013).

UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde 1199 varlık bulunmaktadır. Bunlardan 933 tanesi kültürel, 227 tanesi doğal, 39 tanesi ise karma varlıklardır. Listede Türkiye'nin 21 kültür varlığı bulunmaktadır. Bunlardan 19 tanesi kültürel, 2 tanesi ise karma eserdir (UNESCO, 2023). Unesco Dünya Mirası Geçici Listesi'nde ise 2023 yılı itibarıyla 72 kültürel, 3 doğal, 4 karma olmak üzere Türkiye'nin toplam 79 varlığı yer almaktadır. Bu çalışma kapsamında UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi'nde yer alan Mersin'e ait kültür varlıkları incelenmektedir. Söz konusu kültür varlıkları Alahan Manastırı, St. Paul Kilisesi, St. Paul Kuyusu ve Çevresi, Mamure Kalesi ve Korykos Antik Kenti'dir.

## 2. YAZIN İNCELEMESİ

Alahan Manastırı, UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesine 2000 yılında girmiştir. Bir mağara kilisesi, iki bazilika, bir vaftizhane, küçük bir mezarlık ile küçük bir hamam yapısından meydana gelen (Dilay, 2011) Alahan Manastırı Bizans dönemi dini mimari örneklerinden bir tanesidir (Aydın, 2006). Manastırın malzemesi, tasarımı ve süslemeleri ender örnekler arasında gösterilmektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023). Evliya Çelebi söz konusu eser için "*Ustasının elinden yeni çıkmış gibi duruyor.*" ifadesini kullanmıştır. Eser 1300 metre yükseklikte dik bir yamaca oturtulmuştur (Türkiye Kültür Portalı, 2023). Literatürde Alahan manastırına yönelik yapılan çalışmalar incelendiğinde hac merkezi (Gazioğlu, 2023) ve inanç turizmi (Kökşen, 2020) açısından değerlendirilmesi, kilise kapısı (Köroğlu, 2019) ve manastırın kiremit örnekleri gibi arkeometrik çalışmalar (Akyol, Kadioğlu & Özyıldırım, 2014) yapıldığı görülmektedir.

St. Paul Kilisesi, St. Paul Kuyusu ve Çevresi, 2020 yılında geçici listeye dahil olmuştur. Tarsus kent dokusu ile bütünleşmiş olan bu kültürel varlık ruhani bir merkez olarak UNESCO Dünya Miras Listesi'ne aday gösterilmektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023). Hristiyanlık dininin kurucularından biri olan St. Paul (Erçolak & Tanrıseven, 2022), Hz. İsa'nın öğretilerinin ve Hristiyanlığın yayılması için önemli bir görev üstlenmiştir. St. Paul Kuyusu, St. Paul'un evi olarak kabul edilen yerin avlusunda bulunan kuyu olarak bilinmektedir (Kültür Portalı, 2023). Bu kuyunun suyu ise kutsal sayılmaktadır ve kuyunun suyunun yıllardır eksilmediğine ve şifalı olduğuna inanılmaktadır (Güzel, 2022). Kudüs'e giderken yöreden geçen Hristiyanlar (Kale ve Akmaz, 2020), kutsal kabul edilen bu sudan içmektedirler. Son dönem kazı çalışmalarında evin bahçesinde duvar kalıntıları da tespit edilmiştir. St. Paul Kilisesi ise Hristiyanların hac merkezlerinden bir tanesi olarak kabul edilmektedir. 1992-93 yılında Vatikan tarafından "Aziz Paul Sempozyumu ve Ayini" gerçekleştirilen kilise 1994 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından koruma altına alınmış ve St. Paul Anıt Müzesi'ne dönüştürülmüştür (Yıldız, 2020). Literatür incelendiğinde inanç turizmi açısından ele alınan çalışmalarda St. Paul Kilisesi, Kuyusu ve Çevresi'ne yer verildiği görülmektedir (Bingöl, 2004; Levent & Uçar, 2018).

Mamure Kalesi, UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesine 2012 yılında dahil olmuştur. 23.500 m<sup>2</sup> yüz ölçümüne sahip olan kale Türkiye'nin en büyük kaleleri arasında gösterilmektedir. Kalenin benzerlerinden farkı Roma, Bizans, Selçuklu, Karamanlı ve Osmanlı Dönemlerine ait izler taşımasıdır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023). Kalede yer alan kitabeye göre 1450 yılında Karamanoğlu Sultan İbrahim tarafından iç kale büyüme bir onarım görmüştür. Bu tarihten sonra kaleye mamur edilen<sup>1</sup> anlamına gelen Mamure Kalesi denilmiştir (Şahin & Özcan, 2021).

Korykos Antik Kenti, 2014 yılında UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesine eklenmiştir. Akdeniz'in önemli liman kentleri arasında yer alan Korykos Antik Kenti'nin geçmişi Hititler dönemine kadar uzanmaktadır. Hellenistik dönemde kentleşmenin başladığı antik kent Roma, Bizans ve Ermeni

<sup>1</sup> Mamur, bayındır, gelişip güzelleşmesi, hayat şartlarının uygun duruma getirilmesi için üzerinde çalışılmış olan, bakımlı, imar edilmiş (yer) anlamına gelmektedir (TDK, 2023).

dönemlerinden izler taşımaktadır. Bölgede başka örneği bulunmayan deniz ve kara kalesinden oluşan ikili bir savunma sistemi oluşturulmuştur (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023). Kızkalesi olarak anılan denizdeki kale günümüze kadar iyi korunmuş olup Mersin turizminin önemli bir simgesi olarak görölmektedir. Bununla birlikte antik kentte Cennet Cehennem olarak adlandırılan obruklar, su kemerleri, tiyatro, sarnıç kalıntıları bulunmaktadır (Gürdal, 2014). Ayrıca alana yayılmış, bölgesel mimari özelliklerin yanı sıra kendilerine özgü yerel unsurlar taşıyan 14 kilise ve 11 rölyefi ile dönemin günlük yaşantısına ışık tutan anıt mezarlar niteliğindeki Adamkayalar, Korykos'u benzer nitelikteki diğer antik kentlerden ayıran önemli unsurlar arasındadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023).

Literatür incelendiğinde turistik alanlara (Taecharungroj & Mathayomchan, 2019; Lee, Benjamin & Childs, 2022), ören yerlerine (Alexander, Blank & Hale, 2018; Riva & Agostino, 2022) veya turizm işletmelerine (Chang, Ku & Chen, 2019; Lei & Law, 2015) yönelik yapılan araştırmalarda çevrimiçi ziyaretçi yorumlarından faydalandığı görölmektedir. Bununla birlikte literatürde UNESCO Dünya Miras Listesinde yer alan varlıklara yönelik yapılan çalışmalar incelendiğinde ziyaretçi deneyimlerinin belirlenmesinde çevrimiçi ziyaretçi yorumlarına başvuran çalışmalar olduğu görölmektedir (Stoleriu, Brochado, Rusu & Lupu, 2019; Musayev & Hajiyeva, 2019; Olorunsola, Saydam, Lasisi, & Ozturen, 2023). Bu araştırmada UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi'nde yer alan Mersin ili kültür varlıklarına yönelik ziyaretçi deneyimleri incelenmiştir. Bu varlıklara yönelik daha önce ziyaretçi deneyimlerini ele alan bir çalışmaya rastlanılmadığından çalışmanın alana katkı sağlayacağı düşünölmektedir. Ayrıca çalışmadan elde edilen ziyaretçi deneyimi bulgularının kültür varlıklarının korunmasına yönelik yapılacak iyileştirmelere rehber olacağı düşünölmektedir.

### 3.YÖNTEM

Araştırmanın amacı UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi'nde yer alan Mersin ilindeki kültür varlıklarına yönelik çevrimiçi ziyaretçi yorumlarının incelenmesidir. UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesinde yer alan Mersin'e ait tüm kültür varlıklarına yönelik yürütölen araştırmada veri toplama tekniği olarak doküman incelemesinden yararlanılmıştır. Doküman analizi dokümanları incelemek veya değerlendirmek için sistematik bir işlem olup anlam çıkarmak, anlayış kazanmak ve ampirik bilgi geliştirmek için verilerin incelenmesini ve yorumlanmasını gerektiren bir analiz türüdür (Sak, şahin Sak, Öneren şendil & Nas, 2021). Bu çerçeve de TripAdvisor üzerinden söz konusu kültür varlıklarına yönelik olarak yapılan yorumlar incelenmiştir. Tüketicilere turizm endüstrisi ile ilgili yaşadıkları deneyimlerini paylaşabilme olanağını sağlayan sitelerin başında TripAdvisor.com gelmektedir. Tripadvisor, tüketicilere otel, turistik mekanlar ve restoranlar hakkında yaşadıkları gerçek deneyimlerinin diğer tüketicilerle paylaşılmasına izin veren dünyanın en popüler ve en büyük web sitelerinden bir tanesi olarak değerlendirilmektedir (Arıca ve orbacı, 2019; Demirkol, Kaya ve Akın, 2017). Araştırma kapsamında 28.04.2023 tarihine kadar yapılan tüm yorumlar değerlendirmeye alınmıştır. Elde edilen veriler nitel veri analiz yöntemlerinden içerik analizine ve betimsel analize tabi tutulmuştur. İçerik analizi birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenleyerek yorumlamak şeklinde ifade edilmektedir (Yıldırım & şimşek, 2013). Dolayısı ile içerik analizi ile verileri açıklayabilecek kavramlara ulaşmak; betimsel analiz ile ise toplanan verileri özetlemek amaçlanmaktadır. Verilerin ikincil kaynaklara dayanması sebebiyle çalışma için derginin etik ilkeler ve yayın politikası doğrultusunda Etik Kurul onayına ihtiyaç duyulmamıştır.

### 4. BULGULAR

Mersin ilinde yer alan UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi'ndeki kültür varlıklarına yönelik yorum ve değerlendirme sayısı ile ortalama puanlar Tablo 1'de yer almaktadır. Tablo incelendiğinde en fazla yorum ve değerlendirmeye sahip olan kültür varlığının Korykos Antik Kenti olduğu görölmektedir. Bunun yanı sıra en fazla puan alan kültür varlıklarının 4,5 puan ile Alahan Manastırı ve Mamure Kalesi olduğu belirlenmiştir. En düşük puana sahip olan kültür varlığı ise St. Paul Kilisesi, Kuyusu ve Çevresi olarak tespit edilmiştir.

**Tablo 1.** Kültür Varlıklarına Yönelik Puanlar

Kültür Varlığı	Yorum Sayısı	Değerlendirme Sayısı	Ortalama Puan
Alahan Manastırı	26 yorum	30 değerlendirme	4,5
Korykos Antik Kenti	219 yorum	275 değerlendirme	4,0
Mamure Kalesi	69 yorum	159 değerlendirme	4,5
St. Paul Kilisesi, Kuyusu ve Çevresi	92 yorum	144 değerlendirme	3,75

Kültür varlıkları toplam 406 yorum alırken bu yorumlardan 482 kod üretilmiştir. Kodların yorumlara toplam oranı 1,18 olurken, yorum başına en fazla kod üretilen kültür varlığı St. Paul Kilisesi, Kuyusu ve Çevresi olmuştur. Kodların dağılımını incelendiğinde ise Korykos Antik Kenti %43,15 ile en fazla kod üreten

kültür varlığı olarak bulgulanmıştır. Kültür varlıklarının kod dağılımlarına yönelik bulgular Tablo 2’de yer almaktadır.

**Tablo 2.** Kültür Varlıklarının Kod Dağılımları

Kültür Varlığı	Yorum	Kod	Kod/Yorum	Kod Dağılımı (%)
Alahan Manastırı	26	35	1,34	7,26
Korykos Antik Kenti	219	208	0,94	43,15
Mamure Kalesi	69	84	1,21	17,42
St. Paul Kilisesi, Kuyusu ve Çevresi	92	155	1,68	32,15
<b>Toplam</b>	<b>406</b>	<b>482</b>	<b>1,18</b>	<b>100</b>

Ziyaretçilerin kültür varlıklarına yönelik ifadeleri olumlu özellikler ve olumsuz özellikler olmak üzere iki kategoride toplanmıştır. Olumlu özellikler kategorisinde “ilgili personel”, “müze kart”, “kültür, tarih ve inanç” ile “konum” olmak üzere 5 kod yer almaktadır. Olumsuz özellikler kategorisi ise “bilinçsiz ziyaretçiler”, “sade özellikler”, “ücret” ve “yönetimsel eksiklikler” olmak üzere 4 kod içermektedir. Kategori ve kodların dağılımı Tablo 3’te sunulmaktadır. Tablo incelendiğinde toplam 482 kodun 316 tanesinin olumlu özellikler kategorisi, 166 tanesinin ise olumsuz özellikler kategorisinde yer aldığı görülmektedir. “kültür, tarih ve inanç” kodu toplam kodlar içerisinde en yüksek paya sahip olan kod (%53,11) olarak tespit edilmiştir. Bu sıralamayı “yönetimsel eksiklikler” (%14,73) ve “sade özellikler” (%10,78) takip etmektedir. Kategori bazlı incelendiğinde ise olumlu özellikler kategorisinde en yüksek frekansa sahip olan kodlar sırasıyla “kültür, tarih ve inanç” (%81,01) ve “konum” (%9,81) kodlarıdır. Olumsuz özellikler kategorisinde ise sırasıyla “yönetimsel eksiklikler” (%42,77) ve “sade özellikler” (%31,32) en sık tekrarlanan kodlar olarak belirlenmiştir.

**Tablo 3.** Kategori ve Alt Kategoriler

Kategoriler	Kodlar	Frekans	Toplam	% (N:482)	% Toplam	% (Kategori içinde)	% Toplam (Kategori)
<b>Olumlu Özellikler</b>	İlgili Personel	10	316	2,07	65,56	3,16	100 (n:316)
	Müze Kart	19		3,94		6,01	
	Kültür, Tarih ve İnanç	256		53,11		81,01	
	Konum	31		6,43		9,81	
<b>Olumsuz Özellikler</b>	Bilinçsiz Ziyaretçiler	28	166	5,80	34,43	16,86	100 (n:166)
	Sade Özellikler	52		10,78		31,32	
	Ücret	15		3,11		9,03	
	Yönetimsel Eksiklikler	71		14,73		42,77	
<b>Toplam</b>		<b>482</b>	<b>482</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>		

Alahan Manastırı’na yönelik bulgular Tablo 4’te yer almaktadır. Tablo incelendiğinde toplam 35 kodun 31 tanesinin olumlu özelliklere yönelik olarak geliştirildiği görülmektedir. En fazla sıklığa sahip kod ise 26 sıklık ile “Kültür, Tarih ve İnanç” olarak belirlenmiştir. Olumsuz özellikler kategorisinde en sık tekrarlanan ifadenin ise yönetimsel eksiklikler kodu olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 4.** Alahan Manastırı’na Yönelik Bulgular

Kategoriler	Kodlar	Frekans	Toplam	% (N:35)	% Toplam	% (Kategori içinde)	% Toplam (Kategori)
<b>Olumlu Özellikler</b>	İlgili Personel	0	31	0,00	100,00 (n:31)	0,0	91,83
	Müze Kart	0		0,00		0,0	
	Kültür, Tarih ve İnanç	26		70,27		83,87	
	Konum	5		13,51		16,12	
<b>Olumsuz Özellikler</b>	Bilinçsiz Ziyaretçiler	0	4	0,0	100,00 (n:4)	0,0	8,16
	Sade Özellikler	1		2,85		25,0	
	Ücret	0		0,0		0,0	
	Yönetimsel Eksiklikler	3		8,57		75,0	
<b>Toplam</b>		<b>35</b>	<b>35</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Alahan Manastırına yönelik olarak olumlu özellikler kategorisinden “kültür, tarih ve inanç” koduna ilişkin olarak yapılan yorumlardan bazıları şu şekildedir:

“... Bölgenin çok zengin bir doğası var. Antik kent tam zirvede manzarası atmosferi şahane. Biz bir motosiklet turu için gittik. Çok beğendik...”

“...Mersin'e gitmişken mutlaka görölmesi gereken bir güzelliktir. Oldukça enteresan bir manzara ile karşılaşacaksınız...”

“...Toros dağlarının etek yamaçlarında gözlerden uzak bir noktada kurulmuştur. Bulunduğu yerden aşağılara bakmak gerçekten güzel manzaraları içerir...”

“...Etkileyici. Büyüleyici bir atmosferi var. Biraz yürüyüş performansı gerekli tabii ama manastırdan enfes bir manzara var. Dağların zirvesinde sanki bir kartal yuvasındasınız gibi hissediyorsunuz...”

“...Geçmişten günümüze çok fazla bozulmadan ayakta kalmış ender manastırlardan biri burası. Gerçekten muhteşem bir yer. Tarihe ilgi duyan herkesin görmesini tavsiye ediyorum...”

“...Mimarisi, manzarası, konumu ve tarihi ile belirleyici. Ülkemizdeki farklı inançlara karşı var olan olumsuz önyargılar nedeni ile ihmal edilmiş tarihi bir değer. şu ana kadar eř değer yapım tarihindeki (MS 600) en güzel mimariye sahip ve bütünlüğünü en iyi şekilde korumuş Manastır. Mutlaka görölmeli...”

“...Alahan Manastırı, Mersin'de yerli ve yabancı turistleri cezbedecek önemli kültürel ve tarihi bir mirasa sahiptir. Günümüzde ayakta kalan kalıntıları ile halen görölmesi gereken bir yerdir. Alahan manastırının 2000 yılında, Dünya Kültür Mirası aday listesine eklenmesi ise çok heyecan verici. Rehber eşliğinde bir tura katıldıktan sonra aradaki farkı bildiğimden mutlaka rehber eşliğinde gezilmesini tavsiye ederim. Yolu biraz dolambaçlı ancak gene de Trekking için uygun bir yer...”

Kültürel varlığa yönelik olarak olumsuz özellikler kategorisinde yer alan “yönetimsel eksiklikler” ifadesine ilişkin yorumlarda yer alan ifadeler şu şekildedir:

“...Yoldan girilirken Kilise yazısını görüyorsunuz ancak kaç km gidilecek diye uyarı yok! Her zaman olduğu gibi onlarca hatta yüzlerce maaş alan yer işgal eden memur uyuyor! Yahu o yazının altına kaç km olduğu yazılamaz mı? ık ık bitmeyince acaba diye düşünmeye başlıyor insan! Gittiğimizde alışanlarda yoktu ayrıca tuvaletler de kapalıydı! O eserlerin hakkı tıpkı diğer pek çok eserde olduğu gibi maalesef verilemiyor! ...”

“...Tanıtımının daha iyi yapılarak bölge turizmine katkı sağlaması değerlendirilmelidir...”

Alahan Manastırına yönelik geliştirilen kodların ilişki matrisi Tablo 5'te sunulmuştur. Tablo incelendiğinde kültür varlığına yönelik olarak kodlar arasında 15 ifadenin ilişkili olduğu görölmektedir. Diğer kodlar ile en fazla ilişkiye sahip olan kodun “kültür, tarih ve inanç” olduğu tespit edilmiştir. “Kültür, Tarih ve inanç” ile “konum” 4 ilişkili ifadeye sahiptir.

**Tablo 5.** Alahan Manastırı Kod İlişki Matrisi

Kod Sistemi	İlgili Personel	Müze Kart	Kültür, Tarih ve İnanç	Konum	Bilinçsiz Ziyaretçiler	Sade Özellikler	Ücret	Yönetimsel Eksiklikler	Toplam
İlgili Personel	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Müze Kart	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Kültür, Tarih ve İnanç	0	0	0	4	0	1	0	1	6
Konum	0	0	4	0	0	1	0	0	5
Bilinçsiz Ziyaretçiler	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sade Özellikler	0	0	1	1	0	0	0	0	2
Ücret	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Yönetimsel Eksiklikler	0	0	1	0	0	0	0	0	1
<b>Toplam</b>	0	0	6	5	0	2	0	1	15

“Kültür, tarih ve inanç” ile “konum” arasındaki ilişkili ziyaretçi yorumlarından bazıları şu şekildedir:

“...Alahan manastırı yol üzerinde uğranması gereken tarih severler için uğrak bir nokta manzarası ve manastıra ulaştığınızda seyir keyfi yaşamanız için iki dakika nefes alın tadını çıkarın...”

“...Karaman'dan Mut'a giderken 22 km kala tabelayı görünce sol yöne Dağ'a doğru 2 km tırmanış var. Bu kilise kompleksi her şeyini içinde barındıran, 250 m uzunluğunda, adeta bir kartal yuvası...”

“...Alahan manastırı yol üzerinde uğranması gereken tarih severler için uğrak bir nokta manzarası ve manastıra ulaştığınızda seyir keyfi yaşamanız için iki dakika nefes alın tadını çıkarın...”

“Kültür, tarih ve inanç” ile “konum” ve “sade özellikler” kodlarına yönelik ilişkili ziyaretçi yorumu şu şekildedir:

“...Çok güzel bir manzaraya sahip hâkim bir tepeye manastır. Öyle büyük bir alanda kurulu değil özellikle burayı görmek için yola çıkmaya değmez ama bu yoldan geçerken uğramamak olmaz ana yola sadece 2 km uzaklıkta...”

“Kültür, tarih ve inanç” ile “yönetimsel eksiklikler” arasındaki ilişkili yorum şu şekildedir:

“...Burası gerçekten güzel, ayakta kalabilen kısmının taş düşebilme ihtimaline karşı giriş yasağının bulunması ve manastır ile bölümleri hakkında bilgilendirmenin olmaması dışında...”

Korykos Antik Kenti’ne yönelik bulgular Tablo 6’da sunulmuştur. Tablo incelendiğinde 208 kodun % 57,21’inin olumlu özelliklere yönelik olduğu görülmektedir. En sık tekrarlanan ifadenin olumlu özellikler kategorisinden 111 sıklık ile “kültür, tarih ve inanç” kodu olduğu belirlenmiştir. İkinci en yüksek sıklığın ise olumsuz özellikler kategorisinde yer alan “yönetimsel eksiklikler” kodu olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 6.** Korykos Antik Kenti’ne Yönelik Bulgular

Kategoriler	Kodlar	Frekans	Toplam	% (N:208)	% Toplam	% (Kategori içinde)	% Toplam (Kategori)
Olumlu Özellikler	İlgili Personel	1	119	0,48	57,21	0,84	100,00 (n:119)
	Müze Kart	4		1,92		3,36	
	Kültür, Tarih ve İnanç	111		53,36		93,27	
	Konum	3		1,44		2,52	
Olumsuz Özellikler	Bilinçsiz Ziyaretçiler	25	89	12,00	42,78	28,08	100,00 (n:89)
	Sade Özellikler	9		4,32		10,11	
	Ücret	3		1,44		3,37	
	Yönetimsel Eksiklikler	52		25,00		58,42	
<b>Toplam</b>		<b>208</b>	<b>208</b>	<b>100</b>	<b>100</b>		

Kültürel varlığa ilişkin olumlu özellikler kategorisinde yer alan “kültür, tarih ve inanç” ifadesine yönelik yorumlardan bazıları şu şekildedir:

“...Türkiye’de görülmesi gereken yerlerin başında gelir. Direk ulaşamasanız bile sahilden fotoğraflamanız yerinde olacaktır...”

“...Mersin’e yolunuz düşer de Kızkalesi görülmeden gidilir mi gün batımında aileniz ile birlikte muhteşem fotoğraflar ve anılar biriktirin tekne turlarına da katılmayı unutmayın...”

“...Masallara konu olan bu kale rivayete göre tabi denizin ortasında heybetli duruşu ile cezbediyor insanı...”

“...Denizin ortasında, insanı dinlendiren, huzur veren, çok hoş bir kale. Manzarası çok güzel. Kalenin karşısındaki sahil ise halk plajı olarak düzenlenmiş. Kız Kalesi'nin paralelinde, karada bir kale daha yer alıyor. Bu da bölgenin stratejik önemini ne denli fazla olduğunu gösteriyor...”

“...Tepeden baktığınızda, denizin içinde taç gibi görünen güzel bir kale; eşi var mıdır bilemem ama dalgaların vurduğu bir deniz kalesi. Denizin dalgalı olması sebebiyle kayıklar olmadığından içini göremedim. Fakat kıyıda bile görmek güzeldi...”

“...Kızkalesi sadece antik bir yapı değil aynı zamanda deniz ortasında kurulmuş ve efsaneleri ile her zaman hatırlanacak kale. Tarih kokan bu yapıyı seyretmek için sabah erken saatlerde ya da gün batımında görmenizi öneririm...”

“... kıyıda ve denizde iki kısımdan oluşuyor Kızkalesi... denizdeki kaleye tekneyle gidiliyor. Farklı dönemlerde yapılmış surları, mazgalları, burçları, denize açılan kapısı ve şapeli ile harika bir tarihi değer. Kale civarındaki kaya mezarları, kahvaltı salonları, kafeteryalar ve halk plajı o bölgedeki diğer güzellikler... Değerlendirmenizi tavsiye ederim...”

Kültürel varlığa ilişkin olumsuz özellikler kategorisinde yer alan “yönetimsel eksiklikler” koduna ilişkin yorumlardan bazıları aşağıda sunulmuştur:

“...Belediyenin Kale'ye gitmek için bir hizmeti yok. Sahilde birisi satış yapıyor. Pazarlık yaparak 25 TL'den 20 TL'ye indirdik kişi başı ücreti. Tekneler pislik içerisinde. Kale için fotoğraf çekmelik güzel yerler var ama tarihini anlatan bir yazı vs. göremedik. Giriş ücreti 12.5 TL. İçerisinde bulunan WC pis kokudan içeri girilmiyordu. Hizmet yok ücret çok kısacası...”

“...Derme çatma bir tekneye kişi başı 15 TL vererek çok da rahat olmayan bir deniz yolculuğu sonrası Kızkalesi'ne ulaştığınızda kapıdaki 2 görevli kişi başı 6 TL bilet parası alıyor, ki bunlar da 19.30 gibi gidiyorlar ve o saatten sonra bilet parası alınmıyor. Zaten neyin bileti onu da anlamış değilim, kalenin her yeri pislik içinde, her yer çerçöp, duvarlar ergenlerin yazdığı yazılarla dolu. Bari bir temizlik, restorasyon falan yapın da öyle bilet kesin, ayıptır ya... Küçük çocukla gitmeyin, iniş çıkış merdivenler çok tehlikeli ve basamaklar çok yüksek, ayrıca çıktığınızda hiçbir koruma yok... Zaten görülecek pek bir şey de yok içeride anlatan bir rehber vb. görevli de yok, boş verin gitmeyin en iyisi... Kızkalesi etrafı otoparklar değnekçilerin elinde, tekneler falan da öyle... Gitmeyin...”

“... Bir halk bu kadar tarih bilinçsiz olamaz! Plajı geliştireceğine git o tarihi koru! Restorasyon desen yok, müze anlayışı desen yok, hiçbir şey yok! Zavallı kralın kemikleri sızıyordu, Kalem ne hale getirdiler diye! Hemen bir restorasyon yapılmalı ve bölgenin değeri korunmalı. Bu haliyle tam bir hayal kırıklığı...”

“...Kız kalesi konumu denizi ve sahiliyle birçok turisti ve misafiri her yaz ağırlıyor. Tekne turları ile ulaşabildiğiniz kız kalesinin içi tam bir hayal kırıklığı. Üzülüğüm konu içerisi bakımsız her yer çöp ve dışkı, kötü bir koku. Tarihiyle ilgili hiçbir bilgi mevcut değil. Terkedilmiş durumda. Değerlendirilemediğini düşünüyorum...”

Korykos Antik Kentine yönelik geliştirilen kodların ilişki matrisi Tablo 7'de yer almaktadır. Tablo incelendiğinde 206 ilişkili ifade olduğu görülmektedir. Diğer kodlarla en ilişkili olan kodun “kültür, tarih ve inanç” kodu olduğu belirlenirken, söz konusu kodun en ilişkili olduğu kod “yönetimsel eksiklikler” kodu olarak tespit edilmiştir.

**Tablo 7.** Korykos Antik Kenti Kod İlişkiler Matrisi

	İlgili Personel	Müze Kart	Kültür, Tarih ve İnanç	Konum	Bilinçsiz Ziyaretçiler	Sade Özellikler	Ücret	Yönetimsel Eksiklikler	Toplam
İlgili Personel	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Müze Kart	0	0	2	0	0	1	0	1	4
Kültür, Tarih ve İnanç	1	2	0	3	20	6	2	38	72
Konum	0	0	3	0	0	0	0	0	3
Bilinçsiz Ziyaretçiler	0	0	20	0	0	1	1	20	42
Sade Özellikler	0	1	6	0	1	0	2	3	13
Ücret	0	0	2	0	1	2	0	2	7
Yönetimsel Eksiklikler	0	1	38	0	20	3	2	0	64
<b>Toplam</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>72</b>	<b>3</b>	<b>42</b>	<b>13</b>	<b>7</b>	<b>64</b>	<b>206</b>

İlişkili ifadeler incelendiğinde en yüksek ilişkiye sahip “kültür, tarih ve inanç” ile “yönetimsel eksiklikler” kodlarına yönelik ziyaretçi yorumlarından bazıları şu şekildedir:

“...Mersinli olarak pis ve yanlış geliştiğini düşündüğüm yer. Kale'nin uzaktan görünümü çok güzel ve nadir tarihi kalelerden denizin ortasında. Ama genel olarak Kızkalesi kötü. Çok iyi bir yer yapılabilirdi. Çok yazık...”

“...Mersinimizin nadide yerlerinden biridir... Doğası denizi havası tarihi dokusuyla görülmesi gereken yerlerinden biridir. İç turizmin en gözde yeridir... Alt yapısı olmamasına rağmen gerekli yatırımlar yapılmamasına rağmen hala popüler bir yerdir...Dış turizme açılıp Çok iyi reklamlarla yapılacak olan tesislerle turizm cenneti olacak adaylardan birisidir...”

“...Mersin ve Erdemli 'deki gibi sahil şeridini sakın doldurmayın. Tüm Kızkalesi'nde tarihi dokunun daha da öne çıkarılması gerekiyor. Kalite artmalı...”

“...Büyük bir heves ile gittiğim Kızkalesi'nde açıkçası hayal kırıklığı yaşadım. Tarihi yapıya sonradan monte edilen beton yapı, WC ve diğer eklentiler beklentilerim karşısında hayal kırıklığı yaşattı. Ama buna rağmen deniz kenarından kaleyi izlemek keyifli. Özellikle gece ışıklandırması çok iyi...”

“...Krikos kralının kızı için yaptırdığına inanılan kale, hakikatte Krikos şehrini denizden gelen tehlikelere karşı korumak amacıyla ilkçağlarda bir ada üzerine inşa edilmiş bir kale.

*Denizle arası 1 km. Yüzme biliyorsanız hodri meydan. Ama bunun bir de geri dönüşü var. Fatih'in oğlu Cem Sultan en son bu kalede kalmış. İçinde eskiden bir cami varmış. Nice hüznülere sahne olmuş. Bakımsız bir yapı. Bakanlığın ayıbı. Antalya'da olsa el üstünde tutulur ya, sahipsiz be memleketim...”*

“Kültür, tarih ve inanç” ile “bilinçsiz ziyaretçiler” kodlarının ilişkilerine yönelik olarak ziyaretçi yorumlarından bazıları şu şekildedir:

*“...Nedendir bilmiyorum, buradan bir durak öncesi veya bir durak sonrası gayet kaliteli birer tatil mekânı iken neden Kızkalesi kalitesizlikte, barbarlıkta, vahşilikte pik yapmış anlamak imkânsız. Geçmişten günümüze kalan bu yapıtların asla ve asla koruma altına alınmadığını görmek üzücü. Tek iyi yanı, denizin ortasında ayakta kalan Kızkalesi'nin güzel bir manzara oluşturması. İyi bir yüzücüyseniz yüzerek gidebilirsiniz. Ama vahşilikte sınır tanımayan, denizin kumsalın, uyuduğunuz ve yemek yediğiniz yerin pis olmasını umursamayan, yerli ve yersiz turistlerin aymazca hareketlerinin rahatsızlık vermediği biriyiseniz tatil için doğru yerdesiniz...”*

*“...Manzara, tarih, deniz, kum, sahil çok güzel. Ancak ortam ve tesis açısından berbat bir durum söz konusu. Neden Mersin'in turizm alanında atağa kalkmadığını daha iyi anlıyorum. Sanki Ortadoğu'dasınız. Temizlik anlamında da sınıfta kalmış bir yer. Her yer çöp, şişe vs. Bu kadar doğal güzelliğe bu yapılmamalı...”*

*“...Eşsiz bir deniz eşsiz bir manzara. Antik kentin yanında denize giriyorsunuz. Karşınızda harika bir mimari. Denizin ortasında inci gibi. Gelgelim su denizi plajları temiz tutun. İnsan olun. Hayvan dediğiniz bile pisliğini ortada bırakmıyor...”*

*“...Deniz güzel, tarihi bir yapı olarak Kız Kalesi ve hikayesi güzel. Kesinlikle görülmesi gerektiğini söyleyebilirim. Tek sorun gittiğinizde kalabalık bulacak olmanız ve kalabalığı oluşturan topluluğun maalesef toplum kurallarından anlamıyor olmasıdır...”*

Mamure Kalesi'ne yönelik bulgular Tablo 8'de sunulmaktadır. Tablo incelendiğinde toplam 84 kodun %82,14'ünün olumlu özellikler kategorisinde yer aldığı tespit edilmiştir. En sık tekrarlanan ifadenin ise aynı kategoride konumlanan “kültür, tarih ve inanç” kodu olduğu belirlenmiştir. Olumsuz özellikler kategorisinde en sık tekrarlanan kod ise “yönetimsel eksiklikler” kodudur.

**Tablo 8.** Mamure Kalesi'ne Yönelik Bulgular

Kategoriler	Kodlar	Frekans	Toplam	% (N:208)	% Toplam	% (Kategori içinde)	% Toplam (Kategori)
<b>Olumlu Özellikler</b>	İlgili Personel	1	69	1,19	82,14	1,44	100,00 (n:69)
	Müze Kart	1		1,19		1,44	
	Kültür, Tarih ve İnanç	60		71,42		86,95	
	Konum	7		8,33		10,14	
<b>Olumsuz Özellikler</b>	Bilinçsiz Ziyaretçiler	1	15	1,19	17,85	6,66	100,00 (n:15)
	Sade Özellikler	1		1,19		6,66	
	Ücret	0		0,00		0,00	
	Yönetimsel Eksiklikler	13		15,47		86,66	
<b>Toplam</b>		<b>84</b>	<b>84</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>		

“Kültür, tarih ve inanç” koduna yönelik ziyaretçi yorumlarından bazıları şu şekildedir:

*“...Çok da bir beklenti ile gitmedik, bir kale var işte deyip, yola çıkmıştık. Ancak muhteşemdi. Görünüm çok güzeldi. Beğendik. Tavsiye ederim, yolunuzu bu taraf çevirip, gezmenizi isterim. Biz çok etkilendik...”*

*“...Mersin yönünden geliştire Anamur'un girişinde yer alan bu tarihi kale görsel anlamda Anamur'un simgelerinden sayılır. Gerçekten günümüze kadar ayakta kalmış sağlam yapı olup, restorasyon çalışmaları devam etmekte. Surlara tırmanıp deniz manzarasını seyredebilir, kale içerisini ve içerideki camiyi gezebilirsiniz. Meraklılarının mutlaka görmesinin isterim...”*

*“...Müthiş bir yapısı ve çok güzel görüntüsü var. Görülmeye değer bir tarihi yer denizle bitişik olması kalenin en yüksek bölgesinden denizi ve ormanı rahatça izleyip kafa dinlendirebilirsiniz. Herkese tavsiye ederim. Tarihi yerler sevenler için görülmeye değer bir yer...”*

“...Anamur ilçesinde, Türkiye de nadir korunmuş olan kalelerden biri. Deniz kenarında bütün heybetiyle muhteşem bir yapı. Görülmeye değer tarihi bir yer... Hemen anayol un kenarında ...”

“...yol kenarında devasa bir kale. Denizin neredeyse içinde. Harika bir manzarası var. Surları sapaşğlam. Hele kalenin yanındaki suda yüzen kaplumbağalar çok sevimli...”

“...Romalılar zamanında inşa edilmiş olan bu kale, Karamanoğulları beyliği döneminde ele geçirilmiş ve bizlere güzel bir miras kalmıştır. Surların stratejik bir şekilde inşa edilmesi, mimari yapısı ve Anamur manzarası ile dikkat çekiyor...”

“...Akdeniz'in Orta Çağ'dan kalma en büyük kalelerinden biri. Restorasyon sonrası, aslına uygun olarak tarihe tanıklık eden Anamur'un simgesi tarih mirasımız...”

“...1500 Yıllık bir tarih hayran kalmamak mümkün değil, Romalılardan Osmanlı'ya kadar birçok medeniyet ve savaş görmüş, Akdeniz'in dalgalarına meydan okumuş bir tarihi kale. Restorasyonda olduğundan içeri giremedim, fakat etrafını dolaşırken yıkıntılar arasından birkaç kare çekebildim. Yolu, Anamur'dan geçen herkese durup gezmelerini tavsiye ederim...”

“...1500 yıllık Mamure Kalesi Akdeniz kıyısında en iyi şekilde korunmuş Orta Çağ kalelerinden biridir. Zafer kazanan Romalılar, Bizanslılar, Selçuklular, Karamanoğulları ve Osmanlılar gibi farklı orduların üsluplarını taşıyan özgün bir Orta Çağ tahkimatına sahiptir. 23.500 metrekarelik bir alanı kaplayan kale Türkiye'nin en büyük kalelerindenidir...”

Olumsuz özelliklere yönelik “yönetimsel eksiklikler” koduna yönelik olarak katılımcılar şu ifadeleri kullanmışlardır:

“...Güzel restore edilmiş fakat içinde yönlendirme tabelası yok. Etrafta tuvalet falan yok...”

“...Geçmiş senelerde ziyaret etmiştim. Surların ve merdivenlerin orijinal tahrip edilmiş hali çok daha güzeldi. Mermerler ile kaplanan bölümler tüm tarihi dokuyu zedelemiş. Sanki yakın tarihte yapılmış vasıfsız bir yapı haline dönüşmüş. İçine girip görmeniz vakit kaybı. Yol kenarından araçla geçerken 10-15 sn görmeniz yeter...”

“...Geçmişinin görkemli olduğu her halinden belli olan bir kale ancak son dönemde yapılan bütün restorasyon çalışmasında olduğu gibi çok özensiz bir iş yapılmış ve görşelliği tamamen bozulmuş...”

“...Yerel yönetimlerin sahip çıkmadığı muhteşem kale...”

**Tablo 9.** Mamure Kalesi'ne Yönelik Kod İlişki Matrisi

	İlgili Personel	Müze Kart	Kültür, Tarih ve İnanç	Konum	Bilinçsiz Ziyaretçiler	Sade Özellikler	Ücret	Yönetimsel Eksiklikler	Toplam
İlgili Personel	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Müze Kart	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Kültür, Tarih ve İnanç	1	1	0	6	1	0	0	9	18
Konum	0	0	6	0	0	0	0	2	8
Bilinçsiz Ziyaretçiler	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Sade Özellikler	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ücret	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Yönetimsel Eksiklikler	0	0	9	2	0	0	0	0	11
<b>Toplam</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>18</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>11</b>	<b>40</b>

Mamure kalesine yönelik olarak geliştirilen kodların ilişki matrisi Tablo 9'da sunulmuştur Tablo incelendiğinde diğer kodlarla en ilişkili kodun “kültür, tarih ve inanç” olduğu görülmektedir. “kültür, tarih ve inanç” kodunun en ilişkili olduğu kod ise “yönetimsel eksiklikler” kodudur. İlişkili kodlarla ilgili bazı ziyaretçi yorumları şu şekildedir:

“...Güzel restore edilmiş fakat içinde yönlendirme tabelası yok. Etrafta tuvalet falan yok...”

“...Mamure Kalesi 1.500 yıllık eşsiz bir eser, tarih boyunca birçok devlete, medeniyete ev sahipliği yapmış. Denize sıfır. Etrafı tatlı suyla çevrili ve içinde kaplumbağalar var. Restorasyon yapılacağı gerekçesiyle ben diyeyim 3 sene siz deyin 4 senedir giriş yasak. Her geçtiğimde kontrol ederim bu yazda giremedik. Üstelik restorasyon yapacağız diye sanki kaleyi yıkıp, sıfırdan tekrar yapmışlar. Umarım böyle düşünen sadece benimdir...”



“...Maalesef tarih bilincimiz zayıf olduğu için eserlerde de aynı şekilde tahripkâr olabiliyoruz. Anamur’un reklamı yapılamayan, pazarlanamayan eserlerinden biridir Mamure Kalesi Açılırsa mutlaka gidin...”

“...Geçmişinin görkemli olduğu her halinden belli olan bir kale ancak son dönemde yapılan bütün restorasyon çalışmasında olduğu gibi çok özensiz bir iş yapılmış ve görşelliği tamamen bozulmuş...”

“...Anamur’dan Silifke ye doğru giderken yolun sağında deniz kenarında bir yapı. Ecdat neler yapmış ama gel gör ki biz kıymetini bilemiyoruz. İhtişamı kendine hayran bırakıyor...”

“...Ülkemizin tarih açısından zenginliğini biliyoruz. Mamure Kalesi de bu harikalardan biri. Yolunuz Anamur tarafına düşerse mutlaka ziyaret edin Doğanın Deniz'in ve tarihin kesiştiği nokta. Ama maalesef ülkemizde her zamanki gibi bakımsız ve korumasız...”

“...Ulaşımı kolay, Manzara muhteşem, tarihle iç içe...yetkililerin ise merdiven aydınlatması için daha duyarlı olması gerekiyor...”

St. Paul Kilisesi, Kuyusu ve Çevresi ilişkin bulgular incelendiğinde kültür varlığına yönelik olarak toplam 155 kod geliştirildiği görülmektedir. Toplam 155 ifadenin %62,58’i olumlu özellikler kategorisinde yer alırken en sık tekrarlanan ifade 59 kod ile “kültür, tarih ve inanç” kodu olarak tespit edilmiştir. İkinci en yüksek sıklık ise olumsuz özellikler kategorisinden “sade özellikler” kodu olarak belirlenmiştir. Kültür varlığına yönelik bulgular Tablo 10’da yer almaktadır.

**Tablo 10.** St. Paul Kilisesi, Kuyusu ve Çevresine Yönelik Bulgular

Kategoriler	Kodlar	Frekans	Toplam	% (N:208)	% Toplam	% (Kategori içinde)	% Toplam (Kategori)
<b>Olumlu Özellikler</b>	İlgili Personel	8	97	5,16	62,58	8,24	100,00 (n:97)
	Müze Kart	14		9,03		14,43	
	Kültür, Tarih ve İnanç	59		38,06		60,82	
	Konum	16		10,32		16,49	
<b>Olumsuz Özellikler</b>	Bilinçsiz Ziyaretçiler	2	58	1,29	37,41	3,44	100,00 (n:58)
	Sade Özellikler	41		26,45		70,68	
	Ücret	12		7,74		20,68	
	Yönetimsel Eksiklikler	3		1,93		5,17	
<b>Toplam</b>		<b>155</b>	<b>155</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>		

St. Paul Kilisesi, Kuyusu ve çevresine yönelik “kültür, tarih ve inanç” koduna ilişkin ziyaretçi yorumlarından bazıları şu şekildedir:

“...Kültür ve İnanç turizminin geliştiği yerlerden biri olan Tarsus’taki bu yapı gezilmesi gereken yerlerden biri...”

“...Tarsus’un simge yapılarından biri. İçeri girdiğinizde tavadaki freskleri mutlaka inceleyin. Cemaat olmadığı için kilise olarak hizmet vermiyor, müzeye çevrilmiş. Bununla birlikte şehir dışından gelen cemaat burada ayin düzenleye biliyormuş...”

“...Tarsus’un tarihi ve kültürel zenginliğinden biri. Tarsus doğumlu Aziz Paul Kilisesi inanç turizminde Hristiyanlar tarafından en fazla ziyaret edilen yerler arasında...”

“...St. Paul’un doğum yeri olarak bilinen ve Aziz Paul’a adanan tarihi yer, çok eskiden beri kutsal sayılması nedeniyle Hristiyanlar için önemli bir ruhani merkez olarak kabul ediliyor. Geçmişte uzun kara yolculuklarıyla Kudüs’e hacı olmak için yöreden geçen Hristiyanlarca ziyaret edilip, kuyunun suyundan içilmiş. Bu şekilde bilgilerle gittim ve bir Hristiyan olarak çok manevi bir zaman geçirdim. Çok güzeldi ve o tarihi yapıyla birebir kalıyorsunuz eğer yakınıdaysanız kesinlikle gidin derim...”

“...Tarsus çok eski bir tarih taşıyor. Merkezden ara sokaklardan yürüyerek St Paul’e ulaşıyorsunuz. Restorasyon çalışmaları yapılmış. Hristiyanlar için buranın önemi büyük. Bahçesi insana huzur veriyor. Bahçedeki kuyu Aziz Paulus kuyusu üzeri camlarla kaplanmış. Burası onun evinin bahçesi. Tarsus onun doğduğu yer. Hristiyanlığın yayılmasını sağlamış...”

“...Aziz Paul’ün doğup, yaşayıp, öldüğü ev. Son derece etkileyici ve dünya çapında önemli... Biraz daha çevre düzenlemesi yapılsa, civarındaki ev ve binalarla bir bütün halinde tarihe hizmet edecek dizayna kavuşsa, İtalya’ya rakip olur. Çok değerli bir yer...”

“...Tarsus merkezde ücretli küçük açık hava müzesidir, Kudüs'e hacı olmak için yöreden geçen Hristiyanlarca kutsal sayılan bu kuyu suyundan içilir. Bunun yanı sıra yapılan kazı çalışmalarında St. Paulus'un doğduğu ev olarak tahmin edilen evin taş duvarları St. Paul Kuyusunun hemen yanında gün ışığına çıkarılmıştır. Tarsus da ziyaret edilecek önemli noktalardan biridir...”

“...En çok burayı sevdim. Harika bir atmosferi var. Sade ve ruhani ayrıca bahçesi de çok güzel. Gene gelmek isterim...”

Kültür varlığının olumsuz özellikler kategorisinde yer alan “sade özellikler” ifadesine yönelik ziyaretçi yorumlarından bazıları şu şekildedir:

“...Çok basit, özelliksiz bir yapı. Sadece tavanda biraz işlemler var. Onun dışında boş bir beton bina...”

“...Hristiyanlar için bu kadar değerli bir azizin adıyla anılan, Vatikan'ın sempozyum düzenlediği bu kilisenin görkemli bir yapı olmasını bekliyordum. Dıştan güzel, bahçesi de çok hoş ama içine girince şaşırdım. Duvarları, içi bomboş. Müze Kartla ücretsiz girdik. Görülmesi gereken bir yer...”

“...Tarsus'u gezerken karşımıza çıkmışken ziyaret ettik bahçesini gezip içeri girmesek de olurdu sanki oldukça sade bir kilise 18. Yüzyılın son çeyreğinde inşa edilmiş, Aziz Paul Kuyusu'na girişte 6 TL ve sadece avluyu geziyorsunuz dolayısıyla eğer hacı olmayacaksanız içeri girmeden kapıdan baksanız da olur...”

“...Sadece bir kuyudan ve birkaç taş kalıntısından ibaret bir yer. Sanırım bize hitap etmediği için çok anlamsız buldum. Müze Kart geçerli olmasa para verip girmeye değmezdi. Giriş ücreti 7 TL...”

“...Kapısındaki tanıtımı okuduğunuzda "vay çok özel bir yermiş, hemen girelim" dedirtse de bileti alıp kapıdan adımınızı atar atmaz hayal kırıklığı yaşıyorsunuz. Çok kötü korunmuş, ya da korunmaya çalışılmış. Zemin kotunda tarihi bir kalıntı var fakat üzeri kötü bir cam uygulamayla kaplanmış ve neredeyse görünemez olmuş. Yani bel adımlık bir bahçeye hiçbir şey görmemek için girmiş oluyorsunuz. Görmeyen üzülmeyin yani...”

Kültür varlığına yönelik “yönetmel eksikler” koduna ilişkin ziyaretçi yorumlarından bazıları şu şekildedir:

“...Aziz Paul adına yapılmış bir kilise. İçeride yer alan freskler nemden etkilenmiş. Mimari olarak güzel. Bahçesinde turizm bürosu var. Ama yalnızca hafta içi açık. Acaba turistlerin yalnızca hafta içi geldiğini mi zannediyorlar...”

“...St. Paul Kilisesi görülmeli ancak yapılan restorasyon çalışmaları keşke daha özenli yapılsaydı da böyle tarihi bir yer korunmuş olsaydı. Eskiden kalma mermer sütunlara tamirat yapılmış o güzel görüntü girmiş, sadece şapelin mermerleri Orijinal ve çok güzel gerçekten...”

“...Tarsus genel olarak çok iyi her yerinden tarih fışkırıyor, ama bu tarz yerlere az önem veriyor belediye, yine de yüksek veriyorum belki katkısı olur!...”

Kültür varlığına yönelik “Bilinçsiz Ziyaretçiler” koduna ilişkin yorum şu şekildedir:

“...Tarsus'ta tanıtımı pek iyi yapılmasa da tarihi önemi ve değeri açısından görülmesi iyi olur. İlçe merkezine birkaç adım mesafede oldukça bakımlı bir durumda. Bir de şuursuz ziyaretçiler arka duvarına isimlerini kazımazlarsa daha iyi olur tabii...”

St. Paul Kilisesi, Kuyusu ve Çevresine Yönelik İlişkili Kodlar Matrisi Tablo 11'de yer almaktadır. Tablo incelendiğinde 130 kod ilişkisinden en çok ilişkiye sahip kodun “kültür, tarih ve inanç” ile “sade özellikler” olduğu görülmektedir.

“Kültür, tarih ve inanç” ile “sade özellikler” kodlarının ilişkili olduğu ziyaretçi yorumlarından bazıları şu şekildedir:

“...Dış görünüşü ve bahçesi güzel ve huzurlu. İçeride umduğumdan çok daha azını buldum. Dış mimarisi, bahçesi için gidilebilir. Giriş ücretli. Bir de ara sokaklarda kalmış öyle hemen göz önünde değil. Aklimda kalan merdivenleri, pencereleri ve pembe çiçekleri...”

“...valla bize hitap eden bir şey değildi... İçerdeki güller muhteşemdi doğrusu zaten ilgimizi çeken de onlardı. Gitmeseniz de olur yani...”

“Sade özellikler” ile “ücret” kodları arasındaki ilişkiye yönelik ziyaretçi yorumlarından bazıları ise şu şekildedir:

“...Hepi topu 150 yıllık bir kilise ve bahçedeki az sayıda tarihi eser için ücret alınması çok saçma. Gezmeye degecek bir yer değil ama Tarsus'ta zaten yapacak çok şey yok...”

“...Daha ilginç ve dolu bir kilise beklerdim. Dışı fena olmamakla birlikte içinde fazla bir şey yok. İşin kötüsü Müze Kartı olmayanlar 5 TL ödemek zorundalar...”

“...Giriş için 5 TL gibi bir ücret alınıyor. Ücretli bir ören yeri olmasına rağmen görülecek pek fazla bir sergi yok. Sadece bir kuyu ve çevresindeki tarihi taşlar var...”

“...Yani gittik ne kazandık hiçbir şey. Sıradan bir yer. Bir de giriş 5 TL. Müze kart olmasa üzüldüm. Vaktiniz ve Müze Kart varsa bakın. Yoksa bir şey kaybetmezsiniz...”

“...Tarsus'ta en kısa zaman ayrılacak yerlerden birisi. Giriş ücretli ama görülecek pek bir şey yok. Hristiyanlar için kutsal sayılan yerlerden birisi. Ama pek ilgimizi çekmedi. Dışarıdan bakılıp geçilebilir. Devamındaki Eski Tarsus Evleri daha fazla ilgimizi çekti...”

“...Hristiyanlar için önemli bir mekân olabilir, araştırmadım bir şey diyemem fakat ücretli olması aşırı saçma. Çünkü içerisinde bir kuyu var sadece. Bir de cam ile kapatılmış ev kalıntıları. Buradan daha fazlasını geri dönüşte yolda gördüm mesela. Ücretli olmasa Eski Tarsus Evlerine giderken bakılabilir, tarihi okunur vs ama 5 lira gibi küçük bir ücret bile saçma olmuş...”

**Tablo 11.** St. Paul Kilisesi, Kuyusu ve Çevresi'ne Yönelik İlişkili Kodlar Matrisi

	İlgili Personel	Müze Kart	Kültür, Tarih ve İnanç	Konum	Bilinçsiz Ziyaretçiler	Sade Özellikler	Ücret	Yönetimsel Eksiklikler	Toplam
İlgili Personel	0	2	2	2	0	0	1	0	7
Müze Kart	2	0	7	1	0	3	2	0	15
Kültür, Tarih ve İnanç	2	7	0	9	1	16	2	2	39
Konum	2	1	9	0	0	2	2	0	16
Bilinçsiz Ziyaretçiler	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Sade Özellikler	0	3	16	2	0	0	10	1	32
Ücret	1	2	2	2	0	10	0	0	17
Yönetimsel Eksiklikler	0	0	2	0	0	1	0	0	3
<b>Toplam</b>	<b>7</b>	<b>15</b>	<b>39</b>	<b>16</b>	<b>1</b>	<b>32</b>	<b>17</b>	<b>3</b>	<b>130</b>

## 5. SONUÇ

Araştırma kapsamında mersin ilinde yer alan UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesinde yer alan kültür varlıklarına yönelik çevrimiçi ziyaretçi yorumlarının değerlendirilmesi yapılmıştır. Bu çerçevede Alahan manastırı, Korykos Antik Kenti, Mamure Kalesi ile St. Paul Kilisesi, Kuyusu ve Çevresi araştırmada incelenen alanlardır. 4 kültür varlığı için toplam 406 yorum araştırma kapsamında değerlendirilmeye alınmıştır. Araştırma bulguları incelendiğinde 406 yorumdan toplam 482 kod üretilmiştir. En fazla yorum ve kodun Korykos Antik Kenti'ne yönelik olarak yapıldığı ortaya çıkmıştır. Ancak St. Paul Kilisesi, Kuyusu ve Çevresi yorum başına en fazla kod üreten kültür varlığı olarak belirlenmiştir.

Kültür varlıklarına yönelik geliştirilen kodlar 2 kategoride toplanmıştır. Bu kategoriler “olumlu özellikler” ve “olumsuz özellikler” olarak ifade edilmiştir. Olumlu özellikler kategorisinde “ilgili personel”, “müze kart”, “kültür, tarih ve inanç” ile “konum” kodları yer alırken olumsuz özellikler kategorisinde “bilinçsiz ziyaretçiler”, “sade özellikler”, “ücret” ve “yönetimsel eksiklikler” kodları yer almaktadır. Kodların %65,56’sı olumlu özellikler kategorisinde toplanırken en yüksek frekansa sahip kodun aynı kategoriden “kültür, tarih ve inanç” kodu olduğu tespit edilmiştir. Bu kodu olumsuz özellikler kategorisinden “yönetimsel eksiklikler” kodunun takip ettiği belirlenmiştir.

Alahan Manastırı'na yönelik ziyaretçi değerlendirmeleri incelendiğinde ziyaretçilerin kültür varlığına yönelik olarak en fazla olumlu özelliklerden bir tanesi olan “kültür, tarih ve inanç” ifadesine yer verdiği görülmektedir. Ziyaretçiler özellikle manastırın doğasına ve manzarasına, mimari özelliklerine, tarihi ve kültürel önemine dikkat çekmişlerdir. Olumsuz ziyaretçi deneyimleri arasında ise bilgilendirme levhalarının olmaması gibi yönetimsel eksikler yer almaktadır. Bununla birlikte ziyaretçiler konumu itibarıyla uğrak bir noktada yer alan manastırı mutlaka uğranması gereken bir kültür varlığı olarak değerlendirmişlerdir.

Korykos Antik Kenti'ne yönelik ziyaretçi değerlendirmelerinde kültür varlığının “kültür, tarih ve inanç” özellikleri ile yönetimsel eksiklikler üzerinde yoğunlaştığı belirlenmiştir. Kültür varlığının tarihi özellikleri, anıldığı efsane, kale etrafında yer alan diğer kültür varlıkları ve manzarası en çok değerlendirmelerde yer alan ifade olarak belirlenmiştir. Ancak kaleye gidiş hizmetinin bulunmaması, çevre kirliliği, yerel yönetim ve

halkın ilgisinin plaja verilip tarihi alana verilmemesi sık tekrarlanan olumsuz yönetsel sorunlar olarak değerlendirilmiştir. Bununla birlikte bilinçsiz ziyaretçiler nedeniyle böyle bir tarihi varlığın ziyaret edilmek istenmemesi, ziyaretçi profilinin vasat olması ve ziyaretçilerin etrafı daha çok kirletmesi dile getirilen olumsuz özellikler arasında yer almaktadır.

Mamure Kalesi'ne yönelik değerlendirmeler incelendiğinde kültür varlığının tarihi dokusunun korunarak günümüze kadar gelmiş olması ile deniz manzarası ve kültür varlığının yakınında yer alan kaplumbağalar vurgu yapılan olumlu özellikler olarak belirlenmiştir. Ancak restorasyon çalışmalarının çok uzun sürmesi, söz konusu çalışmalar nedeniyle kaleye girişin yasak olması ve iinin gezilememesi, restorasyonun tarihi dokuya uygun yapılmaması, yönlendirme ve bilgilendirme tabelaları ile aydınlatma sorunu gibi yönetsel sorunların olumsuz özellikler arasında sıklıkla ifade edildiği ortaya konmuştur. Bununla birlikte kültür varlığının yeterli tanıtımının olmaması da ziyaretçi değerlendirmelerinde dikkat çeken bir değerlendirmedir.

St. Paul Kilisesi, Kuyusu ve çevresine yönelik değerlendirmeler incelendiğine kültür varlığına yönelik olarak özellikle Hristiyanlar için önemli bir kutsal ve ruhani merkez olması, Tarsus'un tarihi ve önemli bir inanç merkezi olarak değerlendirilmesi, kültür varlığının bahçesi ve atmosferi ifade edilen olumlu özellikler arasında yer aldığı grlmektedir. Bununla birlikte ziyaretçiler, kültür varlığının sahip olduğu sade özelliklere rağmen ödeme alınmasına yönelik olarak olumsuz değerlendirmelere yer vermişlerdir. Bazı ziyaretçiler ise Hristiyanlık için bu kadar önemli bir kişilik için kültür varlığının çok sade kaldığını dile getirmişlerdir. Ayrıca gerekli restorasyon çalışmalarının yapılmaması, tanıtım bürosunun hafta sonları kapalı olması, Tarsus'un zengin bir tarihi geçmişi olmasına rağmen gerekli tanıtımların yapılmaması ifade edilen olumsuz özellikler olarak belirlenmiştir.

Bir kültürel veya doğal varlığın UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alması söz konusu varlığın evrensel değerinin korunması ve bu değerin gelecek nesillere aktarılmasının yanı sıra uluslararası tanınma, koruma, ve sürdürülebilirlik açısından büyük etki sağlamaktadır. Dünya Mirası Geçici Listesi'nde yer alan eserlerin asıl listeye alınması süreci kültürel ve doğal mirasın korunmasına ve insanlık için önemli olan değerlerin paylaşılmasına katkı sağlar. Bu erevrede geçici listedeki varlıklara yönelik olumsuz özelliklerin giderilmesi, eserlerin Dünya Mirası Listesi'ne alınması sürecinde önemli rol oynamaktadır. UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi'nde yer alan kültür varlıklarına yönelik ziyaretçi deneyimleri incelendiğinde ziyaretçilerin genel olarak eserlerin kültürel olarak önemlerine dikkat çektiği grlmektedir. Ancak yerel yönetimler tarafından eserlere gerekli önemin verilmediğine yönelik olumsuz yorumlar da dikkat çekicidir. Özellikle eserlerin bakımsız olması, bilgilendirme ve yönlendirme levhalarının olmaması, restorasyonların varlıkların orijinaline ve tarihi dokuya uygun yapılmaması, eserlerin tanıtımlarına yeterli önemin verilmemesi en fazla ifade edilen sorunlar arasında gösterilmektedir. Dikkat çeken ifadeler arasında bu eserlerin başka bölgelerde olsa çok daha iyi değerlendirilip pazarlanacağına yönelik yorumlar yer almaktadır. Bu erevrede özellikle yerel yönetimlere; bu kültür varlıklarına yönelik olarak tanıtım ve bilgilendirme levha ve panoları hazırlatılması, sivil toplum kuruluşları ile iş birliği yapılarak mevcut değerlerin korunarak sürdürülebilirliğinin sağlanması, restorasyon çalışmalarının aslına ve tarihi dokuya uygun olarak gerçekleştirilmesi, tanıtım ofislerinin ve personellerinin hazır bulundurulması, gece ve gündüz güvenliği ve korumayı sağlayacak personel istihdam edilmesi, eserlerin evre düzenlemelerinin yapılması ve etkili tanıtım çalışmalarının yapılması önerilebilir. Ayrıca turistlere ve yerel halka kültür varlıklarının tarihi ve önemi konusunda farkındalıklarının artırılması için çeşitli eğitim programları düzenlenebilir. Bununla birlikte sonraki araştırmalar için söz konusu kültür varlıklarına gelen turistlerin profillerinin ve seyahat motivasyonlarının araştırılması, tekrar ziyaret niyetlerinin ölçülebilir.

## **TEŞEKKÜR**

Bu araştırma, hiçbir kamu, ticari veya kar amacı gütmeyen kurum ya da kuruluştan herhangi bir finansman desteği almamıştır.

## **MENFAAT UYUŞMAZLIğI**

Yazarın, herhangi bir kurum ya da kuruluş ile finansal çıkar içeren bir ilişkisi ya da katılımı (hibe; eğitim bursları; konuşmacı bürolarına katılım; üyelik, istihdam, danışmanlıklar, hisse senedi sahipliği veya diğer öz zkaynak payları; ve uzman tanıklığı veya patent lisans düzenlemeleri); bu çalışmada tartışılan konu veya materyallerle ilgili mali olmayan çıkarları (kişisel veya mesleki ilişkiler, bağlantılar, kanaatler veya inançlar gibi) bulunmamaktadır.

## **YAZARLARIN KATKILARI**

S.C.Ő.K.: Kavramsallaştırma, Yazın taraması, Yöntem, Veri Toplama, Analiz ve yorumlama, Yazma - orijinal taslak hazırlama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme, Proje Yönetimi, Danışmanlık, Nihai onayın verilmesi.

## ETİK BEYAN

Bu çalışma için Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi (ATA Dergisi) Etik İlkeler ve Yayın Politikası doğrultusunda Etik Kurul onayına ihtiyaç duyulmamaktadır.

## KAYNAKÇA

- Akyol, A. A., Kadioğlu, Y. K., & Özyıldırım, M. (2014). Alahan Manastırı Kiremit Örnekleri Arkeometrik Çalışmaları. E. Erten, D. Favro, M. Özyıldırım, T.Akçay (Eds.) Olba Kazısı Serisi IV. İçinde. Olba Kazısı Yayınları
- Alexander, V. D., Blank, G., & Hale, S. A. (2018). TripAdvisor reviews of London museums: A new approach to understanding visitors. *Museum International*, 70(1-2), 154-165.
- Arica, R., & Çorbacı, A. (2019). Turizm sektöründe müşterilerin bilgi üretici rolü: Adıyaman'daki turistik çekiciliklere yönelik Tripadvisor sitesinde yer alan yorumlar üzerine bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16(3), 437-455.
- Aydın, A. (2006). Kilikya ve İsaurya Bölgesi vaftiz yapıları. *Sanat Tarihi Dergisi*, 15(1), 1-19.
- Bingöl, Z. (2004). Akdeniz Bölgesinin kültür ve inanç turizmi potansiyeli açısından değerlendirilmesi. *Bilgi*, 1, 125-137.
- Chang, Y. C., Ku, C. H., & Chen, C. H. (2019). Social media analytics: Extracting and visualizing Hilton hotel ratings and reviews from TripAdvisor. *International Journal of Information Management*, 48, 263-279.
- Çamlıca, K. (2017). UNESCO Dünya Miras Alanı Bilgisinin miras alanı çekicilikleri ve çalışanların gösterdiği duygular ile turistin duyguları, memnuniyeti ve davranışsal niyeti ilişkilerindeki düzenleyicilik rolü. [Yayımlanmamış doktora tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi]. Nevşehir.
- Demirkol, Ş., Kaya, F., & Akın, G. (2017). Yiyecek içecek işletmelerinde turist deneyimlerine yönelik bir analiz: tripadvisor örneği. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 4(1), 60-69
- Dilay, S. (2011). Sanatsal ve kültürel açıdan balık motifleri. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi* 4(1), 53-56.
- Erçolak, G. & Tanrısever, C. (2022). Aziz ve Azizelerle ilgili efsaneler. C. Tanrısever & Ö. Güzel (Eds.), Anadolu efsaneleri içinde. Detay Yayıncılık.
- Gazioğlu, H. H. (2023). Bizans'ta Hacılık, Hac Merkezi ve Kutsal Tedavi: Alahan Manastırı üzerine yeni bir değerlendirme. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 40(1), 71-85.
- Gürdal, M. (2014). *Türkiye Turizm Coğrafyası*. Detay Yayıncılık.
- Güzel, Ö. (2020). Akdeniz ve Ege Bölgeleri Kilise, Şapel ve sinagog Efsaneleri. C. Tanrısever & Ö. Güzel (Eds.), Anadolu efsaneleri içinde. Detay Yayıncılık.
- Kale, A., & Akmaz, A. (2020). İnanç Turizmi. A. Olçay (Ed.) Alternatif turizm içinde. Gazi Kitabevi.
- Kökşen, B. (2020). Alahan Manastırı'nın inanç turizmi açısından değerlendirilmesi. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 73-83.
- Koroğlu, G. (2019). Alahan Manastırı Batı Kilisesi'nin tılsımlı kapısı, *MSGSÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(19): 129-141.
- Lee, J., Benjamin, S., & Childs, M. (2022). Unpacking the emotions behind tripadvisor travel reviews: The case study of Gatlinburg, Tennessee. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 23(2), 347-364.
- Lei, S., & Law, R. (2015). Content analysis of TripAdvisor reviews on restaurants: A case study of Macau. *Journal of Tourism*, 16(1).
- Levent, Y. S. & Uçar, M. (2018). Kültürel rotalar bağlamında Mersin İlinin inanç turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi. (A. arslan (Eds.). I. Uluslararası Akdeniz Sempozyumu Bildiri Tam Metinleri Kitabı içinde. Mer-Ak Mersin Akademi Yayınları
- Musayev, A., & Hajiyeva, E. (2019). Analyzing the impact of TRIPADVISOR on Azerbaijan UNESCO monuments. *İpək Yolu*, 2,113-120.
- Olorunsola, V. O., Saydam, M. B., Lasisi, T. T., & Oztüren, A. (2023). Exploring tourists' experiences when visiting Petra archaeological heritage site: Voices from TripAdvisor. *Consumer Behavior in Tourism and Hospitality*, 18(1), 81-96.
- Riva, P., & Agostino, D. (2022). Latent dimensions of museum experience: assessing cross-cultural perspectives of visitors from tripadvisor reviews. *Museum Management and Curatorship*, 37(6), 616-640.
- Sak, R., Şahin Sak, İ. T., Öneren Şendil, Ç. & Nas, E. (2021). Bir araştırma yöntemi olarak doküman analizi. *Kocaeli Üniversitesi Eğitim Dergisi*, 4(1), 227-256.
- Stoleriu, O. M., Brochado, A., Rusu, A., & Lupu, C. (2019). Analyses of visitors' experiences in a natural world heritage site based on TripAdvisor reviews. *Visitor Studies*, 22(2), 192-212.
- Şahin, S., Özcan, S., Sol, & S. A. 2021, "Son Dönem Çalışmaları Işığında Anamur Mamure Kalesi", *Amisos*, 6/11, 267-284.
- T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü (2023). Alahan Manastırı Mersin. 10.07.2023 tarihinde <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-44398/alahan-manastiri-mersin.html> adresinden alınmıştır.
- T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü (2023). St. Paul Kilisesi, St. Paul Kuyusu ve Çevresi (Mersin). 12.07.2023 tarihinde <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-44415/st-paul-kilisesi-st-paul-kuyusu-ve-cevresi-mersin.html> adresinden alınmıştır.
- T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü (2023). Mamure Kalesi (Mersin). 14.07.2023 tarihinde <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-45348/mamure-kalesi-mersin.html> adresinden alınmıştır.

- T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü (2023). Korykos Antik Kenti (Mersin) [2014]. 18.07.2023 tarihinde <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-93762/korykos-antik-kenti-mersin-2014.html> adresinden alınmıştır.
- T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü. (2023). Dünya Miras Geçici Listesi. 10.07.2023 tarihinde <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-44395/dunya-miras-gecici-listesi.html> adresinden alınmıştır.
- Taecharungroj, V., & Mathayomchan, B. (2019). Analysing TripAdvisor reviews of tourist attractions in Phuket, Thailand. *Tourism Management*, 75, 550-568.
- Tunçer, M. (2013). Mardin'in Korunması ve UNESCO Dünya Miras Listesi'ne Girmesi. *İdealkent*, 9, 94-113.
- Türk Dil Kurumu (2023). Türk Dil Kurumu Sözlükleri. 16.10.2023 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alınmıştır.
- Türkiye Kültür Portalı (2023). Alahan Manastırı – Mersin. 10.07.2023 tarihinde <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/mersin/gezilecekyer/alahan-manastiri> adresinden alınmıştır.
- Türkiye Kültür Portalı (2023). St. Paul Kuyusu. 17.07.2023 tarihinde <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/mersin/gezilecekyer/st-paul-kuyusu> adresinden alınmıştır.
- UNESCO World Heritage Convention (2023). World Heritage List 05.07.2023 tarihinde <https://whc.unesco.org/en/list> adresinden alınmıştır.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. (Genişletilmiş 10. Baskı) Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Yıldız, S. (2020). St. Paul (Aziz Pavlus): Hayatı, Misyoner Yolculukları ve Anıt Müzesi. Ö. Güzel (Ed.). Anadoluda inan turizmi: Fenomenler, efsaneler, kişiler, mekanlar içinde. Detay Yayınları.

## **EXTENSIVE SUMMARY**

### **Introduction**

UNESCO has an important mission in preserving and promoting cultural and natural heritage. At the core of this mission lies the preservation of the universal values of cultural and natural sites and the transmission of these values, acknowledged as the heritage of humanity, to future generations. Significant steps have been taken to achieve this purpose by establishing an international agreement called the "Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage" (Çamlıca, 2017). Within the framework of this convention, State Parties are obligated to prepare an inventory of cultural and natural assets and submit them to UNESCO. UNESCO reviews these lists to identify assets that align with the criteria set by the World Heritage Committee. During this process, factors such as whether the assets meet the criteria established by the World Heritage Committee and aspects such as architectural, historical, aesthetic, cultural, economic, social, symbolic, and philosophical features are taken into consideration (Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Turkey, 2023). UNESCO's efforts through this convention and its applications play a critical role in the preservation of cultural and natural heritage and its transmission to future generations. Sharing these values among societies contributes to the creation of global awareness (Tuncer, 2013).

There are a total of 1,199 properties listed in the UNESCO World Heritage List. Among these, 933 are cultural, 227 are natural, and 39 are mixed properties. In our country, there are 21 cultural properties listed. Nineteen of these are cultural, and two are mixed properties (UNESCO, 2023). In the UNESCO World Heritage Temporary List, as of 2023, a total of 79 properties from our country are listed, including 72 cultural, three natural, and four mixed properties. In this study, the cultural properties listed in the UNESCO World Heritage Temporary List from Mersin are examined. The specific cultural properties in question are Alahan Monastery, St. Paul's Church, St. Paul's Well and Surroundings, Mamure Castle, and Korykos Ancient City.

### **Method**

The aim of the study is to examine online visitor reviews regarding the Cultural Properties in Mersin province listed on the UNESCO World Heritage Temporary List. There are four cultural properties from Mersin listed on the UNESCO World Heritage Temporary List. These are Alahan Monastery, St. Paul Church, St. Paul's Well and surrounding historic quarters, Mamure Castle, and Ancient City of Korykos.

In the study, document analysis was used as the data collection technique. Document analysis is a systematic process of examining and interpreting data to make sense of it, gain understanding, and develop empirical knowledge by examining and interpreting data for evaluating or evaluating documents (Sak, Şahin Sak, Öneren Şendil & Nas, 2021: 241). In this context, comments made on the mentioned cultural properties via TripAdvisor were examined. Comments made until April 28, 2023, were considered in the study. The obtained data were subjected to qualitative data analysis methods, including content analysis and descriptive analysis. Content analysis is defined as bringing together similar data into specific concepts and themes, organizing them in a way that the reader can understand and interpreting them (Yıldırım & Şimşek, 2013). Therefore, content analysis aims to reach concepts that can explain the data, while descriptive analysis aims to summarize the collected data.

### **Finding**

A total of 406 reviews were evaluated within the scope of the research for the 4 cultural properties. When the research findings were examined, it was determined that a total of 482 codes were generated from 406 reviews. It was revealed that the highest number of comments and codes were made for the Korykos Ancient City. However, St. Paul's Church, Well, and Surroundings were identified as the cultural property that generated the highest number of codes per comment.

The codes developed for cultural properties were grouped into 2 categories. These categories are expressed as "Positive Features" and "Negative Features." In the Positive Features category, codes such as "Relevant Personnel," "Museum Card," "Culture, History, and Belief," and "Location" were included, while in the Negative Features category, codes such as "Unconscious Visitors," "Simple Features," "Fee," and "Administrative Deficiencies" were included. 65.56% of the codes were gathered in the positive features category, and the code with the highest frequency was determined to be "Culture, History, and Belief" from the same category. It was determined that this was followed by the "Administrative Features" code from the negative features category.

## **Conclusion**

When examining visitor experiences regarding the cultural properties listed in the UNESCO World Heritage Temporary List, it is observed that visitors generally emphasize the cultural importance of the works. However, negative comments indicating that the works are not given the necessary importance by local authorities are also remarkable. Especially, issues such as the neglect of the works, the absence of informative and directional signs, restorations not being carried out in line with the originality and historical texture of the assets, and insufficient emphasis on the promotion of the works are highlighted as the most expressed problems. Among the notable expressions are comments suggesting that these works would be much better evaluated and marketed if they were in other regions. In this regard, recommendations can be made, especially to local authorities, to prepare promotional and informative signs and panels for these cultural properties, to cooperate with Non-Governmental Organizations to ensure the sustainability of existing assets while preserving them, to carry out restoration works in line with the originality and historical texture of the assets, to have promotion offices and personnel available, to arrange the surroundings of the assets, and to conduct effective promotional activities. Additionally, various educational programs can be organized to increase awareness among tourists and the local community about the history and significance of cultural properties. Furthermore, for future research, investigating the profiles and travel motivations of tourists visiting these cultural properties and measuring their intentions for repeat visits could be pursued.



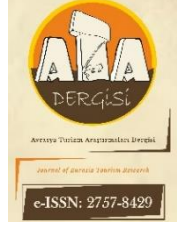


Dergi Anasayfası: [ATA Dergisi](#)

# Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi

## Journal of Eurasia Tourism Research

Journal Homepage: [JETouR](#)



### Gastronomide Andragoji ve Andragojik Perspektifte Mutfak Uygulama Eğitimleri Üzerine Mersin İlinde Bir Alan Araştırması\*

#### A Field Study in Mersin Province on Andragogy in Gastronomy and Culinary Practical Training in Andragogic Perspective

Mehmet Ersin BİRSEN<sup>1</sup>, Gülser YAVUZ<sup>2,\*\*</sup>

<sup>1</sup>Lect., Department of Gastronomy and Culinary Arts, Faculty of Tourism, Iskenderun Technical University, Hatay, Türkiye

<sup>2</sup>Asst. Prof., Department of Gastronomy and Culinary Arts, Faculty of Tourism, Mersin University, Mersin, Türkiye

#### MAKALE BİLGİSİ

Araştırma Makalesi

Makale Süreci:

Gönderim : 25 Eylül 2023  
Düzeltilme : 11 Ekim 2023  
Kabul : 16 Ekim 2023  
Yayımlanma : 29 Ekim 2023

Anahtar Kelimeler:

Andragoji  
Aşçılık eğitimi  
Gastronomi  
Yetişkin eğitimi  
Gastronomi eğitimi

#### ÖZ

Araştırmada üniversitelerin aşçılık ve gastronomi bölümlerinde ve halk eğitim merkezlerinde mutfak uygulamaları eğitimi alan ön yetişkin ve yetişkin öğrencilerin özellikleri, eğitime katılma amaçları, beklentilerinin karşılanma durumları, eğitim süreci ve ortamı ile ilgili görüşlerini tespit etmek amaçlanmaktadır. Mersin’de yürütölen araştırmada 22 öğrenci ve 11 eğitmen ile Mayıs-Ekim 2021 tarihleri arasında yüz yüze görüşme yöntemiyle elde edilen verilere MAXQDA programı ile içerik, frekans analizi ve betimsel analiz uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre öğrenciler sıklıkla kendilerini geliştirme, bilgi edinme, belge/diploma alma amaçlarıyla mutfak uygulama eğitimlerine katılmışlardır. Öğrenciler sıklıkla yetişkinlerin mutfak uygulamalarında daha tecrübeli olduklarını, yaşa göre algılama/kavramanın değiştiğini ve uygulamalarda fiziki şartlardan dolayı sıkıntı yaşadıklarını belirtmişlerdir. Öğrencilerin birisi dışında hepsinin eğitimden beklentilerinin karşılandığı ve çoğunlukla eğitmenlerden memnun oldukları belirlenmiştir. Eğitmenler ön yetişkin ve yetişkin öğrencilerin farklılık, deneyim ve uyumları hakkında karşılaştırılabilir görüşlerini sunmuşlardır. Öğrenciler ve eğitmenler nitelikli bir mutfak uygulama eğitimi için fiziki koşulların iyileştirilmesi ve sarf malzeme ve ekipman desteği gerektiğini belirtmişlerdir.

[Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi](#) yayıncı [Bayram KANCA](#) tarafından [CC BY-NC-SA 4.0](#) ile lisanslanmıştır.

#### ARTICLE INFO

Research Article

Article history:

Received : 25 September 2023  
Revised : 11 October 2023  
Accepted : 16 October 2023  
Available : 29 October 2023

Keywords:

Andragogy  
Culinary education  
Gastronomy  
Adult education  
Gastronomy education

#### ABSTRACT

The aim of the study is to determine the characteristics of pre-adult and adult students who receive kitchen practical training in culinary and gastronomy departments of universities and public education centers, their participation purposes, satisfaction with meeting their expectations, their views on the training process and environment. In the study, content, frequency and descriptive analysis, were applied to the data obtained through face-to-face interviews with 22 students and 11 instructors using MAXQDA. The study revealed that students primarily enrolled in education to enhance themselves, gain knowledge and attain a certificate/diploma. Students frequently mentioned that adults are more experienced in kitchen practises, that perception changes according to age and that they experience difficulties in practises due to physical conditions. It was determined that the majority of students' expectations from education were met and they were satisfied with the instructors. Instructors presented views on the differences, experiences and adaptations adult age groups. Participants indicated the need for improving physical conditions and providing material and equipment support for a quality kitchen education.

[Journal of Eurasia Tourism Research](#) by [Bayram KANCA](#) is licensed under [CC BY-NC-SA 4.0](#)

\*Bu alışma ‘‘Gastronomide Andragoji ve Andragojik Perspektifte Aşçılık Uygulama Eğitimleri Üzerine Mersin İlinde Bir Alan Araştırması’’ isimli yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

\*\*Sorumlu yazar / Corresponding author



0000-0003-3166-0514 (M. E. BİRSEN), 0000-0001-9740-9045 (G. YAVUZ)



ersin.birsen@iste.edu.tr (M. E. BİRSEN), gulser@mersin.edu.tr (G. YAVUZ)

## 1. GİRİŞ

Son yıllarda mutfak uygulama eğitimlerine ilgi ve talep büyümekte, buna paralel olarak kurslarda ve üniversitelere bağlı ön lisans ve lisans bölümlerinde açılan aşçılık ve gastronomi programları sayıları ile kontenjanları sürekli artmaktadır (ÖSYM, 2021). Türkiye’de orta öğretimden yükseköğretime, özel kurslardan halk eğitim merkezlerine kadar birçok düzeyde yemek uygulama, aşçılık ve gastronomi eğitimleri verilmektedir (Yılmaz, 2019: 232). Hayat boyu eğitimin desteklenmesiyle birlikte son yıllarda yetişkinlerin de bu eğitimlere ilgi ve talep gösterdiği görülmektedir.

Smith (1996), yetişkinliği, ergenlik döneminden başlayıp biyolojik, sosyolojik, psikolojik ve yasal yönden olgunluğa erişmiş kişi olarak nitelendirmektedir. Yetişkinliğin yaşa bağlı olarak tanımlanması ülkeden ülkeye ve bireyin işlevine göre değişmektedir (Okçabol, 2006: 19). Örneğin, Türk Medeni Kanunu’nun 11. maddesine göre 18 yaşını doldurmuş her birey yetişkindir (Resmî Gazete, 2001: 2). Ataç (1991), 18-24 yaşları arasındaki gencin bir meslek sahibi olması, ailesiyle birlikte yaşadığı evden ayrılması ve genellikle kendi ailesini kurmasının yetişkinler dünyasına girişin temel özellikleri olarak görüldüğünü belirtmektedir (akt. Gönül, 2008: 3). Santrock (1999: 14) çocukluktan sonraki yaş dönemlerini ergenlik (10/12-18/22 yaş), genç yetişkinlik (20’lerin başı-30’ların sonu), orta yetişkinlik (35-45 yaş), ileri yetişkinlik (60’lar-70’lerden ölüme kadar) olarak sıralamıştır. Levinson (1986:5) ise yetişkinlik öncesi dönemin bireyin doğumundan yaklaşık 22 yaşına kadar sürdüğünü ve yaklaşık 17-22 yaş arasındaki yılların da erken yetişkinlik döneminin başladığı bir gelişim dönemi olduğunu ifade etmektedir. Böylece doğumdan 22 yaşa kadar geçen süre “ön yetişkinlik” olmaktadır (Aktu, 2006: 196). Ültanır ve Ültanır (2005: 5) ise yetişkinlik dönemlerini; yuvayı terk etmek (18-22 yaş), yetişkinler dünyasına giriş (23-28 yaş) olarak başlatmaktadır. Buradan hareketle araştırmada 23 yaş ve üzeri yetişkin ve 18-22 yaş aralığındaki bireyler ise “ön yetişkin” olarak kabul edilmektedir.

Yetişkinler; motivasyonlarına, ilgilerine, değerlerine, tutumlarına, fiziksel ve ruhsal becerilerine, öğrenme geçmişlerine bağlı olarak hem kendi aralarında hem de kendilerinden daha genç olanlardan farklılıklar göstermektedir (Güven vd., 2008: 19). Çocukların eğitim sürecinde, “çocuk eğitim bilimi” olan pedagoji uygulanması ve yetişkinlerin eğitim sürecinde de “yetişkin eğitimi bilimi” olan andragojinin esas alınmasının gerekli olduğu belirtilmektedir (Akın, 2014: 284). Bu bağlamda andragoji, yetişkinlerin öğrenmelerine yardım amacı taşıyan bir bilim ve sanat olarak tanımlanmaktadır (Güven vd., 2008: 23). Andragojide eğitmen ise öğretmenden çok bir kolaylaştırıcı olarak görülmektedir (Yüksel, 2019: 175).

Duman (2006) yetişkin eğitiminin, dünyadaki gelişimine rağmen Türkiye’de akademik anlamda henüz değerinin ve anlamının tam olarak anlaşılmadığını belirtmiştir. Nitekim alan yazında mutfak uygulamaları ve aşçılık eğitimi alan yetişkin öğrencilerin ve bu dersleri veren eğitmenlerin özelliklerini ve onların bakış açısıyla bu eğitim süreç ve ortamlarını değerlendiren, amaçlarını, tercihlerini, beklentilerini ve sorunları inceleyen/karşılaştıran araştırmalar oldukça kısıtlıdır. Oysa giderek daha önemli bir hale gelen yetişkin eğitiminin ve nicelik olarak gitgide artan mutfak uygulama eğitimlerinin mevcut durumunu ortaya koyarak niteliğinin artırılmasına yardımcı olabilecek araştırmalara ihtiyaç vardır. Bu araştırmada üniversitelerin aşçılık ve gastronomi bölümlerinde ve halk eğitim merkezlerinde mutfak uygulamaları eğitimi alan ön yetişkin ve yetişkin öğrencilerin özellikleri, eğitime katılma amaçları, beklentilerinin karşılanma durumları, eğitim süreci ve ortamı ile ilgili görüşlerini tespit etmek amaçlanmaktadır. Ayrıca diğer bir amaç, yetişkin eğitimi veren eğitimcilerin bakış açısıyla, uygulama eğitimi süreç ve ortamlarında farklı yaş gruplarındaki yetişkinlerin özelliklerini, farklılıklarını, gözlemlenen olumlu olumsuz durumları ve etkin ve verimli bir yetişkin yemek/mutfak uygulama eğitimi için yapılabilecekleri ortaya koymaktır.

## 2. ALAN YAZIN İNCELEMESİ

Amerika’da üniversite aşçılık eğitimi üzerine yaptıkları araştırmada Wollin ve Gravas (2001), müfredatları incelemişler ve mutfak uygulama derslerine daha çok yer verilmesi gerektiğini belirlemişlerdir. Cossio (2016) Amerika’da şeflerin aşçılık eğitimi ve istihdam konusundaki deneyim ve görüşleri üzerine yürüttüğü araştırmada, teknik becerileri ve akademik bilgiyi iç içe geçirebilecek lisans düzeyinde eğitim modeline ihtiyaç bulunduğunu ortaya koymuştur. Abdulsalam ve arkadaşları (2017), mutfak sanatları öğrencilerinin beslenme kavramlarının öğretimini geliştirmede andragoji ve deneysel öğrenme üzerine çalışmışlar ve yüz yüze gösterim ile çevrimiçi ders kaydının birlikte kullanımının öğrencinin öğrenmesinde daha etkili olduğunu belirlemişlerdir. Eve (2020) ise, yetişkin aşçılık öğrencilerinin multimedya yemek tarifi tasarımına ilişkin algılarını, kullanılabilirliğini ve öğrencilerin kavraması üzerindeki etkisini araştırmıştır.

Sarıoğlan ve Sezen (2017) füzyon mutfak uygulama eğitiminde çeşitli eğitim modellerinin uygulanabilirliğini incelemiş, Eren (2018) ise turizmde mutfak eğitiminin kalitesi üzerine eğitmenlerle yaptığı çalışmada aşçılık eğitiminin üniversitelerde farklı fakülteler içerisinde yer alma durumunu araştırmıştır. Araştırmacı, tüm devlet üniversitelerine uyum sağlamak için karma bir mutfak eğitimi vizyonuna ihtiyaç olduğunu belirtmiş ve mutfak eğitiminin kalitesine etki eden faktörlerin, kaynak ve altyapı yetersizliği, staj

programlarının ve mutfak eğitimi vizyonunun eksikliği olduğunu tespit etmiştir. Ayrıca Türkiye’deki aşçılık ve gastronomi ve mutfak sanatları eğitimleri üzerine yapılan araştırmalarda çeşitli sorunlar tespit edilmiş ve öneriler sunulmuştur (Öney, 2016; Yaman Özdemir & Bulduk, 2019).

Yüksel (2019), iş dünyasında andragojiyi ele aldığı eserinde farklı amaçları olan birçok etkinlik sunarak çalışma hayatındaki yetişkinlerin eğitim faaliyetleri için bir kaynak oluşturmuştur. Eldelekelioğlu Onuk (2019) Türkiye’de yapılan yetişkin eğitimi ile ilgili tezleri incelemiş, evik (2019) halk eğitim merkezlerinde yetişkinlere yönelik eğitimler veren eğitmenlerin yeterlilik ve andragoji ilkelerini uygulama düzeyleri üzerine çalışmıştır. ankaya (2019) yine halk eğitim merkezlerinde eğitim alan yetişkinlerin motivasyonlarını etkileyen olumlu ve olumsuz unsurları belirlemiş, şahoğlu (2010) ve Coşkun (2012), kurslara katılım nedenlerini ortaya koymuşlardır. Ancak yetişkin eğitimini ele alan çalışmalar incelendiğinde mutfak uygulama temelli eğitimlerin ele alınmadığı görölmektedir.

### **3. YÖNTEM**

Araştırmanın amacına ve alan yazına uygun olarak belirlenen araştırma sorularına yanıt aramak üzere eğitmenlere ve öğrencilere yönelik ayrı hazırlanan birer yarı yapılandırılmış görüşme formu ile nitel araştırmalardan yüz yüze görüşme yöntemi uygulanarak veriler toplanmıştır. Araştırma soruları oluşturulurken Güngör (2006), Tekin ve Yaman (2008), evik ve Aslandağ (2020) ve Yılmaz’ın (2020) alışmalarından yararlanılmış, aynı zamanda araştırmacıların merak ettiği konular da göz önüne alınmıştır. Öğrencilere ve eğitmenlere yönelik araştırma soruları: “Öğrencilerin demografik özellikleri, eğitim öncesi mutfak tecrübeleri, bu eğitime katılma amaçları nelerdir?”, “Farklı demografik özellikli öğrencilerin mutfak uygulamasındaki tutumları bağlamında olumlu/olumsuz farklılıklar var mıdır?”, “Öğrencilerin aldıkları mutfak uygulama eğitimi ile ilgili görüşleri nelerdir?”, Mutfak uygulama eğitiminin yaş gruplarına göre ayrılmasını isterler mi?”, Farklı yaş grubundaki yetişkinler de göz önüne alındığında, derslerde eğitmenlerin davranış ve tutumları ile ilgili görüşleri nelerdir?”, “Eğitim, öğrencilerin beklentilerini karşılamakta mıdır?”, “Verilen mutfak uygulama eğitimini geliştirici önerileri nelerdir?” şeklinde dir. Eğitmenlere yönelik ise; “Eğitmenlerin demografik özellikleri nelerdir?”, “Derslerinde öğrencilerin uyumu açısından sorunlarla karşılaşmakta mıdır?”, “Öğrencilerin deneyimli ya da deneyimsiz olması eğitim sürecini nasıl etkilemektedir?”, “Farklı yaş grupları arasında mutfak uygulama eğitimi sırasında çatışma ya da işbirliği var mıdır?”, “Eğitmenlerin ön yetişkin ve yetişkin öğrenciler arasında gözledikleri farklar var mıdır?”, “Yetişkin öğrencilere yönelik eğitim ortamı ile ilgili görüşleri ve yetişkinlere verilen mutfak uygulama eğitimini geliştirici ve iyileştirici önerileri nelerdir?” sorularıdır. Çalışma, 21 Haziran 2021 tarih ve 2021/20 sayılı Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Etik Kurulu Kararı ile etik olarak onaylanmıştır.

Araştırmanın evrenini Mersin ilindeki yükseköğretimde ön lisans ve lisans düzeyinde aşçılık ve gastronomi eğitimi ve halk eğitimde aşçılık ve mutfak uygulama eğitimi alan ön yetişkin ve yetişkin öğrenciler ile eğitmenleri oluşturmaktadır. Araştırmada amaca yönelik örnekleme metodu kullanılmıştır. Buradan hareketle, aktif olarak ders veren eğitmenlere ve eğitimi alan yetişkin öğrencilere ulaşmak için, halk eğitim merkezlerine ve aşçılık ön lisans ve gastronomi lisans eğitimi veren üç üniversiteye başvurulmuştur. Eğitmenlere yönelik hazırlanan görüşme formu aracılığı ile Halk Eğitim Merkezi’nde bir eğitmenle, öğrencilere yönelik olan form ile aynı zamanda akademisyen olan bir gastronomi öğrencisi ile ön görüşme gerçekleştirilmiştir. Soruların anlaşılabilirliği, yeterliliği ve kapsamı üzerine tartışılarak görüşme formu son haline getirilmiştir. Aşçılık ve gastronomi eğitimi alan tüm yetişkinler ve uygulama eğitmenlerinden randevu talep edilmiştir. Araştırmaya katılmayı kabul eden 11 eğitmen ve 22 ön yetişkin ve yetişkin öğrenci ile Mayıs-Ekim 2021 tarihleri arasında görüşmeler yapılmış, başlamadan önce katılımcılara yetişkin kavramı ve yetişkin sınıflandırılması üzerine bilgiler verilmiştir. 20-40 dk. sürede ve izinler dâhilinde ses kaydı ve notlar alınarak gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen ses kayıtları yazıya aktarılmış, elde edilen verilere MAXQDA programı ile içerik ve frekans analizi uygulanmıştır. Araştırmada elde edilen kodlar sınıflandırılarak temalar oluşturulmuş, tablo haline getirilmiş ve raporlanmıştır. Ayrıca betimsel analizden yararlanılarak görüşmelerde öne çıkan direkt alıntılara yer verilmiştir (Yıldırım & şimşek, 2005). COVID-19 pandemi süreci ve tedbirleri nedeniyle bazı görüşmelerin evrimii görüşme şeklinde gerçekleştirilmesi ve henüz uygulamalı eğitim verilmediği için iki ilçede yer alan iki yüksekokulun örnekleme dışında tutulması araştırmanın sınırlılıklarıdır. Ayrıca uzaktan eğitim alan ve mutfak uygulama derslerine fiziksel olarak katılamamış olan avukat, öğretmen, diyetisyen gibi meslekleri olan yetişkin üniversite öğrencileri araştırmaya dahil edilememiştir.

### **4. BULGULAR**

#### **4.1. Öğrencilerin Demografik Özellikleri**

Yetişkin öğrencilerin demografik özellikleri Tablo 1’de sunulmuştur. Buna göre öğrencilerin 4’ü ön yetişkin, 18’i ise 23 ila 53 yaşları arasındaki yetişkinlerden oluşmaktadır. Fakülte ve meslek yüksekokullarında önceki eğitim seviyeleri lisansüstü olan ve doktor ve akademisyen olarak ikinci üniversitesini okuyan yetişkinler dikkat çekmektedir. Ağırlıkta halk eğitim kursiyeri olmak üzere öğrencilerin %55’i ise herhangi bir işte çalışmamaktadır.

**Tablo 1. Öğrencilerin Demografik Özellikleri**

Görüşme Numarası	Cinsiyet	Yaş	Mutfak Uygulama Eğitimi Alınan Kurum	Eğitim Durumu	Eğitim Alanı	Çalıştığı Sektör	Medeni Durumu	Çocuk Sayısı
K01	K	30	Halk Eğitim	Ön Lisans	Muhasebe	Yok	E	1
K02	K	47	Halk Eğitim	Lise	Yok	Yok	E	2
K03	K	41	Halk Eğitim	Lise	Yok	Lojistik	B	3
K04	K	33	Halk Eğitim	Lisans	Arkeoloji	Yok	E	1
K05	E	36	Halk Eğitim	Lisans	İşletme	Türk Silahlı Kuvvetleri	E	2
K06	E	36	Halk Eğitim	İlköğretim	Yok	Yok	B	Yok
K07	E	20	Halk Eğitim	Lise	Yok	Yok	B	Yok
K08	E	23	Halk Eğitim	Lise	Yok	Yok	B	Yok
K09	K	53	Halk Eğitim	Lise	Yok	Yok	B	4
K10	E	46	Halk Eğitim	Lisans	Sosyoloji	Yok	B	Yok
K11	E	47	Halk Eğitim	Lise	Yok	Yok	B	1
K12	E	21	Halk Eğitim	Lise	Yok	Gıda	B	Yok
K13	K	21	Halk Eğitim	Lise	Adalet	Yok	B	Yok
K14	K	20	Halk Eğitim	Ön Lisans	Aşçılık	Yok	B	Yok
K15	E	27	Fakülte	Yüksek Lisans	Gastronomi	Gıda	B	Yok
K16	K	24	Fakülte	Lise	Yok	Gıda	B	Yok
K17	K	29	Fakülte	Lisans	Hukuk	Hukuk/Avukat	B	Yok
K18	E	48	Fakülte	Yüksek Lisans	Eğitim	Eğitim/Öğretmen	E	2
K19	K	49	Fakülte	Lisans	Tıp	Tıp/Doktor	E	2
K20	E	47	Fakülte	Doktora	Eğitim	Eğitim/Akademisyen	E	2
K21	E	30	Meslek Yüksekokulu	Lise	Aşçılık	Yok	E	Yok
K22	K	26	Meslek Yüksekokulu	Lise	Yok	Gıda	E	3

Öğrencilerin mutfak uygulama eğitimi öncesi bilgi ve deneyimlerine yönelik bulgulara göre; “evde kendime/aileme yemek yapma deneyimim var, eğitimim yoktu” (K3, K4, K5, K9, K11, K13, K15, K16, K17, K18, K19, K20, K22) diyen öğrenciler ağırlıkta, “Hiçbir şey bilmiyorum, hiç deneyimim yok, sadece hevesliyim” (K7, K10, K12) ve “Turizm sektöründe mutfak tecrübem var ve aşçılık eğitimim var” (K14, K21) şeklinde yanıtlayanlar olmuştur. Evde yemek yapıp satan veya aşçılık yapanlar ancak eğitimleri olmadığını belirtenlerle birlikte (K1, K2, K6, K8) genel olarak mutfak uygulama eğitimi almayanların çoğunlukta olduğu anlaşılmaktadır.

#### 4.2. Öğrencilerin Mutfak Uygulama Eğitimine Katılma Amaçlarıyla İlgili Bulgular

**Tablo 2. Öğrencilerin Mutfak Uygulama Eğitimine Katılma Amaçları**

Tema	Kod	Sıklık	Yüzde (%)
1.Kişisel Amaçlar	1.1. Kendimi geliştirmek	14	54,93
	1.2. Bilgi edinme, bilme ihtiyacı	10	
	1.3. Farklı yiyecekleri öğrenmek	4	
	1.4. Stres atmak, deşarj olmak, mutlu olmak için.	3	
	1.5. Mutfağı, yemek yapmayı sevdiğim için	2	
	1.6. Eğitmeni sevdiğim için.	2	
	1.7. Boş zamanımı değerlendirmek	2	
	1.8. Sosyalleşmek	1	
	1.9. Çocuklarıma iyi bir model olmak.	1	
2.Meslek Edinimi/ Profesyonel Amaçlar	2.1. Belge/diploma almak.	10	45,07
	2.2. Yeni bir meslek öğrenmek.	7	
	2.3. Kendi işimi kurabilmek.	6	
	2.4. Bilgilerimi ticari olarak kullanmak.	5	
	2.5. Çalışma hayatında yardımcı olacağı için.	3	
	2.6. Önceki mesleğimle benzer olduğu için.	1	
	2.7. Alanda iş imkânlarının olduğunu düşündüğüm için	1	

“Yetişkin öğrencilerin eğitime katılma amaçları nelerdir?” sorusuna ait bulgular Tablo 2’de sunulmaktadır. Elde edilen kodlar, kişisel amaçlar ve meslek edinimi/ profesyonel amaçlar olmak üzere iki tema altında toplanmıştır. Genel olarak katılımcıların en sık kendilerini geliştirmek için aşçılık ve gastronomi eğitimi aldığı anlaşılmaktadır. Ardından bilme ihtiyacı ve belge/diploma almak gelmektedir. K15 bu konuda: “Kendimi geliştirmek, farklı yiyecekleri öğrenmek dünya yemeklerini yapabilmek istiyorum.” ve K5, “...ustalık belgesi için sınava gireceğim ...Ondan sonra usta öğreticiliğe kadar gitmek, hatta sonra yaşım 36 ama uygun olursa üniversitesini de okumak

istiyorum.” şeklinde cevap vermiştir. K7 “...yurt dışına gitmek için...bu belge sayesinde yurt dışına gidiliyormuş yurtdışında aşçılık yapabilmek için buraya geliyorum” ve K3 “Hangi sektör daha bana verimli ve faydalı olur diye düşündüm şunu gördüm, korona virüste gıda sektörü hiçbir zaman ölmüyor. Yani yemek yapmak insanları doyumak, bir şekilde al götür sipariş ver, bu sektörün bana ve dünyadaki herkes için bitmeyecek bir meslek olduğunu düşünerek karar verdim. 40 yaşından sonra böyle bir karar alarak aşçılık kursuna yazıldım.” diyerek görüşlerini aktarmışlardır.

### 4.3. Öğrencilerin Demografik Özelliklerinin Mutfak Uygulama Eğitimlerine Etkisi ile İlgili Bulgular

“Farklı demografik özelliklere sahip olan öğrencilerde eğitimle ilgili olarak olumlu ya da olumsuz bir fark gözlemleniyor mi?” sorusundan elde edilen bulgular Tablo 3’te verilmiştir. Katılımcıların görüşleri yaş, eğitim düzeyi, gelir, cinsiyet ve meslek temalarında yer almaktadır. Yaş teması sıklığı en yüksek tema olup, yetişkinlerin yetişkinliğe yeni giren kişilerden daha tecrübeli olduğunu belirten görüş en sık ifade edilen görüş olmuştur. Katılımcıların bazıları ön yetişkinlerin yaşça büyüklere göre daha dinamik, istekli olduklarını bazıları da yenilikçi, yaratıcı özellikleri üzerinde durarak gözlemlerini aktarmıştır. Yaş ile ilgili olarak öğrenci bazı katılımcılar ön yetişkinlerin daha yaratıcı, yeniliklere daha açık (K2, K13, K14), daha istekli (K2, K5, K8, K10) ve dinamik olduklarını (K8, K9, K22) düşünürken, bazıları da yetişkinlerin ilgisinin daha çok olduğunu belirtmiştir (K3, K14, K16, K19). İki katılımcı ise mutfak uygulama eğitiminde yaşın öğrencilerin tutumunda herhangi bir etkisi olmadığını dile getirmiştir (K4, K18).

**Tablo 3.** Öğrencilerin Demografik Özelliklerinin Mutfak Uygulama Eğitimlerine Etkisi ile İlgili Görüşler

Tema	Kod	Sıklık	Yüzde (%)
1.Yaş ile İlgili Görüşler	1.1.Yetişkinler mutfak uygulamasında daha tecrübeli.	10	48,84
	1.2.Yaşa göre anlama/algılama/kavrama değişiyor.	9	
	1.3.Gençler daha istekli oluyor.	4	
	1.4.Yetişkinlerin ilgisi çok olabilmektedir.	4	
	1.5.Yaşa göre motivasyonlar değişebiliyor.	3	
	1.6.Gençler daha dinamik.	3	
	1.7.Gençler daha yenilikçi, yaratıcı.	3	
	1.8.İleri yaştakiler yeniliğe açık olmayabiliyorlar.	2	
	1.9.Yaş gruplarının mutfak eğitiminde farkı yoktur.	2	
	1.10.Yaşı daha büyükler daha sorumluluk sahibi ve disiplinli oluyor.	2	
2.Cinsiyet ile İlgili Görüşler	2.1.Cinsiyetin mutfak uygulama eğitiminde farkı yoktur.	8	15,11
	2.2.Erkekler mutfak uygulamalarında daha becerikli.	5	
3.Eğitim Düzeyi ile İlgili Görüşler	3.1.Eğitim düzeyinin etkisi yoktur.	8	17,44
	3.2.Eğitim düzeyi etkiler.	7	
4.Gelir Düzeyi ile İlgili Görüşler	4.1.Gelir düzeyinin etkisi yoktur.	5	9,3
	4.2.Gelir düzeyinin etkisi vardır	3	
5.Meslek ile İlgili Görüşler	5.1.Profesyonel amaçla gelen ile hobi için gelen arasında fark vardır.	3	5,81
	5.2.Ev hanımları daha kabiliyetli olabiliyor.	2	
6.Diğer	6.1.Herhangi bir farklılık görmedim	3	3,48

İkinci olarak en sık ifade edilen görüş ise; yaşa göre anlama/algılama/kavrama özelliklerinin değişmesidir. Yaşın ilerlemesiyle tecrübe artışının uygulamalardaki olumlu etkisinin yanında, yetişkinliğin başındaki gençlerin öğrenmede önemli olan bu anlama/algılama özelliklerinin daha iyi olduğu da katılımcılar tarafından sıklıkla dile getirilmiştir. K22 bu konuda, “...Her ne kadar derslerde daha ileri yaşlardaki yetişkin katılımcılar benim gibi daha sorumluluk sahibi ve disiplinli olsa da belli bir yaşta olmam nedeniyle sorumluluklarım da çok. Kafamda başka şeyler oluyor, daha zor adapte olabiliyorum. 18-19 yaşlarındaki öğrencilerin algıları daha açık daha kolay uygulayabiliyorlar.” demiştir.

Cinsiyetin uygulama eğitimlerindeki etkisi ile ilgili olarak öğrenciler sıklıkla fark görmediklerini belirtmişlerdir. Eğitim konusunda ise birbirine yakın oranda iki zıt görüş bulunmaktadır. Bu görüşlerden örnekler:

“...Ben eğitimin farkını çok net hissettim uygulama derslerinde. Örneğin benim bir ev hanımı olarak deneyimim olsa da, turizm aşçılık lisesi mezunu öğrenciler olaya daha teknik bakıyorlardı. Biz kendi merakımız ve ilgimizden yapmış olduğumuz yemekleri biliyorduk ama onların... yemek uygulamalarına bakışları farklıydı.” (K22)

“...turizm eğitimi almış olduğum ve hizmet sektöründe çalışma tecrübem olduğu için, ben ve benim özelliklerimdekiler daha disiplinliydik. Bu anlamda sınıfımızda bizden yaşça baya büyük iki abimizi/ablamızın yaşlarından dolayı daha sorumluluk sahibi ve disiplinli olduklarını gözlemledim. O nedenle de biz uyumluyduk.” (K21)

“...Bence eğitim ile bir alakası yok. Kimin yani içinde istek varsa herkes yapabilir.” (K7) şeklinde dir.

Gelir düzeyinin mutfak uygulama eğitimlerine etkisi olduğunu belirten K17, gelir düzeyi düşük kişilerin belirli ürünlere ulaşamayacağını ve böylelikle mutfak uygulama eğitiminde geriden başlayacağını belirtmiştir. K22 ise eğitim uygulamalarında iyi öğrenebilmek için bol pratik yapmak gerektiğini ve bunun için de malzeme ve ekipman ihtiyacını belirtmiş ve burada da gelir düzeyinin yüksekliğinin önemine vurgu yapmıştır (K22).

#### 4.4. Öğrencilerin Mutfak Uygulama Eğitimi Hakkındaki Görüşleri

Ön yetişkin ve yetişkin öğrencilerin mutfak uygulama dersleri hakkındaki olumlu ya da olumsuz görüşlerinden elde edilen kodlar “ders içeriğine yönelik” ve “fiziki şartlara yönelik” tema başlıklarında Tablo 4’te sunulmuştur. Sıklıkla belirtilen görüşler ders saatleri ve müfredat ve modüllerin yeterliliğidir.

**Tablo 4.** Öğrencilerin Mutfak Uygulama Eğitimi Hakkındaki Görüşleri

Tema	Kod	Sıklık	Yüzde (%)
1. Dersin İçeriğine Yönelik Görüşler	1.1.Ders saatleri yeterli.	12	40,79
	1.2.Ders müfredatı, modülleri yeterli.	12	
	1.3.Farklı nitelik ve isteklere göre modüller geliştirilmeli.	4	
	1.4.İlgi alanlarına göre farklı modüllerin olmasını isterdim.	3	
2. Ortamın Fiziki Şartlarına Yönelik Görüşler	2.1.Pandemi döneminden dolayı katılımcı sayısı uygun.	10	59,21
	2.2.Öğrenci sayısı fazla.	7	
	2.3.Sarf malzemeleri için ödenek/harcırah olmalı.	5	
	2.4.Fiziki şartlar yetersiz/kötü.	5	
	2.5.Sarf malzeme yetersiz.	4	
	2.6.Mutfağın fiziki şartlarının iyileştirilmesi gerekir.	4	
	2.7.Fiziki şartlardaki eksiklikleri biz tamamlayabiliyoruz.	3	
	2.8.Fiziki şartlar yeterli.	3	
	2.9.Endüstriyel ekipmanlar yetersiz	2	
	2.10.Sarf malzememiz yeterli.	2	

Fiziki şartlara yönelik en sık belirtilen görüş, pandemi döneminden dolayı katılımcı sayısının uygunluğudur. Pandemi dönemi olduğu için kontenjanların azaltılması, öğrencilerin belirttiği halk eğitim kurslarının kalabalık oluşu sorununu ortadan kaldırmış görünmektedir (K1, K2, K4, K5, K6, K7, K10, K11, K12, K13). Bu konuda K5: “...Mesela iki üç kişi ayrıldı 12 kişi, normal...sanki özel bir kurs görüyormuş gibi oldu. 3'er kişilik gruplar herkes çok güzel bir şekilde faydalandı, ben buradan çok faydalandım sayı az olduğu için... ama pandemi bittiği zaman bu kadar faydalı olabileceğine inanmıyorum.” şeklinde görüşlerini aktarmıştır. Gastronomi bölümü üniversite öğrencilerinin de birisi dışında tümünün, fakülte mutfağındaki uygulamalarda öğrenci sayısı fazlalığı görüşleri dikkat çekmektedir. Uygulama ortamının fiziki şartlarına yönelik olumsuzluklar hem meslek yüksekokulu ve fakülte hem de halk eğitim öğrencileri tarafından dile getirilmiştir. Beş öğrenci sarf malzeme yetersizliğinden yakınmaktadır. Halk eğitim kursiyeri K6 bu konuda: “...Kendimiz burada haftalık kırkar lira topluyoruz, kendimiz malzemelerimizi temin ediyoruz bir sponsorumuz yok ya da bakanlığın bize ayırmış olduğu bir bütçesi yok ki geçenlerde de turizm otelcilik lisesinde yabancı uyruklu öğrencilere böyle bir uygulama yaptılar. Günlük olarak para da ödediler...ben buraya geldiğimden beri hiç bonfile almadık pişirmedik mesela ama onlar bonfile de balık da pişirdiler...bonfilenin yanına kuşkonmaz da koydular her şeyi yaptılar... Bakanlığın bize bütçe ayırmamasından kaynaklı hayal kırıklığı var.” demiştir.

Bir meslek yüksek okulu öğrencisi ise sınıflarının okuldaki diğer bölümlere göre çok kalabalık olduğunu ve uygulamalarda çok sıkıntı çektiklerini, ikinci öğretimin de olması nedeniyle haftada bir olan uygulama dersinde kendi gruplarına kolay kolay sıra gelemediğini ve bunun da öğrenmelerini etkilediğini ifade etmiştir. Malzemeler yeterli olmadığından Türk mutfağı üzerine belirli şeyleri yapabilmişlerdir (K22). Fakülte öğrencilerinde ise mutfak uygulamalarında fiziki şartlar ve sarf malzemeler hakkında olumsuzluk bildiren kişi sayısı oldukça azdır. Bunun sponsor desteği aldıklarını belirtmeleri nedeniyle malzeme açısından pek sıkıntı yaşanmadığı anlaşılmaktadır.

#### 4.5. Öğrencilerin Mutfak Uygulama Eğitimindeki Yaş Grupları Tercihlerine Yönelik Bulgular

Araştırmada öğrencilere mutfak uygulama eğitiminin yaş gruplarına göre bölünmesini tercih edip etmedikleri nedenleriyle birlikte sorulmuş ve ön yetişkin ve yetişkin öğrenciler ile deneyimlerini göz önüne alarak yanıtlamaları istenmiştir. İfadeler iki tema altında Tablo 5’te gösterilmiştir. Öğrencilerin 15’i farklı/karma yaş gruplarıyla uygulama eğitimini almak istemektedir ve bu konuda olumsuz deneyimleri bulunmamaktadır. Bu konuda K10, “...benim hedefim farklı ben ondan öğreniyorum o benden öğreniyor ve o farklı bir göz kazanıyor ve hiç aklına gelmeyen bir şeyi ne yapıyor? Kazanıyor. Ben de onun pratikliğini, o enerjisinden ben de ondan çok şey öğreniyorum...Yani tam tersi çeşitliliğin verimi arttırdığını düşünüyorum.” derken K15, “Farklı yaş gruplarıyla çalıştıkça insanın görüşü açısı geliyor, olaylara farklı bakıyor...böylelikle sektöre de hazırlanıyoruz bence bir demo gibi oluyor. Birbirimizden de bir şeyler öğreniyoruz iyi oluyor bence...” şeklinde görüşlerini aktarmıştır. Aynı yaş grubuyla eğitim almak istediğini belirten katılımcılar (K4, K8, K16, K17, K19) benzer motor becerilere sahip

olmalarını dolayısıyla seviyelerinin denk olmasını (K4), gençlerin daha kolay algılamasını (K8) tercihlerinin nedeni olarak göstermişlerdir.

**Tablo 5.** Eğitimlerde Yetişkinlik Yaş Grupları Tercihleri

Tema	Kod	Sıklık	Yüzde (%)
1. Farklı Yaş Gruplarıyla Eğitimi Tercih Edenler	1.1.Becerilerimizi yeteneklerimizi paylaşabiliyoruz.	9	78
	1.2.Karma yaş gruplarında karşılıklı öğrenme oluyor.	9	
	1.3.Farklı yaş gruplarıyla çalışmak vizyonumu geliştirir.	5	
	1.4.Aynı yaş grubuyla gelişim zor olurdu.	4	
	1.5.Farklı yaş gruplarıyla çalışmak profesyonel çalışma ortamına hazırlık yapar.	3	
	1.6.Farklı yaş gruplarıyla çalışmak beni motive eder.	1	
	1.7.Sıkıntı yaşamadığım için karma yaştan memnundum.	1	
2.Aynı Yaş Grubu ile Eğitimi Tercih Edenler	2.1.Aynı yaş grubu ile mutfak eğitimi almak isterim.	5	17
	2.2.Herkes aynı motor becerilerde olmuş olurdu.	1	
	2.3.Yaşı büyük olan katılımcılarda rekabet duygusu olmuyor.	1	
3.Diğer	Fark etmez.	2	5

#### 4.6. Öğrencilerin Ders Eğitmenini Değerlendirmelerine Yönelik Bulgular

Öğrencilerin, farklı yaş grubundaki yetişkinleri de göz önüne alarak uygulama derslerinde eğitmenlerin davranış ve tutumları hakkındaki değerlendirmeleri dört tema altında Tablo 6’da sunulmuştur. Bu temalar eğitmenin adalet tutumu, ders işleyişi, genel tutumu ve farklı yaş gruplarına karşı tutum ve davranışlarından oluşmaktadır. En sık ifade edilen görüş eğitmenin uygulama derslerinde adaletli/eşit davranışdır. Olumsuz görüşte olan bir katılımcı, “...bir dönem mutfak eğitmenimizin çok adaletli davrandığını düşünmüyordum bir etkinlik olduğunda sınıfta sadece belli bir grubun haberi oluyordu, sürekli aynı kişiler... Bu durumdan çok rahatsızdık...” açıklaması yapmıştır. Genel olarak eğitmen değerlendirmelerinde olumsuz görüşlerin oldukça az olduğu dikkat çekmektedir.

Diğer sıklığı yüksek olan ifadeler eğitmenin dersi işleyişindeki profesyonelliği ve planlı oluşudur (K3, K9, K11, K12, K14, K15). Direkt olarak farklı yaş gruplarına dair gözlemlerini aktaran katılımcılar ise eğitmenin yaşa ve ilgi ihtiyacına göre farklı davranışlar sergilediğini (K5, K6, K10) ve yaşça büyük olan öğrencilere daha toleranslı/anlayışlı olabildiklerini (K20, K22) ifade etmişlerdir.

**Tablo 6.** Öğrencilerin Ders Eğitmenini Değerlendirmelerine Yönelik Bulgular

Tema	Kod	Sıklık	Yüzde (%)
1.Eğitmenin Adalet Tutumuyla İlgili İfadeler	1.1.Adaletlidir/eşit davranır.	14	23,9
	1.2.Objektiftir.	2	
	1.3.Adaletsizdir.	1	
2.Eğitmenin Genel Tutumu ile İlgili İfadeler	2.1 Eğitmenimizden memnunum.	9	32,4
	2.2.Cesaret verir, motive eder.	7	
	2.3.Üslubu iyidir.	2	
	2.4.Arkadaşça davranır.	2	
	2.5.Davranışları pozitif yöndedir.	2	
	2.6. Neşelidir.	1	
3.Eğitmenin Ders İşleyişi ile İlgili İfadeler	3.1.Profesyoneldir, eğitmenlik vasıfları vardır.	8	32,4
	3.2.Planlıdır.	6	
	3.3.Öğretmek için isteklidir,bilgilidir.	6	
	3.4.Zaman yönetimini önemsemez.	2	
	3.5.Ders anlatışından memnun değilim.	1	
4.Eğitmenin Farklı Yaş Gruplarındaki Öğrencilere Tutumuyla İlgili İfadeler	4.1.Yaşa ve ilgiye göre kişilere destekleyici şekilde davranır.	3	11,3
	4.2.Yaşça büyük olan öğrencilere daha toleranslı/anlayışlı olabiliyorlar.	2	
	4.3. Kendi yaş grubundaki kişilerle daha samimi, rahat konuşabiliyor.	1	
	4.4.Yaşı küçük öğrenciye sert konuşabilir.	1	
	4.5.Yaşı küçük katılımcıya karşı sevecendir.	1	

#### 4.7. Öğrencilerin Eğitimin Beklentilerini Karşılama Durumu ve Geliştirilmesine Yönelik Görüşleri

Araştırmanın mutfak uygulama eğitiminin beklentileri karşılama durumu ve eğitimi geliştirici önerileri sorularına yönelik bulgulara göre; katılımcıların birisi dışında (K21) hepsinin beklentilerinin karşılandığı belirlenmiştir. Altı katılımcı ise eğitimin beklentilerinin çok fazlasını karşıladığını belirtmiştir (K1, K3, K4, K6, K12, K14). İki katılımcı pandemi nedeniyle uygulama derslerine yeni geçtiklerini, zamanla beklentilerinin karşılanıp karşılanmadığını netleşebileceğini belirtmişlerse de uygulama dersleri ile ilgili bazı görüşlerini aktarabilmışlerdir. Örneğin K18, “Ben çok daha aktif bir mutfak kullanılacağını düşünüyordum...ben çok daha mutfakla iç içe olan bir müfredat beklerdim için doğrusu yani merkezin mutfak ya da işte bu yöndeki vizyonu geliştirecek odakta olmasını

beklerdim...ama diğer bazı gastronomi bölümlerini incelediğimde bizim okulun yine de staj ve mutfak çalışması anlamında ileride olduğunu düşünüyorum.” demiştir.

**Tablo 7.** Öğrencilerin Eğitimin Geliştirilmesine Yönelik Görüşleri

Tema	Kod	Sıklık	Yüzde (%)
1.Eğitimin Fiziki Şartlarıyla İlgili Görüşler	1.1. Fiziki şartların geliştirilmesi gerek.	9	55,76
	1.2. Ekipmanların geliştirilmesi gerek.	6	
	1.3. Sarf malzemelerinin karşılanması ile ilgili bütçe/ödenek olmalı.	6	
	1.4. Sarf malzemesi temini konusunda sıkıntı yaşıyoruz.	5	
	1.5. Katılımcı sayısının daha az olduğu gruplar oluşturulmalı.	3	
2.Eğitimin İçeriği ile İlgili Görüşler	2.1. Farklı modüller olmasını isterdim.	9	34,62
	2.2. Eğitimci her zaman bilgili ve donanımlı olmalı.	4	
	2.3. Mutfak uygulama saatleri arttırılmalı	3	
	2.4. Farklı eğitimcilerle, aşçılarla çalışmak isterdim.	2	
3.Eğitimle İlgili Aktivitelerin Geliştirilmesine Yönelik Görüşler	3.1. Çeşitli yemek yarışmaları, workshoplar vb. düzenlenmeli.	3	9,62
	3.2. Eğitim sonrası staj, işe yerleştirme,istihdam destekleri verilmeli.	2	

Öğrenciler eğitimin kendilerine katkısıyla ilgili olarak kendilerini geliştirip mutfak alanında pratikleştirdiğini (K2, K5, K7, K9, K10, K12, K15), özgüvenlerini (K5, K8, K12, K15) ve mutfak farkındalığını arttırdığını (K4, K10), profesyonel iş hayatına hazırladığını (K5, K13) ve eğitim sayesinde mutlu olduklarını (K22) ifade etmişlerdir. Katılımcıların eğitimin geliştirilmesine yönelik talep ve önerilerine yönelik bulgular Tablo 7’de gösterilmiştir. Öğrencilerin eğitimde fiziki şartların geliştirilmesiyle birlikte eğitimin kalitesinin artacağını belirten görüşü en çok dile getirilen ifadedir. Aynı temada ekipmanların yetersizliği ve geliştirilmesi ile gıda vb. sarf malzemelerin maliyetinin desteklenmesiyle eğitim kalitesinin artacağı görüşü yer almaktadır. K14, “...devlet hani neye yetişsin diye düşünülüyor ama aslında üstünde durulduğu zaman bir fırın bir ocak ne bileyim bir kap kaçak aslında devlet için alınacak zor bir ürün değil diye düşünüyorum...” diyerek, K8 ise “...tek sıkıntı duyduğumuz konu maddiyat... misal belki haftalık 40 lira benim için bir şey değil ben hani tek kalemde çıkartıp verebilirim ama 40 lira belki onlar için büyük para olabilir...dediğim gibi Bakanlığın bu konu hakkında bütçe ayarlayıp...” şeklinde görüşüne açıklık getirmiştir.

Eğitim içeriği ile ilgili görüşler bölümünde ise en fazla sıklığı eğitim müfredat, modüllerinin geliştirilmesine yönelik bulgu oluşturmuştur (K3, K7, K9, K10, K15, K18, K19, K22). Bu konuda K10, “...kısmen eksikler oluştu mesela modüller çeşitli olsa mesela bir başlangıç modülü gibi olsa böyle bir çeşitlilikte insanlar oradan eksiklerini giderebilirler daha verimli olabilirler.” diyerek K22 ise, “...uygulamalarda bir üniversiteye göre yeteriz kaldığımızı düşünüyorum. Bir gün soğuklarla ilgili, bir gün pastalarla, dünya mutfakları vb. uygulamalar hem okulda hem de dışarıdaki etkinliklerle yapılabilir. Tanınmış şefler ile aktiviteler, Workshoplar...ben teoriden ziyade uygulama istiyorum. Çünkü uygulama bambaşka bir şey. Ben ne öğrendiysem alakart uygulamaları olan stajımda öğrendim. Müfredatta sıkıntı...yoksa eğitimci çok çabalıyor” sözleriyle görüşlerini aktarmıştır. K21 en çok uygulamalarda malzemelerin temini nedeniyle sıkıntı yaşadığını ve bu yüzden eğitimin beklentilerini karşılamadığını belirterek; “...Uygulama dersleri çok yetersiz. Ben lisede, yüksekokulda öğrendiğimden daha çok şey öğrendim diyebilirim. Çünkü devlet lisede tüm malzemeyi, giderleri karşılıyordu. Bonfileler, et yemekleri hepsini yapabiliyorduk. Ama herkes burada kendi cebinden karşıladığı için eğitimci de bizleri düşündüğü için haliyle hep uygun fiyatlı yemekler yapıyorduk, detaylı büyük yemekler yapamıyorduk. O yüzden eğitimsiz gelen arkadaşlar ilk staja gittiğinde çok bocaladı.” demiştir. Eğitimin geliştirilmesine yönelik olarak dersle ilgili aktivitelerin olması, yemek yarışmalarıyla öğrencilerin rekabet duygusunun geliştirilip sektöre hazır oluşunun artırılması (K11, K14, K22), eğitim sonrası istihdam destekleri verilmesi (K8, K22) önerileri de sunulmuştur.

#### 4.8. Eğitimcilerin Demografik Özelliklerine Göre Bulgular

**Tablo 8.** Eğitimcilerin Demografik Özellikleri

Görüşme Numarası	Cinsiyet	Yaş	Görev Yeri	Medeni Durumu	Eğitim Tecrübesi (Yıl)	Eğitim Durumu
E-K01	K	44	Halk Eğitim	E	7	Lise
E-K02	K	41	Halk Eğitim	E	19	Lisans
E-K03	K	37	Halk Eğitim	B	2	Ön Lisans
E-K04	K	44	Halk Eğitim	E	21	Lisans
E-K05	E	32	Meslek Yüksekokulu	B	3	Yüksek Lisans
E-K06	E	39	Fakülte	E	10	Doktora
E-K07	E	39	Halk Eğitim	B	16	Lisans
E-K08	E	44	Meslek Yüksekokulu	E	12	Lisans
E-K09	E	24	Halk Eğitim	B	1	Lisans
E-K10	E	40	Fakülte	E	5	Yüksek Lisans
E-K11	E	39	Fakülte	E	7	Lisans



Eğitmenlerin demografik bulgularına göre 4 kadın ve 7 erkek eğitmen araştırmaya katılmıştır. Eğitmenlerin daha çok lisans mezunu oldukları ve deneyimlerinin 1 yıldan 21 yıla kadar değiştiği grlmektedir.

#### 4.9. Eğitmenlerin Yetişkin ğrencilerin Deneyimleri ile İlgili Görüşleri

Yetişkin ğrencilerin mutfakta deneyimli ya da deneyimsiz olmasının eğitim sürecini nasıl etkilediği araştırma sorusuna yönelik bulgular Tablo 9’da 3 tema altında 8 ifade şeklinde sunulmaktadır. Eğitmenlerin %63,6’sı yetişkin öğrencilerin daha önceki davranış ve alışkanlıklarının değiştirilmesinde zorluklar yaşadığını ifade etmiştir. Ayrıca dört katılımcı doğru mutfak eğitimi alan öğrenciyi eğitim sürecinde tercih edeceğini belirtmiştir (E-K6, E-K8, E-K10, E-K11). Bu konuda E-K6, “...Temel eğitimi almış öğrencileri tercih ederim ama doğru temel eğitimi alan öğrencileri ... yanlış temel eğitimi almışlarsa sonradan bunlara eğitim vermek öbürlerine göre daha zor oluyor.” demiştir.

Katılımcıların %54,5’i deneyimli öğrencilerin derse olumlu yönde katkı sağlayacağı yönünde görüş bildirmişlerdir. E-K4 deneyimli ve deneyimsiz öğrencilerin aynı grupta yer almasını sağlayarak deneyimli öğrenciden ders içerisinde yararlandığını belirterek bu görüşünü “...hepsi ayrı ayrı yerde çalışırken ben herkesin başında olamam yani. Biz burada deneyimli olanlarla koordineli bir şekilde hareket ediyoruz. Dolayısıyla hiçbir kaza olmadan ve daha etkileşimli bir şekilde dersimizi işlemiş oluyoruz.” şeklinde detaylandırmıştır.

 eğitmen deneyimin kendisi için herhangi bir fark oluşturmayacağını belirterek (E-K3, E-K5, E-K7), dört katılımcı deneyimsiz öğrenciyi eğitim vermeyi tercih ettiğini ifade etmiştir (E-K1, E-K2, E-K9, E-K10). Dikkat çeken bir görüş de deneyimi olan ya da eğitimi olan öğrencilerin ders sırasında deneyimsiz öğrenciler tarafından eleştirilebileceği ya da sınıf uyumunu bozabileceği düşüncesidir (E-K3, E-K7, E-K8). Örneğin E-K3, “...eğitim almış kişiler tabii daha önceden bir şeyler bilerek tecrübeyle geldikleri için biraz daha bilgili oluyorlar ama bazı kişilerde onun verdiği bir zgven de oluyor...yani ben biliyorum, ben daha iyisini yaparım. Diğer arkadaşlara verdiği bir itici enerji olabiliyor. Onlarla da karşılaştık. Bu sefer biraz gruplaşmaya da doğru gidebiliyor.” şeklinde açıklamalar yapmıştır.

**Tablo 9.** Eğitmenlerin Yetişkin ğrencilerin Deneyimleriyle İlgili Görüşleri

Tema	Kod	Sıklık	Yüzde (%)
1.Deneyimli ğrencilerin öğrenimlerine Etkisi ile İlgili Görüşler	1.1. Önceden kazanılmış bilgilerin değiştirilmesi, öğrenciyi ğretimi zorlaştırmaktadır.	7	27,3
	1.2. Deneyimli ğrenciler daha başarılı olabilmektedir.	2	
2.Deneyimli ğrencilerin Eğitime Etkisi ile İlgili Görüşler	2.1. Deneyimli ğrenciler dersin işleyişine yardımcı olabilmektedir.	6	39,4
	2.2. Deneyimli ve deneyimsiz öğrenciler etkileşimle birbirinden öğrenebilmektedir.	4	
	2.3. Deneyimli/bilgili ğrenci deneyimsiz öğrencileri olumsuz yönlendirebilmektedir.	3	
3.Eğitmenlerin ğrencinin DeneyimDurumu ile İlgili Tercihleri	3.1. Hiç mutfak bilgisi olmayan öğrenciyi tercih ederim.	4	33,3
	3.2. Deneyimden ziyade doğru mutfak bilgisini edinmiş öğrenciyi tercih ederim.	4	
	3.3. Öğrencinin deneyimli ya da deneyimsiz olması fark etmez.	3	

#### 4.10. Eğitmenlerin Mutfak Uygulama Eğitimlerinde Yetişkinlerin Uyumu ile İlgili Görüşleri

Araştırmanın “Eğitmenler derslerinde ğrenci uyumu açısından sorunlarla karşılaşmakta mıdır?” ve “Farklı yaş grupları arasında mutfak uygulama eğitimi sırasında çatışma ya da işbirliği var mıdır?” sorularından elde edilen bulgulara göre; 8 katılımcı çatışmalar yaşandığını (E-K1, E-K2, E-K3, E-K4, E-K5, E-K8, E-K9, E-K10), 3 katılımcı ise işbirliğini vurgulayarak çatışma olmadığını belirtmiştir (E-K6, E-K7, E-K11). atışmaların nedenleri ile ilgili ifadelerde kültürel farklılıklar ifadesi dışında diğer görüşler n yetişkin ve diğer yetişkin gruplar arasındaki yaşa bağlı çatışmalar üzerinedir. Buradaki en sık dile getirilen görüş, n yetişkinler ile yetişkinler arasındaki eşitlik kaygısı ve üstünlük atışması yaşanabildiğidir. Bir diğer görüş ise yetişkinlerin ders dışı sorunlarını sınıf içine yansıtabilmesidir (E-K2, E-K3, E-K5, E-K8).  katılımcı ise çatışmanın nedenlerinden bir tanesinin yetişkinlerin üslubu olduğunu ifade etmiştir (E-K1, E-K4, E-K8).

atışmaların üzümünde eğitmenin müdahalesinin gerektiği en sık ifade edilen görüş olmuştur. Çatışmalar doğal olarak görülüp, karma sınıfların olması gerekliliği de burada bir kez daha ifade edilmiştir (E-K3, E-K5, E-K8, E-K9).

Eğitmenler işbirliği üzerine de görüş bildirmiş ve sıklıkla çeşitli yaş gruplarının derste birbiriyle olumlu etkileşim içinde olabildiğini belirtmiştir (E-K4, E-K6, E-K7, E-K8, E-K9, E-K11). Bunun yanında yetişkin öğrencilerin eski bilgileriyle n yetişkini yanlış şekilde yönlendirebileceği de belirtilmiştir: E-K4, “...bayan diyor ki hoca böyle anlattı bak diyor ben bu hamuru yıllardır böyle yapıyorum hocayı boş ver diyor, sormayalım bunun mayalanması böyledir. Hoca böyle anlattı ama bu şekilde de olur deyip o şekilde de birbirleriyle etkileşimde bulunabiliyorlar olumlu olumsuz mutlaka oluyor.”

**Tablo 10.** Mutfak Uygulama Eğitiminde Yetişkinlerin Uyumuyla İlgili Görüşler

Tema	Kod	Sıklık	Yüzde (%)
<b>1.Ders İçi Çatışmaları Önleme Amaçlı İfadeler</b>	1.1.Sınıftaki çatışmalarda dengeyi kurmak için eğitmenin müdahalesi gerekir.	8	33,33
	1.2.Yaş olarak karma eğitim olmalı.	5	
	1.3.Yaş olarak karma sınıflarda öğretim daha etkin olabiliyor.	4	
	1.4.Yaş olarak gruplandırılmış sınıflara ders vermeyi tercih ederdim.	2	
<b>2.Çatışmaların Nedenleri ile İlgili İfadeler</b>	2.1.Ön yetişkinler ve yetişkinler arasında eşitlik kaygısı, üstünlük çatışması olabiliyor.	5	31,58
	2.2.Yetişkinler ders dışı sorunlarını derse yansıtıyor.	4	
	2.3.Ön yetişkinler yetişkinlerin istek, hitap ve ricalarından rahatsız olabiliyor.	3	
	2.4.Ön yetişkinlerin asi, vurdumduymaz tavırları olabiliyor.	2	
	2.5.Kültürel farklılıklardan dolayı çatışmalar oluyor.	2	
	2.6.Ön yetişkinler modern mutfak tercih ederken yetişkinler geleneksel mutfak çalışmalarını tercih ediyor.	1	
	2.7.Ön yetişkinler daha yenilikçi olabiliyor.	1	
<b>3.Yetişkin Öğrencinin Sınıf Uyumuna Etkisi ile İlgili İfadeler</b>	3.1.Çeşitli yaş grupları ders konusunda birbiriyle olumlu etkileşim içinde olabiliyor.	5	19,3
	3.2.Yetişkinler dersin işleyişine yardımcı olabiliyor.	4	
	3.3.Yetişkinler önceki öğrenimi ile Ön yetişkini yanlış yönlendirebiliyor.	1	
	3.4.Yetişkinler ders uyumunu bozabiliyor.	1	
<b>4.Farklı Yaş Grupları Arasında Ders Uyumuna İlgili İfadeler</b>	4.1.Çatışmalar oluyor.	6	15,79
	4.2.Herhangi bir çatışma olmuyor.	3	

#### 4.11. Eğitimcilerin Öğrencilerin Yaş Gruplarının Mutfak Eğitimindeki Farklılıklarıyla İlgili Görüşleri

Eğitmenlerin ön yetişkin ve yetişkin öğrenciler arasında gözledikleri farklılıklara yönelik bulgular Tablo 11’de sunulmuştur. Eğitimcilerin ön yetişkin ve yetişkin öğrenciler arasında uygulamalarda avantaj ve dezavantaj oluşturduğunu belirttikleri ifadeleri dört tema altında gösterilmiştir. Yetişkin öğrencilerin dezavantaj olarak nitelendirilebilecek tutum ve davranışlarıyla ilgili en sık “önceden öğrenilmiş bilgilerin değiştirilmesinde yaşanan sıkıntılar ve buna bağlı uyum sorunları” belirtilmiştir (E-K2, E-K3, E-K4, E-K5, E-K6, E-K8, E-K10). Diğer bir ifade ise yetişkinlerin odaklanma sorunlarıdır (E-K, E-K7, E-K8, E-K9). E-K5’in, “...ikinci işlerini mesleklerini de yaptıkları için onlar için zaman çok önemli, evliler, çocuklular, iş hayatları var o yüzden geldiklerinde tam odaklanmaya çalışıyorlar...gençler biraz daha rahat.” sözleri bu görüşe örnek olarak verilebilir. Eğitimcilerin dikkat konusunda ise yaş grupları bakımından iki farklı düşünceye sahip olduğu görülmektedir.

**Tablo 11.** Yaş Gruplarının Mutfak Uygulama Eğitimindeki Farklılıklarıyla İlgili Görüşler

Tema	Kod	Sıklık	Yüzde (%)
<b>1. Yetişkinlerin Ön Yetişkinlere Göre Dezavantajları</b>	1.1.Yetişkinler eski bilgilerin düzeltilmesi ve uyum konusunda sıkıntı yaşıyorlar.	7	18
	1.2.Yetişkinler derse odaklanma sorunu yaşayabiliyorlar.	4	
<b>2. Yetişkinlerin Ön Yetişkinlere Göre Avantajları</b>	2.1.Yetişkinlerin kavrama seviyesi daha iyi.	5	49,2
	2.2.Yetişkinler disiplin olarak daha iyi.	5	
	2.3.Yetişkinler daha sistematik ve dikkatli.	4	
	2.4.Yetişkinlerin algısı daha açık oluyor.	4	
	2.5.Yetişkinlerin derse uyumu daha kolay.	4	
	2.6.Yetişkinlerin motor becerileri daha iyi olabiliyor	2	
	2.7.Yetişkinlerin motivasyonu daha yüksek oluyor.	2	
	2.8.Yetişkinler başarısız olmaktan daha çok çekiniyorlar ve odaklanıyorlar.	2	
	2.9.Yetişkinler daha net sorular sorabiliyor.	2	
<b>3. Ön Yetişkinlerin Yetişkinlere Göre Avantajları</b>	3.1.Ön yetişkinler yeniliğe daha açık, araştırmacılar.	4	11,5
	3.2.Ön yetişkinler daha dikkatli.	3	
<b>4. Ön Yetişkinlerin Yetişkinlere Göre Dezavantajları</b>	4.1.Ön yetişkinlerin dikkati daha çabuk dağılıbiliyor.	4	16,4
	4.2.Ön yetişkinler kuralları ve disiplini aksatabiliyor.	4	
	4.3.Ön yetişkinlerin kavrayış düzeyleri daha düşük olabiliyor.	2	
<b>5.Diğer</b>	5.1.Algılama-kavrama konusunda yaş grupları arasında fark yok.	3	4,9

Yetişkinlerin, ön yetişkinlere göre avantajlarından en sık dile getirilen ifadeler ise uygulama derslerinde kavrama seviyeleri ve disiplinli olmalarıdır (E-K1, E-K5, E-K6, E-K8, E-K11). E-K6 bu konuda “...İleri yaş grupları bu disipline daha rahat adapte oluyorlar ve bu kabul ile geliyorlar. Yani mutfığa girmeden önce disiplinli, gürültüsüz olacağını ve eğitime açık olmaları gerektiğini...” derken, üç eğitimci ise algılama-kavrama konusunda yaş grupları arasında fark gözlemlemediğini belirtmişlerdir.

Ön yetişkinlerin yeniliğe daha açık, araştırmacı olduğunu belirten eğitimcilerden E-K4, “...genç neslimiz daha yaratıcılar çünkü devamlı sosyal medyanın içindeler devam ve internetle haşır neşirler, hiçbir iş deneyimi olmasa

bile onun bile çok büyük etkisi oluyor. İşte geliyor abla diyor bu pastayı biz bu şekilde süslesek...hemen sayfayı gösteriyor, geliyor danışıyor...” şekliden görüşünü detaylandırmıştır.

#### 4.12. Yetişkin Mutfak Uygulama Eğitiminin İyileştirilmesi ve Geliştirilmesine Yönelik Öneriler

Eğitmenlerin uygulama eğitiminin geliştirilmesi ile ilgili görüşleri Tablo 12’de sunulmuş olup, öğrencilerin görüşleriyle benzer olduğu görülmektedir. Eğitmenler de sarf malzeme bütçesi (E-K1, E-K3, E-K4, E-K6, E-K7, E-K8), profesyonel mutfak ekipmanı sağlanması (E-K1, E-K2, E-K3, E-K4, E-K7, E-K8) ve fiziki şartların iyileştirilmesiyle (E-K2, E-K3, E-K8) eğitimin geliştirilebileceğini ve daha çok fayda sağlayabileceğini belirtmişlerdir. Bu görüşte olanların önlisans, lisans ve halk eğitimde eğitmenlik yaptıkları görülmekte ve ihtiyacın genel olduğu anlaşılmaktadır.

**Tablo 12.** Eğitimin İyileştirilmesine Yönelik Bulgular

Tema	Kod	Sıklık	Yüzde (%)
1.Fiziki şartların İyileştirilmesine Yönelik Görüşler	1.1. Ayrı bir sarf malzeme bütçesi olmalı.	6	47,22
	1.2. Profesyonel ekipmanların olmasını isterdim.	6	
	1.3. Fiziki şartların iyileşmesini isterim.	3	
	1.4. Sarf malzeme konusunda sıkıntımız yok.	2	
2.Ders İşleyişi ve İçeriğinin İyileştirilmesine Yönelik Görüşler	2.1. Müfredatın geliştirilmesi gerek.	4	38,89
	2.2. Ders saati konusunda sıkıntı yok.	4	
	2.3. Müfredat ve modüller yeterli.	2	
	2.4. Çeşitli atölye çalışmaları olmalı.	2	
	2.5. Ders saatlerinin arttırılmasını isterim	2	
3.Eğitimin Geneline Yönelik Görüşler	3.1. İstihdam konusunda çalışmalar olmalı.	4	13,89
	3.2. Mutfak eğitimi tanıtılmalı, reklamı yapılmalı.	1	

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Hayat boyu öğrenme, ölkelerin en önemli varlığı olan insan kaynağının niteliğinin yükseltilmesinde, ekonomiye kazandırılmasında ve istihdam edilmesinde önemli bir araçtır (Aksoy, 2013: 27). Günümüzde beşikten mezara kadar devam etmesi gereken bir süreç olarak tanımlanan hayat boyu eğitim andragojik eğitime de kaynaklık etmektedir (Duman, 2006: 92). Araştırmada ön yetişkin ve yetişkin öğrencilerin çoğunluğunun kendilerini geliştirmek amacıyla mutfak uygulama eğitimlerini aldıkları ortaya konmuştur. Bilgi edinme ve bilme ihtiyacını da belirten katılımcılar göz önüne alındığında bu bulguların hayat boyu öğrenme anlayışı kapsamında dikkate değer olduğu söylenebilir. Bazıları mutfağı sevmekte, farklı yemek uygulamalarını öğrenmek istemekte, bazıları ise boş zamanını değerlendirmek, çocuklarına iyi bir model olmak istemektedirler. Öğrencileri ayrıca bu eğitimleri almaya yönelten belge/diploma almak istemeleridir. Çalışma hayatına bu belgelendirmeye girebilecek olmak önemli bir amaç oluşturmaktadır. şahoğlu da (2010) araştırmasında bu yönde bir bulgu elde etmiştir.

Yetişkin öğrenciler kendi içini kurma amacıyla da bu eğitimi almak istemektedir. Günümüzde ölkelerin girişimciliğe verdiği önem ve destek düşünüldüğünde, mutfak uygulama eğitimin nitelikli bir şekilde koşulların iyileştirilerek verilmesinin sektördeki hizmet kalitesi ve insan sermayesi açısından gastronomi turizminde hayati önemi anlaşılabilmektedir. Bu doğrultuda eğitimin hijyen, sağlıklı beslenme, doğru Türk mutfağı uygulamaları, yerel yemeklerin korunması ve yaygınlaştırılması vb. konularına da ağırlık verecek şekilde zenginleştirilmesi gereklidir. Ancak araştırmada yetişkin öğrenciler fiziki koşulların ve ekipmanların geliştirilmesi gerektiğini ve sarf malzemesi temini konusunda sıkıntılar yaşadıklarını belirtmiştir. Bu konuya dikkat çeken bazı öğrenciler, malzemelerin teminindeki maddi ihtiyaçlar ve bu nedenle yaşanan sıkıntıların eğitimdeki bazı uygulamaları hiç yapamamalarına neden olduğunu belirtmişlerdir. Böylece geleneksel bazı yemekler vb. uygulamalar hakkında hiç bilgi sahibi olamadıklarını, teorik bilgileriyle yetinmek zorunda kaldıklarını ifade etmişlerdir. Bu görüşlerin sıklıkla halk eğitim merkezi ve meslek yüksekokulu öğrencileri tarafından aktarıldığı görülmektedir. Lisans bölümü öğrencilerinin uygulama mutfağının fiziki ortamın yetersizliği ve sarf malzemelerin temini konusunda çok sıkıntı yaşamadığı anlaşılmaktadır. Nitekim bu konuda sponsorluk ile ihtiyaçlar giderilmektedir. ankaya (2019) da halk eğitim kurslarında fiziki şartların yetersizliğinin yetişkin öğrencilerin motivasyonlarını olumsuz etkilediğini ortaya koymuştur. Öğrencilerin ifadelerine benzer şekilde eğitmenler de sarf malzeme bütçesi ile ilgili sıkıntılar, profesyonel ekipman, fiziki şartların iyileşmesi ve müfredatın geliştirilmesi ihtiyacı konuları üzerine görüş bildirmişlerdir.

Yükseköğretimde bazı öğrencilerin uygulama derslerine daha fazla ağırlık verilmesi görüşleri olduğundan seçmeli uygulama derslerinin arttırılması ve çeşitlendirilmesi önerilebilir. Müfredatlarda olan seçmeli derslerin eğitmen kadroları tamamlanabilirse, öğrenciler ilgilerine göre seçmeli derslere kaydolabileceklerdir. Pandemi nedeniyle halk eğitim derslerindeki katılımcı sayısının az olması ise öğrencilerde memnuniyet yaratmıştır. Zira öğrenciler kalabalık sınıflarda ders yapmak istememekte, öğrenci sayısının fazla olduğunda öğrenmelerinin olumsuz etkilendiğini düşünmektedirler. Bu görüş üç kurumun öğrencileri tarafından da dile getirilmiştir. Bu nedenle

uygulama alanlarının fiziki kapasitesinin artırılması gerektiği söylenebilir. Ayrıca öğrencilerin farklı modüller ve farklı etkinlikler istemeleri de göz önüne alınmalıdır.

Eğitmen değerlendirmelerinde, öğrencilerin birisi dışında tüm katılımcılar memnuniyetlerini olumlu sözcüklerle ifade etmiş, öğrencilerin bazıları profesyonelliklerine, bazıları nitelikli oluşuna vurgu yaparken bazıları ise ve adil ve objektif oluşlarına dikkat çekmişlerdir. Dolayısıyla öğrencilerin uygulama eğitiminde hangi özelliklere önem verdikleri anlaşılabilir. Eğitmenin tutum ve davranışları öğrencinin sektörde devam etmesine ya da sektörden soğumasına neden olabilmektedir. Buradan hareketle, eğitmenlerin mutfak uygulama derslerinde yetişkin bireyleri motive edici, sektöre hazırlayıcı bir tutum içerisinde olması gerektiği söylenebilir.

Genelde işbirliği vurgulanmış olsa da uygulama eğitimlerinde farklı yaş gruplarından oluşan yetişkinler arasında çatışmalar da olabilmektedir. Bu çatışmalarda dengeyi kurmak için eğitmenin müdahalesinin gerektiğini ifade etmeleri eğitmenin mentorluk ve yol gösterici vasıflarını ortaya koyması gerektiğini göstermektedir. Örgütsel çatışma modern yönetim anlayışında doğal olarak görülmekte ve etkin yönetilerek olumlu sonuçlar elde edilebilmektedir. Dolayısıyla eğitmenlere çatışma yönetimi eğitimi verilebilir. Nitekim yetişkin eğitiminde başarılı olabilmek için etkin bir örgütlenme, yetişkinler için rahat ve kolay kullanılabileceği fiziksel ortamlar, eğitsel programlar ve bunları uygulayacak nitelikli yetişkin eğitimciler gerektiği belirtilmektedir (Okçabol, 2006: 194).

Araştırmada dikkat çeken bir bulgu öğretmenlerin ön yetişkin ve yetişkin öğrenciler arasında gözledikleri farklardadır. Öğretmenlerin çoğunluğu yetişkin öğrencilerin eski bilgilerin düzeltilmesi, uyum ve odaklanma konusunda sıkıntı yaşadıklarını belirtmiş ancak algılama, kavrama ve çalışma disiplini açısından daha iyi olduklarını ifade etmiştir. Buradan yetişkinlerin daha etkin motive edilmesi gerektiği sonucuna varılabilir. Ayrıca yeni kazanımlarıyla bol pratik yapmaları eski bilgilerini yenileriyle değiştirmelerinde yardımcı olacağı söylenebilir. Nitekim Knowles'e göre andragojik yaklaşımda eğitmenin temel görevi andragojik sürece rehberlik etmesidir ve yetişkin öğrenciyi motive eden şeylere duyarlı olması gerekmektedir. Ayrıca yazar eğitimin yetişkinlerin deneyimleri üzerine yapılandırıldığında daha etkili olduğunu belirtmektedir (akt. Güven, 2008: 27).

Eğitmenlerin yarısından fazlası, bu öğrencilerin daha önceki davranış ve alışkanlıklarının değiştirilmesinde zorluklar yaşadıklarını ifade etmiştir. Ancak eğer geçmiş mutfak uygulama bilgisi doğru kazanılmışsa var olan bilgisi üzerine yeni uygulamalar katkı sağlayabilecektir. Bunun yanı sıra öğretmenlerden bazıları deneyimli öğrencilerin derse olumlu yönde katkı sağlayacağı, etkileşimle öğrencilerin birbirlerinden yararlanacaklarını belirtmişlerdir. Genel olarak ön yetişkin ve yetişkin öğrenciler farklı yaş gruplarının bir arada olduğu eğitimleri tercih etmektedir. Bazı istisnalar dışında ön yetişkinler eğitim ortamında yetişkinlerin deneyimlerinden yararlanabilmekte ve ön yetişkinler de yenilikçi ve yaratıcı özellikleri nedeniyle yetişkinlere fayda sağlayabilmektedir. Bu bulgulardan hareketle yükseköğretimde ve halk eğitimde eğer katılımcıların uygulama bilgi seviyesi çok farklı değilse verilen eğitim temelden başladığı için karma yaş grupları ile eğitimde sakınca bulunmadığı söylenebilir. Ancak halk eğitim merkezinde aşçılık, aşçı yardımcılığı gibi seviyeler olduğu gibi temel-orta ve ileri seviye şeklinde gruplar oluşturulabilir.

Çalışmada, mutfak uygulama eğitiminin sektörün, akademinin ve öğrencilerin ihtiyaç ve beklentilerine cevap verecek şekilde iyileştirilmesi ve müfredatlarının geliştirilmesi gerektiği ortaya konmuştur. Eğitim ve sektör arasında istihdam çalışmalarının olması gerektiği halk eğitim ve yükseköğretim kuruluşlarında görev yapan öğretmenlerin ortak yargısı iken, mutfak uygulama eğitimlerinin farklı atölye çalışmalarıyla desteklenmesi gerektiği fikri yükseköğretimde görev yapan katılımcılar tarafından aktarılmıştır. Mutfak uygulama eğitimlerine katılan öğrenciler eğitim sonunda staj veya istihdam konusunda bütünlük programlarla eğitim verilmesini ifade etmişlerdir. Bu konuda lisans öğrencilerine fakültenin kariyer günleri, sektörde işbirliği, mezunlar derneği vb. destek ve faaliyetlerle staj ve iş imkânları sağladığı belirtilmiştir. Buna benzer imkânlar halk eğitim kursları öğrencilerine de sektör ve sivil toplum kuruluşları desteğiyle tanınabilir.

Gastronomi ve mutfak sanatları eğitiminin geliştirilmesi için akademisyenler, turizm sektörü mutfak çalışanları, sivil toplum kuruluşları, dernekler ve T.C. Millî Eğitim Bakanlığı temsilcilerinden oluşacak bir çalıştayda güncel eğitim modelleri, eğitim içerikleri, eğitim sonrası staj ya da istihdam olanakları bilimsel olarak ele alınabilir. Gastronomi ve mutfak sanatları bölümü mezun öğrencilerinin sadece sektörde yer almayı, bazılarının akademik kariyer seçmeleri ya da formasyon eğitimi alarak usta öğretici şeklinde halk eğitim merkezlerinde eğitmen olarak yetişkin eğitim sürecine dahil olmaları, andragojik açıdan da alacakları nitelikli eğitimin önemini artırmaktadır.

Araştırmanın nitelikli girişimci ve iş gücü yetiştirilmesi açısından sektöre, gastronomi ve eğitim bilim alanlarına katkı sağlayabileceği, andragoji perspektifinde karar mekanizmalarına yardımcı olabileceği düşünülmektedir. Yetişkin eğitimi üzerine yapılacak yeni araştırmalarda daha geniş yetişkin örneklem gruplarında motivasyon, tatmin vb. değişkenler de dâhil edilerek çalışılması önerilebilir.

## TEŞEKKÜR

Bu araştırma, hiçbir kamu, ticari veya kar amacı gütmeyen kurum ya da kuruluştan herhangi bir finansman desteği almamıştır.

## MENFAAT UYUŞMAZLIğI

Yazarların, herhangi bir kurum ya da kuruluş ile finansal çıkar içeren bir ilişkisi ya da katılımı (hibe; eğitim bursları; konuşmacı bürolarına katılım; üyelik, istihdam, danışmanlıklar, hisse senedi sahipliği veya diğer öz özkaynak payları; ve uzman tanıklığı veya patent lisans düzenlemeleri); bu çalışmada tartışılan konu veya materyallerle ilgili mali olmayan çıkarları (kişisel veya mesleki ilişkiler, bağlantılar, kanaatler veya inançlar gibi) bulunmamaktadır.

## YAZARLARIN KATKILARI

M.E.B.: Kavramsallaştırma, Literatür taraması, Veri toplama, Veri Analizi, Yazma, inceleme düzenleme, Nihai onayın verilmesi.; G.Y.: Kavramsallaştırma, Literatür taraması, Yöntem, Veri Analizi, Yazma, inceleme ve düzenleme, Danışmanlık, Nihai onayın verilmesi.

## ETİK BEYAN

Bu alışma, 21 Haziran 2021 tarih ve 2021/20 sayılı Mersin Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu Kararı ile etik olarak onaylanmıştır.

## KAYNAKÇA

- Abdulsalam, N., Condrasky, M., Bridges, W. & Havice, P. (2017). The promise of andragogy and experimental learning to improve teaching of nutrition concepts to culinary arts students. *Journal of Food Science Education*, 16, 54-61.
- Akın, G. (2014). Andragoji kavramı ve andragoji ile pedagoji arasındaki fark. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 47(1), 279-300.
- Aksoy, M. (2012). Kavram olarak hayat boyu öğrenme ve hayat boyu öğrenmenin Avrupa Birliği serüveni. *Bilig Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, 64, 23-48.
- Aktu, Y. (2006). Levinson'un kuramında ilk yetişkinlik döneminin yaşam yapısı. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 8(2), 162-177.
- Cossio, A. (2016). *Evolving curricular models in culinary arts: an instrumental case study of a technical field*. Unpublished master's thesis, University Of North Texas, Texas
- Coşkun, A. (2012). *Halk eğitimi merkezlerinde açılan kurslara katılan yetişkinlerin beklentilerinin ve memnuniyetlerinin değerlendirilmesi (Tuzla Örneği)*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Yeditepe Üniversitesi.
- ankaya, N. (2019). *Halk eğitim merkezlerinde eğitim alan yetişkinlerin motivasyonuna etki eden unsurların incelenmesi*, [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Kocaeli Üniversitesi.
- Çevik, Ö. (2019). *Yetişkin eğitimi veren eğiticilerin andragojik öğretim ilkelerini uygulama düzeylerine yönelik bir karma yöntem alışması*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi.
- Çevik, Ö. & Aslandağ, B. (2020). Andragojik öğretim ilkeleri ölçeği: Geçerlik ve güvenilirlik alışması. *OPUS International Journal of Society Researches*, 15 (22) , 1059-1081.
- Duman, A. (2006). *Yetişkinler Eğitimi*, Ütopya Yayınları.
- Eldelekeliolu Onuk, D. (2019). *Türkiye'de yetişkin eğitimi temalı 2007-2018 yılları arasında yapılan lisansüstü tezlerin incelenmesi*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi.
- Eren, S. (2018). The quality of culinary education in tourism. R. Efe (Ed.), *Social Sciences Researches in the Globalizing World* içinde. Sofia: St. Kliment Ohridski University Press.
- Eve, T. L. (2020). *Multimedia design: adult culinary learners' perception of recipe usability and learner comprehension*. [Unpublished doctoral dissertation]. Regent University
- Gönül, E. (2008). *Kimlik statülerinin 22-30 yaşlar arasındaki genç yetişkinlerin yaşadığı kağı düzeyi ile ilişkilisi*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Maltepe Üniversitesi.
- Güngör, R. (2006). *Adaptation of the education participation scale (EPS) or participants in level II literacy courses*. (Master thesis). Boğaziçi University Institute of Social Sciences, İstanbul.
- Güven, F., Gökmen, S., & A. Hancı (2008). *Yetişkin Eğitimi Kılavuzu. Kadına Yönelik Aile İçi Őiddet Projesi*. N. Otaran (Ed.) T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü.
- Levinson, D. J. (1986). A conception of adult development. *American psychologist*, 41(1), 3-13.
- Okçabol, R. (2006). *Halk eğitimi (yetişkin eğitimi)* (3. bs.). Ütopya Yayınları.
- Öney, H. (2016). *Gastronomi Eğitimi Üzerine Bir Değerlendirme*. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 193-203.
- ÖSYM (2021). *2021-YKS Yerleştirme Sonuçlarına İlişkin Sayısal Bilgiler*, <https://www.osym.gov.tr/TR,21286/2021-yks-yerlestirme-sonuclarina-iliskin-sayisal-bilgiler.html>

- Resmi Gazete. (2001). <https://mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.4721-20050703.pdf>
- Sanrock, J. W. (1999). *Life-span development*. Mc Graw Hill Education (17. bs.). McGraw-Hill Higher Education.
- Sarioğlan, M. & Sezen, T. S. (2017). Project based learning approach in fusion cuisine education: A modal proposal. *New Trends and Issues Proceedings on Humanities and Social Sciences*, 4(1), 574–578.
- Smith, M. K. (1996). What is adult education? <https://infed.org/what-is-adult-education/>
- Şahoğlu, B. (2010). *Halk eğitim merkezlerinde dzenlenen kurslara devam eden yetişkinlerin katılım amaçları ve kurslara ilişkin gdrüşleri*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi], Hacettepe Üniversitesi.
- Tekin, S. & Yaman, S. (2008). Hizmet-içi eğitim programlarını değerlendirme ölçeği: Öğretmen formunun geliştirilmesi. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9(3), 15-26.
- Ültanır, E. & Ültanır, G. (2005). Estonya, İngiltere ve Türkiye’de yetişkinler eğitiminde profesyonel standartlar. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(1), 1-23.
- Wollin, M. & Gravas, S. (2001). Proposed curriculum and articulation model for two-year degree programs in culinary arts. *Journal of Hospitality and Tourism Education*, 13(2), 47–54.
- Yaman Özdemir, Z. & Bulduk, S. (2019). Gastronomi ve mutfak sanatları eğitiminin kalite göstergeleri açısından değerlendirilmesi. *Business & Management Studies: An International Journal*, 7(5), 2770–2804.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2005). *Nitel araştırma yöntemleri* (5. baskı). Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, G. (2019). Türkiye’de ortaöğretim ve yükseköğretim düzeyindeki gastronomi eğitiminin değerlendirilmesi. *Turizm Akademik Dergisi*, 6(1), 229–248.
- Yılmaz, M. B. (2020). Yetişkin eğitiminde katılım ölçeği geliştirmeye yönelik bir araştırma. *Uluslararası Pegem Eğitim Kongresi içinde* (ss. 1058–1066).
- Yüksel, A. (2019). Androgoji ve iş dünyası: Yetişkinler eğitimde. Detay Yayıncılık.

## **EXTENSIVE SUMMARY**

### **Introduction**

In recent years, there has been a growing interest and demand for kitchen practical training in Turkey, leading to an increase in the number of culinary and gastronomy programs and their capacities in both courses and university associate and undergraduate departments (ÖSYM, 2021). Various levels of culinary and gastronomy education, from secondary education to higher education, private courses to public education centers are provided in Turkey (Yılmaz, 2019: 232). With the support of lifelong learning, adults have shown increased interest and demand for these education programs in recent years.

The definition of adulthood varies from country to country and depends on an individual's function (Okçabol, 2006: 19). According to the Turkish Civil Code, any individual who has reached the age of 18 is considered an adult (Official Gazette, 2001: 2). Levinson (1986: 5) suggests that the pre-adult period lasts from birth to approximately 22 years of age, with the years between 17-22 marking the beginning of early adulthood. Thus, the period from birth to 22 years is considered "pre-adulthood" (Aktu, 2006: 196). Ültanır and Ültanır (2005: 5) define adulthood periods as leaving the nest (18-22 years) and entering the adult world (23-28 years). Based on this, individuals aged 23 and above are considered "adults," while those in the 18-22 age range are considered "pre-adults" in this study.

Adults vary in terms of motivations, interests, values, attitudes, physical and mental skills, and learning backgrounds, both among themselves and compared to younger individuals (Güven et al., 2008: 19). The purpose of this study is to identify the characteristics of pre-adult and adult students receiving culinary practical training in culinary and gastronomy departments of universities and public education centers, their reasons for participation, satisfaction with meeting their expectations and their opinions on the training process and environment. Another aim is to explore, from the perspective of educators providing adult education, the characteristics, differences and adaptations of adults in different age groups in practical training processes and environments and to suggest improvements for effective practical training.

### **Method**

In this study, data was collected through face-to-face interviews using semi-structured interview forms prepared separately for instructors and students. While creating the study questions, the studies of Güngör (2006), Tekin and Yaman (2008), Çevik and Aslandağ (2020) and Yılmaz (2020) were used, and the topics that the researchers were curious about were also taken into account. The study questions for students and instructors were as follows: "What are the demographic characteristics of students, their prior kitchen experiences, and their reasons for participating in this training?", "Are there any positive/negative differences in the attitudes of students with different demographic characteristics in kitchen practice?", "What are the opinions of students about the kitchen practical training they received?", "Do students prefer kitchen practice training to be divided into age groups?", "Considering adult students of different age groups, what are the instructors' views on student behavior and attitudes during classes?", "Does the education meet the students' expectations?", "What are the suggestions for improving the provided kitchen practical training?", "What are the demographic characteristics of instructors?", "Do instructors encounter any issues related to students' adaptability in their classes?", "How does the experience or inexperience of students in the kitchen affect the education process?", "Are there conflicts or collaborations during kitchen practice education among different age groups?", "What differences do instructors observe between pre-adult and adult students?", "What are the instructors' opinions about the learning environment for adult students, and what are their suggestions for improving and enhancing kitchen practical training for adults?"

The study population included pre-adult and adult students and instructors who were receiving or providing culinary and kitchen practical training at the associate and undergraduate levels in Mersin, Turkey. Applications were made to public education centers and three universities offering associate and undergraduate programs in culinary and gastronomy. Between May and October 2021, interviews were conducted with 11 instructors and 22 pre-adult and adult students. Participants were provided with information about the concept of adulthood and its classification before the interviews. Content and frequency analysis were performed on the data using the MAXQDA program, and codes obtained in the study were categorized to form themes, which were then organized into tables and reported.

### **Finding**

The adult students consisted of 4 pre-adults and 18 adults aged between 23 and 53. Notably, there were adults with postgraduate education, including doctors and academics, pursuing a second university degree in faculties and vocational schools. About 55% of the students, mostly participants of public education courses, were not currently employed. Overall, participants indicated that they primarily enrolled in kitchen practical training to enhance themselves, followed by the desire for knowledge and obtaining a certificate/diploma.

Some participants suggested that pre-adults were more dynamic and enthusiastic than older adults, while others emphasized their innovative and creative qualities. Regarding age, some students believed that pre-adults were more creative, open to innovations, and dynamic, while others thought that adults were more interested. With advancing age, the increase in experience had a positive impact on practical skills, but it was also frequently mentioned that young adults, in the early stages of adulthood, had better understanding and perception abilities.

The codes obtained from the positive or negative views of pre-adult and adult students about kitchen practical courses were grouped under the themes of "related to course content" and "related to physical conditions." The most frequently mentioned views were related to class hours and the adequacy of the curriculum and modules. Regarding physical conditions, participants emphasized the high number of students in groups and the need for budgets for consumables and equipment. It was found that the expectations of all students, except one, were generally met, and they were mostly satisfied with the instructors.

Participants were asked whether they preferred kitchen practice training to be divided into age groups, and they were asked to provide their reasons. Fifteen students expressed a preference for mixed-age group training and they had no negative experiences in this regard.

Eleven instructors participated in the study. 66.6% of instructors stated that adult students had difficulties changing their previous behaviors and habits. Furthermore, four participants stated that they would prefer to teach students with correct kitchen training experiences. About 54.6% of the participants believed that experienced students would positively contribute to the class.

Eight instructors mentioned conflicts between pre-adults and adults, while three emphasized collaboration and stated that there were no conflicts. The reasons for conflicts included age-related conflicts among adult groups, with the most common view being that there could be issues related to equality and superiority. Instructors mentioned that older adults may face challenges in changing their previously learned habits and adapting to new ones, but their experience was an advantage. On the other hand, young adults were seen as having better learning abilities due to their age

## **Conclusion**

The study revealed that most pre-adult and adult students primarily enrolled in kitchen practical training to enhance themselves. Considering the participants' need for knowledge and learning, these findings are significant within the framework of lifelong learning. Students often stated that adults are more experienced in kitchen practices, that perception/comprehension changes depending on age, and that they experience difficulties in the practices due to physical conditions. It was determined that the majority of students' expectations from education were met and they were satisfied with the instructors. Instructors presented their comparative views on the differences, experiences, and adaptations of pre-adult and adult students. Students and instructors emphasized that physical conditions should be improved and consumable and equipment support is required for qualified kitchen practical training. By taking into account the views and suggestions of adult students and instructors, especially the improvement of physical conditions in practical environments, a more high-quality kitchen practical training can be developed.





Dergi Anasayfası: [ATA Dergisi](#)

# Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi

## Journal of Eurasia Tourism Research

Journal Homepage: [JETouR](#)



### Gastronomi Turizmine Karşı Yerel Halkın Bilgi ve Tutum Düzeyinin Belirlenmesine Yönelik Araştırma: Ağrı İli Örneği

#### Research on Determining The Local Community's Knowledge and Attitude Level Towards Gastronomic Tourism: A Case Study of Ağrı Province

Hasan Önal ŞEYHANLIOğLU<sup>1,\*</sup>

<sup>1</sup>Asst. Prof., Department of Tourism Management, Faculty of Tourism, Batman University, Batman, Türkiye

#### MAKALE BİLGİSİ

Araştırma Makalesi

Makale Süreci:

Gönderim : 11 Eylül 2023  
Düzeltilme : 19 Ekim 2023  
Kabul : 26 Ekim 2023  
Yayımlanma : 29 Ekim 2023

Anahtar Kelimeler:

Gastronomi turizmi  
Yerel halk  
Ağrı ili

#### ARTICLE INFO

Research Article

Article history:

Received : 11 September 2023  
Revised : 19 October 2023  
Accepted : 26 October 2023  
Available : 29 October 2023

Keywords:

Gastronomic tourism  
Local community  
Agri province

#### ÖZ

Araştırmanın temel amacı, Ağrı ili merkezinde yaşayan halkın turistler ve gastronomi turizmi çerçevesinde tutumunun ortaya çıkarılmasıdır. Araştırmada, nicel araştırma yöntemlerinden olan anket tekniği kullanılmıştır. Ağrı merkezde yaşayan 390 kişiden yüz yüze anket toplanmıştır. Araştırmada elde edilen veriler SPSS aracılığıyla analiz edilmiştir. Faktör analizi sonucu 5 boyutlu bir yapı ortaya çıkmıştır. Bu boyutlar “Özdeğer Yitimi, Yabancılaşma Kaygısı, Kültürel Zenginlik, Aile Bütünlüğü Kaygısı, ve Aykırılıklar” olarak elde edilmiştir. Araştırma sonucuna göre, özdeğer yitimi ve aile bütünlüğü arasında önemli bir ilişkinin olması gastronomi turizminin şehirde olağan hayatı değiştireceği düşüncesini de beraberinde getirmektedir. Araştırma sonuçlarına göre; yerel halkın tutumları meslek ve eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir. Araştırma sonunda, kamu kurumları, işletmeler, sivil toplum kuruluşları ve araştırmacılar için öneriler geliştirilmiştir.

[Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi](#) yayıncı [Bayram KANCA](#) tarafından [CC BY-NC-SA 4.0](#) ile lisanslanmıştır.

#### ABSTRACT

The main purpose of the research is to reveal the attitudes of the people living in the center of Ağrı province within the framework of tourists and gastronomy tourism. The survey technique, which is one of the quantitative research methods, was used in the study. A face-to-face questionnaire was collected from 390 people living in the center of Ağrı. The data obtained in the study were analyzed through SPSS. Factor analysis revealed a 5-dimensional structure. These dimensions were obtained as "Loss of Self-Evalue, Alienation Anxiety, Cultural Richness, Family Integrity Anxiety, and Disagreements". According to the results of the research, the fact that there is a significant relationship between loss of self-worth and family integrity brings along the idea that gastronomy tourism will change the ordinary life in the city. According to the results of the research; the attitudes of local people differ according to their occupation and education level. At the end of the research, recommendations were developed for public institutions, businesses, non-governmental organizations and researchers.

[Journal of Eurasia Tourism Research](#) by [Bayram KANCA](#) is licensed under [CC BY-NC-SA 4.0](#)

## 1. GİRİŞ

Toplumların anlatılmasında ve tanıtımı konusunda mutfak kültürünün varlığı yadsınamaz bir gerçektir. Gastronomi ve turizm, deneyim zemininde birleşmektedir. Bu noktada gastronomi hem bilimin hem sanatın bir çıktısı olarak bilinmektedir (Düzgün & Özkaya, 2015; Foladai vd., 2019; Seyitoğlu, 2021; Mestre vd., 2022). Gastronomi, turizmine katılacak turistlerin bu noktada hem bilime hem sanata önem veren bireyler olduğu bilinmektedir (Manola & Koufadakis, 2020). Kitle turistleri belirli kalıplarda hareket ederken gastronomi turistlerinin beklentileri ve talepleri farklılaşmaktadır. Bu nedenle destinasyonlara gastronomi turistleri çekilmelidir. Destinasyonların makro ölçekte yarış halinde olması için gastronomi turizmi ön planda tutulmalıdır. Gastronomi

\*Sorumlu yazar / Corresponding author



0000-0002-9056-5237 (H. Ö. ŞEYHANLIOğLU)



hasanonal.seyhanlioglu@batman.edu.tr (H. Ö. ŞEYHANLIOğLU)

turizminin geliştirilip gelir getirici ve cazip hale getirilmesi önemlidir (Gülen, 2017; Akkaya & Özcan, 2019; Nesterchuk, 2021).

Alan yazında gastronomi turizmini destinasyon ve yerel halk çerçevesinde ele alan araştırmalar (Doğan & Üngören, 2010; Şahin & Ünver, 2015; Aydoğdu vd., 2016; Koroğlu vd., 2018; Gündüz, 2018; Öner & Aydoğdu, 2019; Nesterchuk, 2021; Sio vd., 2021; Ullah vd., 2022; Hsu vd., 2022) yer almaktadır. Gastronomi turizmi destinasyonların gelişimi için önemli bir araçtır. Gastronomi turizmine önem veren ülkeler rekabet güçlerini arttırmakta, turist tercihinde bir adım önde olmaktadır. Turistlerin yöreye özgü lezzetleri mekânlarında ve otellerde tatma istekleri, gastronomi turizminin gelişmesine zemin hazırlamıştır (Balderas-Cejudo vd., 2019; Panas vd., 2022). Bu bağlamda destinasyonların gastronomi turizmini hazır bir zemine işlemeleri gerekmektedir. Gastronomi festivalleri ve yarışmalar uluslararası bazda öne çıkmıştır. Gastronomi festivalleri topluma yönelik yapılan organizasyonlardır. Bu tarz organizasyonlar turizm faaliyetleri için gelen turistlerin destinasyonun rutin ziyaretçi seyrinin dışında olduğundan dolayı önemli bir turistik talebin oluşmasını da sağlamaktadır (Bakırcı vd., 2017; Dixit & Prayag, 2022).

Gastronomi turizmiyle bölgelerin ve destinasyonların ilerlediği, ekonomik getiri sağlandığı bilinmektedir (Akkaya & Özcan, 2019). Bu çerçevede Ağrı ili gastronomi turizmi ile gelişime açık bir konumdur. Ağrı ili; Ağrı geven balı, Ağrı haşıl yemeği, Ağrı yaprak döneri ve Abdiğör köftesi ürünleri ile zengin bir gastronomik alt yapıya sahiptir (Türk Patent Kurumu, 2023). Ağrı bulunduğu konum itibarıyla doğası ve yetişen gıdalarıyla ön plana çıkmaktadır. Ayrıca sunduğu ürünlerle de alternatif turizm için önemli bir konumdur (Şeyhanlıoğlu & Kınır, 2021). Destinasyon flora ve faunasıyla da ayrı bir doğal zenginlik alt yapısına sahiptir. Ağrı'da yetişen büyükbaş hayvanlar, doğanın sunduğu dağ kekiği ve kaya tuzu gibi besinleri tüketmektedir. Bu nedenle bu hayvanlardan elde edilen et ve süt gibi temel besinler lezzetli olmakta, bu ürünlerle yapılan yiyecek ve içecekler gurme tatlar taşımaktadır.

Ağrı ilinin alternatif turizm potansiyeline açık olması, ili daha gözde bir konuma getirmiştir. Destinasyonda bulunan uluslararası havalimanı, karayolu sınır kapısı aracılığıyla İran ve Azerbaycan'dan (Nahçıvan) doğrudan ulaşım yolu üzerinde bulunması, erişilebilirlik açısından güçlü bir alt yapıyı beraberinde getirmektedir. Bir yörede/bölgede/destinasyonda turistik faaliyetlerin gelişebilmesi için ulaşımın yanı sıra yerel halkın hazır bulunuşluğu, tutumu ve tolerans seviyesi anahtar faktör konumundadır. Bu nedenle yapılan bu çalışmada yerel halkın gastronomi turizmine yönelik tutumları (destekleri) ve bilgi düzeyleri (farkındalıkları) ölçülmek istenmektedir. Bu çerçevede bazı sorulara yanıt aranmıştır. Araştırmanın temel amacı, Ağrı ili merkezinde yaşayan halkın turistler ve gastronomi turizmi çerçevesinde tutumunun ortaya çıkarılmasıdır. Araştırmada Ağrı ili merkezinde yaşayan bireylerin yöresel yemeklere yönelik bilgi düzeylerinin ölçülmesi de bir alt amaçtır. Bu çerçevede araştırma önemli olmaktadır. Ağrı ilinde bu çerçevede çalışmaya rastlanmamış olması, literatürde önemli bir boşluğu dolduracaktır.

## **2. LİTERATÜR İNCELEMESİ**

Gastronomi turizmi, sektör paradigmasıyla bakıldığında deniz, kum ve güneş turizmi alternatifleri olarak ele alınan bir türdür (Acuner & Keskin, 2022). Gastronomi turizmi, turistlerin katıldığı yiyecek-içecek ilgili faaliyetler ve/veya ürünleri içeren deneyim türü olarak tanımlanmıştır (Chaney & Ryan, 2012). Bu turizm türü, yemek pişirme eğitimleri, şarap imalathaneleri, restoranlar, yemek festivalleri gibi otantik, geleneksel veya yenilikçi gastronomik faaliyetleri içermektedir (Sio vd., 2021: 1). Diğer turistler ile gastronomi turistleri arasında belirgin bir fark vardır. Bu ayırım, özellikle gıdalla ilgili faaliyetlere dayalı veya bunlardan etkilenen bir destinasyon seçiminde niyet düzeyine bağlı olmasıdır (Hjalager & Richards, 2002). Başka bir tanıma göre gastronomi turizmi, turistlerin yiyecek-içecek organizasyonlarını ve bu organizasyonları yürüten üreticileri ziyaret etmek, yiyecek-içecekleriyle ün salan destinasyonlardaki konaklama işletmeleri ve yiyecek-içecek işletmelerindeki ürünleri deneyimlemek için yapılan seyahatlerdir (Hall & Micheal, 2000; Yong vd., 2022; Hsu vd., 2022; Alzboun vd., 2023). Bireylerin seyahat ederken ortaya çıkan yeme deneyimleriyle ilgilidir. Bir gezi veya tatil sırasında bazı gezginler günlük hayatlarıyla paralel yeme-içme alışkanlıklarını arayabilmektedir. Bunun aksine, başka kültürlerin yemeklerini deneme tutkunu olan ya da farklı yiyeceklere meraklı olan gezginler de gastronomi turizmi kapsamındadır (Ab Karim & Chi, 2010).

Gastronomi turizmi ortaya çıkardığı imkânlarla bazı kişiler için yaşam tarzı haline gelmektedir. Bu çerçevede bireylere deneme yapma, farklı bilgiler öğretme, farklı kişilerle etkileşim kurma ve yerel mutfakların öğrenilmesi gibi önemli fırsatlar sunmaktadır (Gheorghe vd., 2014: 13; Özdemir & Altınar, 2019: 5). Mutfak ve gastronominin daha geniş kültürel miras sisteminin unsurlarından olduğu ve yerel yemeklerin bir destinasyonun kültürel mirasının en belirgin ve tanımlayıcı işaretlerinden birini oluşturduğu bilinmektedir (Timothy & Ron, 2013). Toplumların yemek alışkanlıkları, kültürel mirasın ayrılmaz bir parçası olan doğal çevre ve gelenekler tarafından şekillenmektedir. Yerel mutfaklar, bir destinasyonun kültürünü ve yaşam tarzını yansıtır. Ayrıca gastronomi turizmi destinasyonun kültürel uygulamalarının temel unsurlarından biridir (Minihan, 2014; Richards, 2015; Kokranikal & Carabelli, 2021). Gastronomi turizmi, yerel ve bölgesel

gelişime katkı sağlarken tatil mekânı sunumu açısından, uzun vadeli destinasyon rekabetinde önde olmanın önemli bir faktörüdür. Yemek mirasını koruyarak ve yerel turizm kaynaklarını genişleterek tarımsal üretimi teşvik etmek, turizmin desteklenmesinde ve güçlendirilmesinde önemli bir yoldur (Bucak & Aracı, 2013).

Gastronomi turizmi talebini karşılayan destinasyonlar ekonomik gelişme ve markalaşma sürecini hızlandırmaktadır. Bu çerçeve de markalaşma için gastronomik faaliyetlere konu olan turistik ürünler, üretim alanları, bölgenin tarihi dokusu ve yöresel aktiviteler liste haline getirilmelidir. Rehber kitapçıklar hazırlanıp lansmanı yapılarak ziyaretçilere ulaştırılmalıdır. Ziyaretçiler faaliyetler çerçevesinde bilgilendirilmelidir (şahin & Ünver, 2015: 65). Turistlerin destinasyonların gastronomik alt yapısı hakkında bilgi edinme motivasyonları dört türde sınıflandırılmaktadır. Bunlar; fiziksel motivasyonlar, kültürel ve kişisel arası etkileşime dayalı motivasyonlar, statü ve prestik motivasyonlarıdır. Fiziksel motivasyonlar, insanların temel beslenme ihtiyacının karşılanmasına yöneliktir. Kültürel motivasyonlar, turistlerin ziyaret ettikleri destinasyonu gelenekleri ve bölgenin öz mutfak kültürü aracılığıyla anlama hedefini ön plana çıkarmaktadır. Kişilerarası etkileşime dayalı motivasyonlar, gastronominin etkileşim yoluyla bu tür ilişkileri kolaylaştıran bir mekanizma olarak hareket ettiği varsayımına dayanmakta ve insanlar arasındaki karşılıklı ilişkilere yönelik sosyal ihtiyacı ele almaktadır. Statü ve prestij motivasyonları, öz mutfak deneyimlerinin sağladığı sosyal rol çerçevesinde şekillenmektedir. Söz konusu motivasyonlar, turistlerin destinasyonların gastronomik değerlerine ilgi duymasının öncülleri olarak değerlendirilmektedir (López-Guzmán vd., 2017; Cordova-Buiza vd., 2021).

Gastronomi turizminin tanıtımını ekonomik bir perspektiften ilişkilendiren iki kavramı sunmak doğru bir bakış açısını da beraberinde getirecektir. İlk olarak, bir coğrafi bölgenin yemeklerini ve belirli bir destinasyondaki hizmeti ifade eden yerel yemekleri farklı kılan reetelerdir. İkinci olarak, belirli bir coğrafi bölgenin gastronomi kültürünün, gastronomik özelliklerinin ve bunların belirli şetmelerdeki tüketimini ilişkilendiren yerel gıda pazarlarının oluşumunun bilinmesidir. Bu bağlamda gastronomi, insanlar, kültür, gelenekler ve destinasyon kimliği hakkındaki bilgilerin doğru bir şekilde anlatılmasıdır (Ignatov & Smith, 2006; Gálvez vd., 2017).

Gastronomi turizminin diğer turizm türlerine göre farklı olan durumları söz konusudur. Destinasyonların keşfi ve tanıtılması için bu özellikler bilinip göz önüne alınmalıdır (Kivela & Crotts, 2006: 360):

- Turistlerin önemli bir kısmı seyahat ederken dışarıda yemek yeme ihtiyacı doğmaktadır. Bu durum yerel yemekleri ve insanları tanımak için önemli bir fırsat sunmaktadır.
- Gastronomi turizmi ilgi gören bir turizm türüdür.
- Gastronomi turizmi insanın beş duyusunu (görme, ses, koku, tat ve dokunma) etkileyen tek sanat formudur.
- Gastronomi turizmi herkese hitap eden bir turizm türüdür.
- Gastronomi turizmi 12 ay boyunca yapılabilecek bir turizm türüdür.
- Gastronomi turistleri genel olarak keşfetmeye önem veren bireylerden oluşmaktadır.
- Gastronomi turizmi uygulamalı ve etkileşimli deneyimlere yönelik yeni talepleri karşıladığı için deneyim odaklı turistlerden oluşmaktadır.

Gastronomi turizminin gelişmesinde yerel paydaşların rolü oldukça yüksektir. Yerel halkın bir bölgede turizm faaliyetlerinin gelişmesi sürecinde kilit paydaş olarak bilinmektedir. Halkın topluma ve turizme olan bakış açısı o yöredeki turizm faaliyetlerinin akışını etkilemektedir (Karakaş & şengün, 2017; Ertaş, 2019). Yerel halkın ekonomik, sosyo-kültürel olarak turizm faaliyetleri ile etkileşim halindedir. Bir yöre halkının restoran şetmesinin var olduğunu düşünürsek hem getiri sağlanacak aynı zamanda diğer yerel halk üyelerine nakit akışı sağlanacaktır. Bölgeye gelen turist o bölgede tüketim yaptığı ürünler bölgenin yerel ürünlerinden oluştuğundan önemli bir şekilde etkileşim olmaktadır. Yerel halk gelen turistlerin kültüründen birçok konuyu da öğrenmiş olur. Başta tüketim eğilimleri, yeme-içme ritüelleri ve özel günlerine dair birden fazla konuya da hâkim olurlar (Testa vd., 2019; Tanrısevdi & Atabey, 2020).

### **3. YÖNTEM**

Bu araştırmanın amacı, Ağrı ilinde yer alan bireylerin gastronomi turizmine dair tutum ve bilgi düzeylerinin ortaya çıkarılmasıdır. Alt amaç olarak, Ağrı iline ait yemeklerin bilinirliğine dair açık uçlu soru da bulunmaktadır. Elde edilen bulguların, Ağrı ilinde gastronomi turizminin gelişim sürecine ışık tutacağı, plan ve politika yapıılara yardımcı olacağı düşünölmektedir. TÜİK 2022 verilerine göre 148 bin 765 kişinin yaşadığı Ağrı ili merkezi evren olarak seçilmiştir. Örnekleme olarak evrenin tamamına ulaşmak zaman ve maliyet açısından zor olacağından ötürü kolayda örnekleme türü seçilmiş ve gönüllü bireylerden veriler toplanmıştır. Nicel araştırma yöntemleri için ana kütlelin 1 milyon ve üstü olduğunda 384 sayısının yeterli olacağı görölmüştür (Gürbüz & şahin, 2016). Araştırmada

veri toplama araçlarından biri olan anket formu kullanılmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Anket formunun birinci kısmında katılımcıların demografik profillerini belirlemeye yönelik 6 soru yer almıştır. İkinci kısımda ise katılımcıların gastronomiye yönelik bilgi ve tutum düzeylerini ölçmeye yönelik 25 maddelik ölçek yer almıştır. Araştırma ölçeği, Öner ve Aydoğdu (2019) çalışmasından alınmıştır. Bu çalışma, 19 Mayıs 2023 tarih ve 2023/05 sayılı ile Batman Üniversitesi Etik Kurulu Kararı ile etik olarak onaylanmıştır.

Araştırma ölçeğinde yer alan 25 ifade için güvenilirlik analizi testi uygulanmış ve Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) kat sayısı 0.856 olarak belirlenmiştir. Literatüre göre  $\alpha \geq 0,70$  ise ölçek güvenilir olarak kabul görmektedir. 0,80 ile 1 aralığında olan  $\alpha$  ise yüksek derecede güvenilir kabul edilmektedir (Gürbüz & Şahin, 2016). Elde edilen veriler ışığında ölçeğin güvenilirlik şartını sağladığı görülmüştür. Araştırmanın demografik dağılımları ve frekans yüzdeleri de hesaplanmıştır. Yerel halkın gastronomi turizmi bilgi ve tutum düzeyini belirlemek için hangi boyutlardan oluştuğunu ele almak için faktör analizi yapılmıştır. Farklılıkların ortaya çıkması için bağımsız örneklem T-testi, tek yönlü varyans analizi (F-testi) testi yapılmıştır.

#### 4. BULGULAR

Araştırmaya katılan bireylerin demografik bilgileri Tablo 1’de sunulmuştur. Araştırmaya katılan bireylerin % 53,1’inin kadın, % 73,8’inin bekâr, %66,9’unun 24 yaş ve altı aralığında olduğu görülmektedir. Eğitim durumu bakımından katılımcıların %67,4’ünün lisans mezunu olduğu, meslek açısından ise %65,4’ünün çalışmıyor olduğu görülmektedir. Gelir durumu açısından ise katılımcıların %51,3’ünün 11001 TL ve altında gelire sahip olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 1.** Katılımcıların Demografik Özellikleri

	N	%		N	%		N	%
<b>Cinsiyet</b>			<b>Yaş Durumu</b>			<b>Meslek Durumu</b>		
Erkek	183	46.9	24 ve altı	261	66.9	Çalışmıyor	255	65.4
Kadın	207	53.1	25-34	71	18.2	Özel Sektörü	45	11.5
Toplam	390	100	35-44	27	6.9	Kamu Sektörü	62	15.9
<b>Eğitim Durumu</b>			45-54	10	2.6	Emekli	12	3.1
İlkokul	13	3.3	55 ve üzeri	21	5.4	Ev Hanımı	16	4.1
Ortaokul	12	3.1	Toplam	390	100	Toplam	390	100
Lise	24	6.2	<b>Medeni Durum</b>			<b>Gelir Durumu</b>		
Ön lisans	52	13.3	Bekar	288	73.8	11000 TL ve altı	200	51.3
Lisans	263	67.4	Evli	54	13.8	11001-15000 TL	48	12.3
Lisansüstü	26	6.7	Boşanmış	17	4.4	15001-20000 TL	49	12.6
Toplam	390	100	Dul	16	4.1	20001-25000 TL	21	5.4
			Ayrı Yaşayan	15	3.8	25001-30000 TL	30	7.7
			Toplam	390	100	30001TL ve üzeri	42	10.8
						Toplam	390	100

Yerel halkın gastronomi turizmine ait tutum ve bilgi düzeylerine dair algılarının faktör analizi sonuçları Tablo 2’de yer almaktadır. Yapılan faktör analizi neticesinde, analizin geçerliliğini gösteren KMO ve Bartlett katsayılarının yeterli düzeyde olduğu görülmüştür. Faktör analizi neticesinde öz değer olarak birden büyük beş adet faktör elde edilmiştir. Asıl ölçeğinde dört faktör için yapılmış olan içerik analizi sonucunda düşük yüklenme değerine (<.40) sahip bir ifade (“*Elimde olsa Ağrı’da gitmek isterim*”) bir sonraki faktör analizi sürecinde değerlendirmeye alınmamıştır. Kalan 24 ifadenin faktör analizine alınması ile yüklenme değeri .40’ın ve öz değeri 1’in üzerinde toplam varyansın yaklaşık % 61, 254’ünü açıklayan beş faktör elde edilmiştir.

**Tablo 2.** Yöre Halkının Gastronomi Turizmine Yönelik Tutum ve Bilgi Düzeylerinin Faktör Analizi Bulguları

Faktörler	Faktör yükleri	Özdeğer	Açıklanan varyans	Cronba. Alpha
<b>Faktör 1: Aile Bütünlüğü Kaygısı ( <math>\bar{x}</math>= 2.04)</b>		7,737	30,948	.891
13. Gastronomi Turizmi ile birlikte insanlar evlilikten kaçacaktır.	,839			
15. Gastronomi Turizm’inden dolayı çocuklarımızın ahlaki geleceğinden şüphe duyacağız.	,802			
14. Gastronomi Turizmi Ağrı’da fuhşun artmasına sebep olacaktır.	,800			
12. Gastronomi Turizminin insanların aile ve evlilik hayatını olumsuz etkileyeceğini düşünüyorum.	,740			
10. Gastronomi Turizminin boşanmaları arttıracığını düşünüyorum.	,714			
11. Ağrı’da Gastronomi Turizm’inden dolayı kıskançlıkların artacağını düşünüyorum.	,670			

**Tablo 2.** Yöre Halkının Gastronomi Turizmine Yönelik Tutum ve Bilgi Düzeylerinin Faktör Analizi Bulguları (Devamı)

Faktörler	Faktör yükleri	Özdeğer	Açıklanan varyans	Cronba. Alpha
<b>Faktör 2: Kültürel Zenginlik ( <math>\bar{x}</math>= 3.48)</b>		3,226	12,903	.853
19. Gastronomi Turizmi ile başka toplum ve kültürlerle saygı duymayı öğreneceğiz.	,857			
17. Gastronomi Turizmi ile farklı yemek kültürlerini tanıyacağız.	,848			
18. Gastronomi Turizmi yabancı dil öğrenmemize yardımcı olacak.	,806			
20. Gastronomi Turizmi ile daha medeni bir toplum olacağız.	,714			
16. Gastronomi Turizmi insanlarda hoşgörü ortamını artıracak.	,703			
<b>Faktör 3: Öz Değer Yitimi ( <math>\bar{x}</math>= 2.93)</b>		2,237	8,947	.839
2. Ağrı'da tabelalarda yabancı isimler görmek beni rahatsız edecek.	,886			
1. Yabancıların Ağrı'ya yerleşmesi beni rahatsız edecek.	,855			
3. Gastronomi Turizmi ile Türkçe'mizin bozulacağını ve yeterince kullanılmayacağını düşünüyorum.	,851			
<b>Faktör 4: Ayrılıklar ( <math>\bar{x}</math>= 2.25)</b>		1,671	6,685	.770
25. Ağrı'da Gastronomi Turizminin varlığından rahatsızlık duyacağız.	,767			
23. Ağrı'da Gastronomi Turizm'inden dolayı her yerde kalabalık görmekten usanacağız.	,752			
24. Elimde imkân olsa Ağrı'da Gastronomi Turizmi kısıtlarım.	,723			
22. Gastronomi Turizm'inden gelen paranın faydalı olacağına inanmıyorum.	,607			
<b>Faktör 5: Yabancılaşma Kaygısı ( <math>\bar{x}</math>= 2.06)</b>		1,075	4,302	.873
5. Gastronomi Turizminin toplum ahlakını tehdit edeceğini düşünüyorum.	,888			
7. Gastronomi Turizmi ile birlikte inançlarımızı kaybedeceğimizi düşünüyorum.	,779			
6. Gastronomi Turizmi ile birlikte gelenek ve göreneklerimiz kaybedeceğimizi düşünüyorum.	,761			
4. Turistlerin şehir içinde rahat kıyafetiyle gezmesi beni rahatsız edecek.	,714			
9. Gastronomi Turizmi ile birlikte manevi değerlerimizi kaybedeceğimizi düşünüyorum.	,623			
8. Gastronomi Turizminin getireceği para insanlar arasındaki güven ortamını tahrip edecektir.	,569			
Oblimin Rotasyonlu Temel Bileşenler Faktör Analizi: Açıklanan Nihai Varyans: % 63,785; Kaiser-Meyer Olkin Örneklem Büyüklüğü: ,897; Barlett Küresellik Testi (0,00): p<.0,05; Değerlendirme aralığı (Bütün boyutlar için (1) Kesinlikle Katılmıyorum – (5) Kesinlikle Katılıyorum).				

Faktör yapıları ele alındığında, en yüksek varyansı açıklayan faktörün (%30, 948) “aile bütünlüğü kaygısı” olduğu ve altı adet ifadenin bir araya gelmesiyle meydana geldiği görülmüştür. Faktör 2 kültürel zenginlik varyansını (%12, 903) açıklamıştır ve beş ifadeden oluşmuştur. Faktör 3 öz değer yitimi varyansını (%8, 947) açıklamıştır ve üç ifadeden meydana gelmiştir. Faktör 4 ayrılıklar varyansını (% 6, 685) açıklamıştır ve dört ifadeden oluşmuştur. Faktör 5 yabancılaşma kaygısı varyansını (% 4, 302) açıklamıştır ve altı ifadeden meydana gelmiştir. Bu çerçevede ifadelerin alındığı kaynak olan Öner ve Aydoğdu (2019) araştırmasından farklı olarak öz değer yitimi ve yabancılaşma kaygısı faktörü ayrılmıştır.

Araştırmaya dahil olan Ağrı halkının gastronomi turizmine yönelik algı ve bilgi düzeylerinin demografik değişkenler çerçevesinde anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek adına, parametrik testlerden bağımsız örneklem T-testi ve tek yönlü varyans analizi (F) testi yapılmıştır. Testler neticesinde, katılımcıların gastronomi turizmi etkilerine yönelik bilgi ve algı düzeylerinde yaş, medeni durum ve gelir durumu değişkenlerinde anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Cinsiyet, eğitim düzeyi ve meslek durumu değişkenlerinde farklılık bulunmuştur.

**Tablo 3.** Katılımcıların Cinsiyet Değişkenine Göre Bağımsız Örneklem T-Testi

	Cinsiyet	N	Ort.	S.S.	t	p
Yabancılaşma kaygısı	Erkek	183	2,18	0,93	-,090	,929
	Kadın	207	2,19	0,89		
Öz değer yitimi*	Erkek	183	1,93	0,85	-2,974	,003
	Kadın	207	2,20	0,96		
Aile bütünlüğü kaygısı	Erkek	183	1,96	0,95	-1,750	,081
	Kadın	207	2,13	0,92		
Kültürel zenginlik*	Erkek	183	3,65	1,03	3,285	,001
	Kadın	207	3,30	1,07		
Ayrılıklar	Erkek	183	2,42	0,85	,405	,685
	Kadın	207	2,39	0,93		

N: 390; %95 güven aralığı; p<.0,05 anlamlılık düzeyi; \*farklılık olan faktörler

Tablo 3 incelendiğinde, Ağrı’da yaşayan bireylerin gastronomi turizmine yönelik tutum ve bilgi düzeylerinin cinsiyet değişkenine göre iki boyutta (öz değer yitimi ve kültürel zenginlik) farklılaştığı görülmektedir. Yabancılaşma kaygısı, aile bütünlüğü kaygısı ve ayrılıklar alt boyutlarında farklılaşma görülmemiştir. Bu sonuçlar, erkek ve kadın bireyler açısından gastronomi turizmi bağlamında farklılık olduğunu göstermiştir ( $p < 0,05$ ). Cinsiyet değişkeni incelendiğinde, kadın bireylerin öz değer yitimi konusunda daha duyarlı oldukları, kültürel zenginlik konusunda da erkek bireylerin kadın bireylere kıyasla daha önem verdiği görülmüştür.

**Tablo 4.** Katılımcıların Eğitim Değişkenine Göre One-Way Anova Testi Sonuçları

	N	$\bar{X}$	Ss	F	P	Fark
<b>Yabancılaşma kaygısı</b>						
İlkokul	13	2,30	0,95			
Ortaokul	12	1,80	1,14			
Lise	24	2,09	0,89	1,449	0,206	
Ön lisans	52	1,99	0,73			
Lisans	263	2,26	0,93			
Lisansüstü	26	2,06	0,93			
<b>Öz değer yitimi</b>						
İlkokul	13	1,67	0,75			
Ortaokul	12	2,19	0,79			
Lise	24	2,12	0,75	,708	0,618	
Ön lisans	52	1,99	0,95			
Lisans	263	2,06	0,94			
Lisansüstü	26	2,20	0,82			
<b>Aile bütünlüğü kaygısı</b>						
İlkokul	13	2,01	0,85			
Ortaokul	12	2,29	0,95			
Lise	24	2,24	0,86	,585	0,712	
Ön lisans	52	1,98	0,95			
Lisans	263	2,04	0,97			
Lisansüstü	26	1,87	0,71			
<b>Kültürel zenginlik</b>						
İlkokul	13	3,50	0,79			
Ortaokul	12	2,60	1,01			
Lise	24	2,89	1,08	3,669	<b>0,003</b>	<b>6&gt;2</b>
Ön lisans	52	3,50	0,98			
Lisans	263	3,55	1,08			
Lisansüstü	26	3,66	0,89			
<b>Ayrılıklar</b>						
İlkokul	13	2,10	0,84			
Ortaokul	12	2,13	0,56			
Lise	24	2,36	0,75	1,449	0,704	
Ön lisans	52	2,44	0,70			
Lisans	263	2,43	0,94			
Lisansüstü	26	2,40	0,98			

Tablo 4 incelendiğinde, eğitim durumu değişkenine göre kültürel zenginlik boyutunda anlamlı bir farklılık belirlenmiştir. Post-Hoc testi (Tukey ve Scheffe) göz önüne alındığında, lisansüstü grubundaki bireyler gastronomi turizminin kültürel zenginlik oluşturacağını düşünmektedir. Ortaokul mezunlarıyla aradaki farklılığın sebebinin eğitim seviyesi durumu olduğu varsayılmaktadır. Eğitim durumu değişkeni ile yabancılaşma kaygısı, öz değer yitimi, aile bütünlüğü kaygısı ve ayrılıklar boyutları arasında fark bulunamamıştır.

**Tablo 5.** Katılımcıların Meslek Durumu Değişkenine Göre One-Way Anova Testi Sonuçları

	N	$\bar{X}$	Ss	F	P	Fark
<b>Yabancılaşma kaygısı</b>						
Çalışmıyor	255	2,23	0,91			
Özel Sektörü	45	2,02	0,80			
Kamu Sektörü	62	2,16	0,97	,478	0,752	
Emekli	12	2,16	0,84			
Ev Hanımı	16	2,16	1,03			

**Tablo 5.** Katılımcıların Meslek Durumu Değişkenine Göre One-Way Anova Testi Sonuçları (Devamı)

	N	$\bar{X}$	Ss	F	P	Fark
<b>Öz değer yitimi</b>						
Çalışmıyor	255	2,07	0,93			
Özel Sektörü	45	1,96	0,83	,452	0,771	
Kamu Sektörü	62	2,00	0,88			
Emekli	12	2,31	1,04			
Ev Hanımı	16	2,09	0,88			
<b>Aile bütünlüğü kaygısı</b>						
Çalışmıyor	255	2,08	0,98			
Özel Sektörü	45	1,75	0,73	2,313	<b>0,050</b>	<b>4&gt;2</b>
Kamu Sektörü	62	1,97	0,83			
Emekli	12	2,59	0,99			
Ev Hanımı	16	2,12	0,93			
<b>Kültürel zenginlik</b>						
Çalışmıyor	255	3,55	1,07			
Özel Sektörü	45	3,17	1,06	1,851	0,118	
Kamu Sektörü	62	3,54	1,04			
Emekli	12	3,30	0,92			
Ev Hanımı	16	3,13	1,03			
<b>Ayrılıklar</b>						
Çalışmıyor	255	2,46	0,94			
Özel Sektörü	45	2,38	0,88	1,288	0,274	
Kamu Sektörü	62	2,29	0,73			
Emekli	12	2,30	0,69			
Ev Hanımı	16	2,03	0,73			

Tablo 5 incelendiğinde ve Post-Hoc testi (Tukey ve Scheffe) göz önüne alındığında, gastronomi turizminin aile bütünlüğünü koruyacağı düşüncesi emeklilere (0.99) kıyasla özel sektör (0.73) çalışanlarında daha azdır. Bu durumun nedeninin, emekli bireylerin sektörde turistlerle bire bir temasının olmayışından kaynaklı olduğu öngörülmektedir. Meslek grubu değişkeninin yabancılaşma kaygısı, öz değer yitimi, kültürel zenginlik ve ayrılıklar boyutları arasında fark bulunmamaktadır.

**Tablo 6:** Ağrı İlinin Yöresel Yemeklere İlişkin Bulgular

Yemek sıralaması	Yemek isimleri	Puanlama
Yemek 1	Abdiğör Köfte	806 puan
Yemek 2	Ağrı Döneri	588 puan
Yemek 3	Halise	205 puan
Yemek 4	Ağrı Haşıl yemeği	115 puan
Yemek 5	Goşteberg et	62 puan
Yemek 6	Hasude	54 puan
Yemek 7	Ciriş Ketesi	26 puan
Yemek 8	Hengel	21 puan
Yemek 9	Ayranası	14 puan
Yemek 10	Pişi	12 puan
Yemek 11	Kuymak	7 puan

Tablo 6, puanlamaya göre en yüksek puan alan yemekten en düşük puan alan yemeğe göre hesaplanmıştır. Katılımcılara anket sonunda 3 adet kutucuğa Ağrı denildiğinde aklınıza hangi yemekler geliyor yazıyla doldurunuz sorusu yöneltilmiştir. 1. kutucuğa yazılan yemek 3 puan, 2. Kutucuğa yazılan yemek 2 puan ve 3. Kutucuğa yazılan yemek ise 1 puan almıştır. Cevap yazılmayan kutucuk puanının hesaplanması yapılmamıştır. Yazılan yemeğin tekrar sıklığı puan ile çarpılıp çıkan sonuç puanlama yerine yazılmıştır. En yüksek puan Abdiğör köfte “806 puan” ve en düşük puan “7 puan” kuymak olmuştur.

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde turizmin ülkelerin ekonomisine ciddi getiriler sağladığı bilinmektedir. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler için turizm ödemeler dengesine katkı sunmaktadır (Gülbahar, 2008; Çeken vd., 2009; Rasheed vd., 2019; Ramos & Sol Murta, 2023). Bu bağlamda gastronomi turizmi dünya turizm gelirlerinden önemli payı alabilmek için önemli bir turizm çeşidi olarak değerlendirmektedir. Destinasyonların bu noktada önem verdikleri turistik çabalara katılıp sorunları irdelemektedirler (Yeşilyurt & Arıca, 2018). Gastronomik deneyim peşinde olan turistler için bakir yerlerden biri olacak Ağrı ili destinasyonu önemli lezzetleri de bünyesinde barındırmaktadır. Ağrı halkından elde edilen veriler analize tabi tutulmuş ve 5 boyutlu bir yapı ortaya çıkmıştır. Bu boyutlar “Özdeğer Yitimi, Yabancılaşma

*Kaygısı, Kültürel Zenginlik, Aile Bütünlüğü Kaygısı, ve Aykırılıklar*” olarak isimlendirilmiştir. Öner ve Aydoğdu (2019) araştırmasından faydalanılan ölçekte Kastamonu ilinden farklı olarak özdeğer yitimi ve yabancılaşma kaygısı faktörleri ayrılmıştır. Ağrı ilinin bakış açısı olarak 5 boyutta ayrılması literatüre önemli bir katkı sunması beklenmektedir.

Araştırmada yanıtı aranan diğer bir konu bilgi düzeyi olmuştur. Bu çerçevede en çok bilinen yemek “abdigör köftesi” olurken en az bilinen yemek “kuymak” olmuştur. Yerel halk 11 yemek üzerinde durmuştur. Bu yemekler evlerde tüketilmektedir. Yöre yemeklerinin kırmızı et üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Araştırmada Ağrı halkının turiste ve turizme yönelik tutumlarının bazı demografik değişkenlere göre farklılık gösterdiği görülmüştür. Bu farklılıkların meslek ve eğitim düzeyi üzerine olduğu görülmüştür. Ortaokul düzeyi mezunlarla lisansüstü düzeyi mezunlar arasında önemli bir farklılığa rastlanmıştır. Ayrıca emekli bireyler ve özel sektör çalışanları da gastronomi turizmine farklı bakış açılarına sahiptir.

Dışarıdan göç alan iller arasında son sıralarda olan kentin kültürel yapısının farklılaşacağı endişesi çarpıcı bir sonuçtur. Çarpıcı başka bir sonuç, cinsiyet bağlamında ortaya çıkmıştır. Kadın bireyler erkeklere göre özdeğer yitimi konusunda daha yüksek bir sonuçta yanıt verirken, erkek bireyler de kültürel zenginlik konusunda kadın bireylerden yüksek puanlı cevap vermişlerdir. Kadın bireyler gastronomi turizminin özdeğer yitimine yol açacağı kaygısı taşırken, erkek bireyler kültürel zenginlik katacağını düşünmektedir. Henderson (2009) araştırmasında turistlerin yerel destinasyonlarda kaygılarının olduğunu öne sürmüştür. Bu araştırmada bölge insanının kaygıları da ele alınmıştır. Bu bağlamda sadece turistlerin değil hizmet sunanların da kaygılandığı görülmektedir. Testa ve arkadaşları (2019), yerel halkın turizm destinasyonlarının önemli bir parçası olduğunu ve sektörlerin gelişiminde başrol oynadığını belirtmiştir. Araştırma bu yönüyle literatürle benzerlikler taşımaktadır.

Araştırmacı Ağrı ili gastronomi turizmine yönelik çeşitli kamu kurumları, sivil toplum kuruluşları, işletmeler ve araştırmacılar için çeşitli öneriler geliştirmiştir:

- Yerel ürünler ve yemekler için pazarlar kurulmalıdır. Halkın ve turistlerin buralara çekilmesi için uygun ortam hazırlanmalıdır.
- Yerel halkın gastronomi turizmine olan kaygısının konu uzmanları tarafından yerele anlatılması ve ifade edilmesi gerekmektedir. Bu çerçevede yerel halkın bakış açısının değişimi söz konusu olabilmektedir.
- Ticaret odası, esnaf sanatkârlar odası gibi sivil toplum kuruluşları festivaller ve yemeklerin sunumu konusunda girişimde bulunabilirler.
- Restoran işletmeleri yerel ürünleri pazarlayarak turist çekebilirler.
- Restoran işletmeleri turistik ürünleri ve destinasyonun öne çıkan yerlerinin tanıtımıyla diğer turizm faaliyetlerini de yardımıyla olumlu bir sinerji oluşturabilirler.
- Araştırmacıların farklı bölgelerde veya ülkelerde bu yönde çalışmalar yapmaları önerilmektedir.
- Araştırmacılar farklı bölgeleri karşılaştırabilir ve SWOT analizi şeklinde bölgelerin gastronomi turizmindeki durumunu ortaya çıkarabilirler.

## **TEŞEKKÜR**

Bu araştırma, hiçbir kamu, ticari veya kar amacı gütmeyen kurum ya da kuruluştan herhangi bir finansman desteği almamıştır.

## **MENFAAT UYUŞMAZLIĞI**

Yazarın, herhangi bir kurum ya da kuruluş ile finansal çıkar içeren bir ilişkisi ya da katılımı (hibe; eğitim bursları; konuşmacı bürolarına katılım; üyelik, istihdam, danışmanlıklar, hisse senedi sahipliği veya diğer özkaynak payları; ve uzman tanıklığı veya patent lisans düzenlemeleri); bu çalışmada tartışılan konu veya materyallerle ilgili mali olmayan çıkarları (kişisel veya mesleki ilişkiler, bağlantılar, kanaatler veya inançlar gibi) bulunmamaktadır.

## **YAZARLARIN KATKILARI**

H.Ö.Ş.: Yazın taraması, , Yöntem, Analiz ve yorumlama Veri Toplama, Analiz ve yorumlama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme. Kavramsallaştırma, Yazın taraması, Yöntem, Veri Toplama, Analiz ve yorumlama, Yazma - orijinal taslak hazırlama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme, Proje Yönetimi, Danışmanlık, Nihai onayın verilmesi.

## **ETİK BEYAN**

Bu çalışma, 19 Mayıs 2023 tarih ve 2023/05 sayı ile Batman Üniversitesi Etik Kurulu Kararı ile etik olarak onaylanmıştır.



## KAYNAKÇA

- Ab Karim, S., & Chi, C. G. Q. (2010). Culinary tourism as a destination attraction: An empirical examination of destinations' food image. *Journal of hospitality marketing & management*, 19(6), 531-555.
- Acuner, E., & Keskin, C. (2022). Gastronomi turizmi kapsamında lezzetin izinde kokulu üzüm. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 255-271.
- Akkaya, A., & Özcan, C. C. (2019). Türkiye’de gastronomi turizminin ekonomik etkilerinin indeks değerlendirmesi. *International Journal of Social Humanities Sciences Research*, 6(32), 251-267.
- Alzboun, G., Alhur, M., Khawaldah, H., & Alshurideh, M. (2023). Assessing gastronomic tourism using machine learning approach: The case of google review. *International Journal of Data and Network Science*, 7(3), 1131-1142.
- Aydoğdu, A., Okay, E. Ö., & Köse, Z. C. (2016). Destinasyon tercihinde gastronomi turizmi’nin önemi: Bozcaada örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 120-132.
- Bakirci, G. T., Bucak, T., & Turhan, K. N. (2017). Bölge gastronomi turizmi üzerine yöresel ürün festivallerinin etkisi: Urla örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 5(Special Issue 2), 230-240.
- Balderas-Cejudo, A., Patterson, I., & Leeson, G. W. (2019). Senior Foodies: A developing niche market in gastronomic tourism. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 16, 100152.
- Bucak, T., & Aracı, Ü. E. (2013). Türkiye’de gastronomi turizmi üzerine genel bir değerlendirme. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(30), 203-216.
- Chaney, S., & Ryan, C. (2012). Analyzing the evolution of Singapore's World Gourmet Summit: An example of gastronomic tourism. *International journal of hospitality management*, 31(2), 309-318.
- Cordova-Buiza, F., Gabriel-Campos, E., Castaño-Prieto, L., & García-García, L. (2021). The gastronomic experience: Motivation and satisfaction of the gastronomic tourist—The case of Puno City (Peru). *Sustainability*, 13(16), 9170.
- eken, H., Dalgın, T., & Karadağ, L. (2009). Küreselleşme ve uluslararası turizm arasındaki ilişki. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (22), 21-36.
- Dixit, S. K., & Prayag, G. (2022). Gastronomic tourism experiences and experiential marketing. *Tourism Recreation Research*, 47(3), 217-220.
- Doğan, H. & Üngüren, E. (2010). Alanya halkının turizmde sosyo-kültürel açıdan bakışı. *NWSA E-Journal of New World Sciences Academy*, 5(4), 396-415.
- Düzgün, E., & Özkaya, F. D. (2015). Mezopotamya’dan günümüze mutfak kültürü. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 3(1), 41-47.
- Eroğlu, A. (2017). *ok değişkenli istatistik tekniklerin varsayımları. (Ed. şeref Kalaycı), çok değişkenli istatistik tekniklerin varsayımları spss uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri (8. Baskı)*. Ankara: Dinamik Akademi Yayın Dağıtım.
- Ertaş, . (2019). şirnak’ta yaşayan yerel halkın turizmde dönük metaforik algısı. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(70), 720-733.
- Fooladi, E., Hopia, A., Lasa, D., & Arboleya, J. C. (2019). Chefs and researchers: Culinary practitioners' views on interaction between gastronomy and sciences. *International journal of gastronomy and food science*, 15, 6-14.
- Gálvez, J. C. P., Granda, M. J., López-Guzmán, T., & Coronel, J. R. (2017). Local gastronomy, culture and tourism sustainable cities: The behavior of the American tourist. *Sustainable Cities and Society*, 32, 604-612.
- Gheorghe, G., Tudorache, P. & Nistoreanu, P. (2014). Gastronomic tourism, a new trend for contemporary tourism? *Cactus Tourism Journal*, 9(1), 12–21.
- Gülbahar, O. (2008). Turizmin Türkiye’de 1980 sonrası dönemde cari işlemler dengesine etkisi. *Journal of Qafqaz University*, 24, 154-168.
- Gülen, M. (2017). Gastronomi turizm potansiyeli ve geliştirilmesi kapsamında Afyonkarahisar ilinin değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 31-42.
- Gündüz, S. (2018). Yerel halkın turizm algısını belirlemeye yönelik alternatif bir ölçek geliştirme: Karataş destinasyonu örneği, *Journal of Yaşar University*, 13(52), 343-357.
- Gürbüz, S. & şahin, F. (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Felsefe Yöntem Analiz*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Hall, C. & M.R. Michael. (2000). Wine tourism in the Mediterranean: A tool for restructuring and development. *Thunderbird International Business Review*. 42(4), 445-465.
- Henderson, J. C. (2009). Food tourism reviewed. *British food journal*, 111(4), 317-326.
- Hjalager, A., & Richards, G. (2002). *Tourism and gastronomy*. Routledge.
- Hsu, F. C., Liu, J., & Lin, H. (2022). Affective components of gastronomy tourism: measurement scale development and validation. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(9), 3278-3299.
- Ignatov, E., & Smith, S. (2006). Segmenting Canadian culinary tourists. *Current issues in tourism*, 9(3), 235.
- Karakaş, A., & şengün, H. İ. (2017). Yerel halkın turizm faaliyetlerine yönelik tutumları. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(15), 183-202.
- Kivela, J., & Crofts, J.C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy’s influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality and Tourism*. 30(3), 354-377.

- Kokkranikal, J., & Carabelli, E. (2021). Gastronomy tourism experiences: the cooking classes of Cinque Terre. *Tourism recreation research*, 1-12.
- Köroğlu, A., Acun, A., Çözeli, F. E., & Oflaz, M. (2018). Tahtakuşlar mirasının keşfi: yerel halkın tutumları üzerine bir araştırma. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(3), 843-860.
- López-Guzmán, T., Uribe Lotero, C. P., Pérez Gálvez, J. C., & Ríos Rivera, I. (2017). Gastronomic festivals: Attitude, motivation and satisfaction of the tourist. *British Food Journal*, 119(2), 267-283.
- Mestre, R., de La Rosa, J., de Albéniz, I. M., del Castillo, C. D., Baroni, M., & Arbolea, J. C. (2022). Disciplinary interactions in gastronomy R&D teams. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 30, 100609.
- Panas, G., Thrasidi, N., Halkiopoulos, C., & Gkintoni, E. (2022, April). Consumer behavior and cognitive factors in relation to gastronomic tourism and destination marketing in Greece. In *Transcending Borders in Tourism Through Innovation and Cultural Heritage: 8th International Conference, IACuDiT, Hydra, Greece, 2021* (pp. 655-677). Cham: Springer International Publishing.
- Richards, G. (2015). Evolving gastronomic experiences: From food to foodies to foods capes. *Journal of Gastronomy and Tourism*, 1(1), 5-17.
- Manola, M., & Koufadakis, S. X. (2020). The gastronomy as an art and its role in the local economic development of a tourism destination: A Literature Review. *SPOUDAI Journal of Economics and Business*, 70(1-2), 81-92.
- Minihan, C. (2014). *Exploring the culinary tourism experience: An investigation of the supply sector for brewery and restaurant owners*. Colorado State University Press.
- Nesterchuk, I., Balabanyts, A., Pivnova, L., Matsuka, V., Skarha, O., & Kondratenko, I. (2021). Gastronomic tourism: Features and development tools. *Linguistics and Culture Review*, 5(S4), 1871-1885.
- Ramos, L. M., & Sol Murta, F. (2023). Tourism seasonality management strategies—what can we learn from payment data. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 6(3), 1205-1221.
- Rasheed, R., Meo, M. S., Awan, R. U., & Ahmed, F. (2019). The impact of tourism on deficit in balance of payments of Pakistan: An application of bounds testing approach to cointegration. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(4), 325-332.
- Öner, S. & Aydoğdu, A. (2019). Yerel halkın gastronomi turizmine karşı tutum ve bilgi düzeyi: Kastamonu için çıkarımsal bir analiz. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(1), 535-560.
- Özdemir, G., & Altiner, D. D. (2019). Gastronomi kavramları ve gastronomi turizmi üzerine bir inceleme. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 1-14.
- Seyitoğlu, F. (2021). Defining the current position of the gastronomy field in Turkey. *Journal of Culinary Science & Technology*, 19(1), 35-54.
- Sio, K. P., Fraser, B., & Fredline, L. (2021). A contemporary systematic literature review of gastronomy tourism and destination image. *Tourism Recreation Research*, 1-17. <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1997491>
- Şahin, G. G., & Ünver, G. (2015). Destinasyon pazarlama aracı olarak “gastronomi turizmi”: İstanbul’un gastronomi turizmi potansiyeli üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 3(2), 63-73.
- Şeyhanhoğlu, H. Ö., & Kingır, S. (2021). Ağrı destinasyonunun alternatif turizm potansiyeline ilişkin yerel paydaşların bakış açısı. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(1), 619-634.
- Ullah, N., Khan, J., Saeed, I., Zada, S., Xin, S., Kang, Z., & Hu, Y. (2022). Gastronomic tourism and tourist motivation: Exploring northern areas of Pakistan. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(13), 7734.
- Tanrısevdi, A., & Atabey, S. (2020). Mutfak personelinin gastronomik akımlar çerçevesinde gıda tüketim eğilimlerinin değerlendirilmesi. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 23(1), 211-236.
- Testa, R., Galati, A., Schifani, G., Di Trapani, A. M., & Migliore, G. (2019). Culinary tourism experiences in agri-tourism destinations and sustainable consumption—understanding Italian tourists’ Motivations. *Sustainability*, 11(17), 4588.
- Timothy, D. J., & Ron, A. S. (2013). Understanding heritage cuisines and tourism: Identity, image, authenticity, and change. *Journal of Heritage Tourism*, 8(2-3), 99-104.
- Türk Patent Kurumu, (2023). <https://ci.turkpatent.gov.tr/cograf-i-isaretler/liste?il=04&tur=&urunGrubu=&adi=> Erişim Tarihi: 08.09.2023.
- Yeşilyurt, H., & Arıca, R. (2018). Mutfak müzesi ziyaretçilerinin deneyimlerinin incelenmesi: Emine Göğüş Mutfak Müzesi örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 60-70.
- Yong, R. Y. M., Chua, B. L., Han, H., & Kim, B. (2022). Taste your way across the globe: a systematic review of gastronomy tourism literature (2000-2021). *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 39(7-9), 623-650..

## **EXTENSIVE SUMMARY**

### **Introduction**

It is discussed that regions and destinations progress with gastronomy tourism and economic returns are provided. In this framework, Ağrı province is open to development with gastronomy tourism. The products of Ağrı are; Ağrı geven honey, Ağrı hash meal, Ağrı leaf doner and Abdığör meatballs Ağrı stands out with its nature and the foods it grows. It is also in an important position for alternative tourism with the products it offers. The region has a special importance in endemic plants with its flora and fauna. Since the cattle raised in Ağrı consume mountain thyme and rock salt in nature, their meat is delicious. This is reflected in the flavor of the dishes.

The fact that Ağrı province is open to alternative tourism potential has carried it to a more prominent point. On the other hand, the fact that it is easy to reach Ağrı, that the city has an international airport and that it has a border gate by road, and that it has a route with Iran and Azerbaijan (Nakhchivan) can be evaluated positively. Within the framework of these situations, it is necessary to measure the perspective of the people of Ağrı towards gastronomy tourism.

The main purpose of the research is to reveal the attitudes of the people living in the center of Ağrı province within the framework of tourists and gastronomy tourism. In the research, it is also part of the purpose to measure the level of knowledge of individuals living in the center of Ağrı province about local basics..

### **Method**

The aim of the research is to reveal the attitudes and knowledge levels of individuals in Ağrı province towards gastronomy tourism. Collecting information about this new type of tourism especially for Ağrı will answer important questions about gastronomy tourism. The center of Ağrı province, where approximately 210 thousand people live, was selected as the population. As a sample, since it would be difficult to reach the entire population in terms of time and cost, convenience sampling was selected and data were collected from volunteer individuals. For quantitative research methods, it was seen that the number 384 would be sufficient when the main mass is 1,000,000 or more (Gürbüz & Şahin, 2016). A questionnaire form, one of the data collection tools, was used in the study. The questionnaire consists of two parts. The first section includes demographic information, while the second section asks about the gastronomy attitudes and knowledge level of the people of Ağrı. A total of 31 questions were included in the questionnaire. Of these, 6 of them are about demographic information and 26 of them are about the gastronomy attitudes and knowledge level of the people of Ağrı. The research scale was taken from Öner and Aydoğdu (2019).

Reliability analysis test was applied for 26 statements in the research scale and the cronbach alpha coefficient was determined as 0.856. According to the literature, if the Cronbach Alpha coefficient is 0.70 or above ( $0.70 \leq \alpha \leq 1$ ), the scale is considered reliable. Cronbach Alpha coefficients between 0.80 and 1 are considered highly reliable.

### **Finding**

When the data were analyzed, Factor 1, concern for family integrity, which explained the highest variance (30, 948%), consisted of six statements. Factor 2 cultural richness explained the variance (12, 903%) and consisted of five statements. Factor 3 loss of self-worth explained the variance (8, 947%) and consisted of three statements. Factor 4 separations explained the variance (6, 685%) and consisted of four statements. Factor 5 alienation anxiety explained the variance (4, 302%) and consisted of six statements. In this framework, unlike the research of Öner and Aydoğdu (2019), from which the statements were taken, the factor of loss of self-worth and alienation anxiety were separated. Five factors were put forward as a contribution to the literature.

In order to determine whether there is a significant difference in the perception and knowledge levels of the people of Ağrı towards gastronomy tourism within the framework of demographic variables, T-Test and One-Way Anova test from parametric tests were performed. As a result of the tests, no significant difference was found in the age, marital status and income status variables in the knowledge and perception levels of the participants towards the effects of gastronomy tourism. A difference was found in gender, education level and occupational status variables.

### **Conclusion**

Ağrı province destination, which will be one of the virgin places for tourists seeking gastronomic experience, also contains important flavors. In this respect, face-to-face interviews were conducted with 390 people in the city center of Ağrı in order to learn the perspective of the people of Ağrı on gastronomy tourism. The data obtained from the people of Ağrı were analyzed and a 5-dimensional structure emerged. These dimensions were named as "Loss of Self-Worth, Alienation Anxiety, Cultural Richness, Family Integrity Anxiety, and Disagreements". In the scale utilized from Öner and Aydoğdu's (2019) study, unlike Kastamonu, loss of self-worth and alienation anxiety were separated. It is expected that the separation of Ağrı province in 5 dimensions as a perspective will make an important contribution to the literature.

Another issue sought to be answered in the research was the level of knowledge. In this context, the most well-known dish was "abdigör meatballs" while the least well-known dish was "kuymak". Local people emphasized 11 dishes. These dishes are consumed in daily life and at home. It is seen that local dishes focus on red meat. In the study, it was observed that the attitudes of the people of Ağrı towards tourists and tourism differ according to some demographic variables. These differences were found to be based on occupation and education level. A significant difference was found between secondary school graduates and postgraduate graduates. In addition, retired individuals and private sector employees have different perspectives on gastronomy tourism.

Dergi Anasayfası: [ATA Dergisi](#)

# Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi

## Journal of Eurasia Tourism Research

Journal Homepage: [JETouR](#)

### Türk Mutfak Kültürü ve Çorbalar: Gaziantep Örneği

#### Turkish Cuisine Culture and Soups: Gaziantep Example

Ceyhun UÇUK<sup>1</sup>, Mehmet Fatih KAYRAN<sup>2,\*</sup><sup>1</sup>Asst. Prof., Department of Gastronomy and Culinary Arts, Faculty of Tourism, Gaziantep University, Gaziantep, Türkiye<sup>2</sup>Asst. Prof., Department of Hotel, Restaurant and Catering, Halfeti Vacation School, Harran University, Şanlıurfa, Türkiye

## MAKALE BİLGİSİ

## Araştırma Makalesi

## Makale Süreci:

Gönderim : 10 Ekim 2023  
 Düzeltme : 24 Ekim 2023  
 Kabul : 26 Ekim 2023  
 Yayınlanma : 29 Ekim 2023

## Anahtar Kelimeler:

Türk mutfağı  
 Gaziantep mutfağı  
 Çorba  
 Gaziantep yemekleri

## ÖZ

Türk mutfak kültürü yüzlerce yıllık bir geçmişin birikimi ile zenginleşerek günümüze kadar ulaşmıştır. Tarihsel süreçte farklı bölgelerde yaşamını sürdüren Türk toplumunun yeme içme alışkanlıkları, göçebe yaşam biçimi ve yerleşik hayatın izlerini taşıyan Türk mutfak kültürü birçok toplumu etkilediği gibi birçok toplumdaki da etkilenmiştir. Yemeklerin hazırlanış biçimlerinin coğrafya, iklim, inanç gibi unsurlardan etkilendiği düşünöldüğünde içerik, hazırlanış ve sunuluş biçimlerinin de farklı etkenler ile şekillendiğini söylemek mümkündür. Çalışmada Türk mutfak kültüründe önemli bir yere sahip olan Gaziantep mutfağında yer alan çorbalar incelenmiştir. Gaziantep mutfağı üzerine yazılmış yemek kitaplarında yer alan çorba tariflerindeki farklılıklar ve benzerlikler irdelenerek Gaziantep'te hazırlanan çorbaların içerik ve sunumları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu çalışmada döküman analizi yönteminden yararlanılmıştır. Bu bağlamda çalışmada içerisindeki malzemeler ve servis şekilleri yemek kitaplarından derlenen, Gaziantep mutfağında en fazla yapıldığı gözlemlenen on iki çorba çeşidi incelenmiştir. Çalışma sonucunda çorbaların tariflerinde bir tutarlılık olmadığı ve genellikle bakır kaplarda üzerine kızgın yağ dökülerek sunumunun yapıldığı tespit edilmiştir.

[Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi](#) yayını [Bayram KANCA](#) tarafından [CC BY-NC-SA 4.0](#) ile lisanslanmıştır.

## ARTICLE INFO

## Research Article

## Article history:

Received : 10 October 2023  
 Revised : 24 October 2023  
 Accepted : 26 October 2023  
 Available : 29 October 2023

## Keywords:

Turkish cuisine  
 Gaziantep cuisine  
 Soup  
 Gaziantep foods

## ABSTRACT

Turkish culinary culture has reached the present day with the accumulation of centuries-old history. The eating and drinking habits of the Turkish society, which has lived in different regions for hundreds of years, carry traces of both nomadic and settled lifestyles. Turkish culinary culture has influenced many societies and has also been influenced by many societies. Considering that the ways of preparing meals are influenced by factors such as geography, climate, and beliefs, it is possible to say that the content, preparation, and presentation of meals are shaped by various factors. In this study, soups from the Gaziantep cuisine, which holds an important place in Turkish culinary culture, were examined. The differences and similarities in soup recipes found in cookbooks written about Gaziantep cuisine were examined, and an attempt was made to present the ingredients and presentations of the soups prepared in Gaziantep. The method used in this study was a document analysis. In this context, twelve types of soups that are most commonly made in Gaziantep, compiled from cookbooks based on their ingredients and serving styles, were examined. As a result of the study, it was found that there was no consistency in the soup recipes, and generally, the soups were served by pouring hot oil on top in copper bowls.

[Journal of Eurasia Tourism Research](#) by [Bayram KANCA](#) is licensed under [CC BY-NC-SA 4.0](#)

## 1. GİRİŞ

Yiyeceklerin tüketim biçimleri kültürün bir parçasıdır. Her toplum kendi yemek kültürünü şekillendirirken yiyecekleri de kendilerine özgü form ve biçimlerde sunma eğilimindedir. Yiyeceklerin nasıl sunulduğu da gastronominin çalışma alanlarından bir tanesidir. Türk mutfak kültürü yüzlerce yıllık bir birikimin sonucunda meydana gelmiştir. Bu birikimin meydana gelmesinde etkili olan birçok unsur bulunmaktadır. İnanç, coğrafya,

\*Sorumlu yazar / Corresponding author



0000-0003-2809-6430 (C. UÇUK), 0000-0002-2711-7829 (M. F. KAYRAN)



ceyhuncuk@gmail.com (C. UÇUK), fatihkayran@harran.edu.tr (M. F. KAYRAN)

alışkanlıklar, hammaddeye ulaşma imkânı, iklim bu unsurlardan bazılarıdır. Yemek kültürlerinin oluşumunda etkili olan unsurların yiyeceklerin hazırlanış biçimleriyle de ilgili olduğu düşünülmektedir (Birer, 1997: 57).

Yüzlerce yıllık bir birikimin sonucunda ortaya çıkan mutfak kültürlerinde yemek kategorileri arasında önemli yere sahip olanlardan bir tanesi de çorba kategorisidir. Dünyadaki ilk çorba tarifleri 1672 yılında kaleme alınmış yemek kitaplarında yer almaktadır (Çoksaygılı & Başoğlu, 2011). İnsanın anne sütünden sonra ilk tanıştığı besinlerden biri olan çorba doğumdan ölüme kadar en özel zamanlarında tükettiği yemeklerden bir tanesi olmuştur. Günümüzde tamamlayıcı beslenmede en sık kullanılan gıda maddesi (%67.1) çorbadır (Tuncay, Sezer Efe & Erdem, 2022). Su oranı fazla olan yemek olarak tanımlanabilecek çorbalar bu anlamda diğer yemek kategorilerinden keskin bir biçimde ayrılmaktadırlar. Tıbbi anlamda kullanımının da yaygın olduğu dönemlerden, yalnızca çorba işletmelerinin kurulduğu bugüne kadar geçen süreçteki yolculuğu çorbayı önemli kılmıştır. Her yöre ve şehrin kendine has çorbaları bulunmaktadır (Köşker & Özbey, 2021). Türk mutfağının önemli temsilcilerinden bir tanesi olan Gaziantep, çorbaları özelinde de Türk mutfak kültüründe öne çıkan mutfaklardan bir tanesidir. Yemek çeşitliliği bakımından oldukça zengin olan Gaziantep çorbaları açısından da diğer şehirlerden ayrılmaktadır. Bu araştırma kapsamında Türk mutfağında eşine az rastlanır örneklerle sahip olan Gaziantep çorbaları hazırlanışları ve sunumları bakımından incelenmiştir. Literatürde Gaziantep çorbalarına yönelik hazırlanış ve sunum açısından değerlendirme yapan çalışmaya rastlanılmadığından gastronomi literatürüne katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

## 2.KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 2.1. Türk Mutfağı

İnsanoğlu, ilkçağdan itibaren yaşayabilmek ve çevresindekileri yaşatabilmek amacıyla sürekli besin kaynağı aramak durumunda kalmıştır (Artun, 1998: 19). Azadovski (2002) gıdaların tüketilme şekli ve izlenmesi gereken kuralların yanında, atasal gıdaların pişirilme ya da servis edilme biçimlerinin bugünlerde çok değişikliğe uğramakta olduğunu ifade etmektedir. Lezzet temelli mutfak kültürü Neolitik çağda M.Ö. (8000-6000) geliştirilmiştir (Özkök, vd., 2017: 115). Yaşamı boyunca insan yaklaşık yetmiş ton su, on yedi ton karbonhidrat, üç ton protein, iki ton kadar yağ tüketmektedir (Baysal, 2000: 28).

Medeniyetin rahat, güzel ve mutlu yaşamayı sağlamaya yönelik maddi ve manevi eserlerden meydana geldiğini söylemek mümkündür (Kazmaz, 1996: 48). Bir milletin medeniyet seviyesine yalnız mutfak ve evinde kullandığı kap kacaklara bakarak da karar verilebilir (Birer, 1997: 57). Türk mutfağı uygarlık açısından çok önemli bir yere sahiptir. Türkler farklı bölgelerde çeşitli devletlerle birlikte uygarlıklar inşa etmişler ve farklı inanç sistemlerini kabul etmişlerdir. Yeni yerleşim alanlarındaki bitki örtüsünden yararlanmışlar ve yeni yemekler yapmayı öğrenmişlerdir (Artun, 1998: 20).

Beslenme, sağlığın korunarak devamlılığını sağlayan insanın öncelikli gereksinimlerinden birisidir (Arslan, 1997: 29). İnsanın yiyecek ve içecek tüketmesi hem organik hem de kültürel bir olgudur (Aksoy & Tatlı, 1998: 7). Besin maddelerinin farklı yöntemler ile saklanması, pişirilmesi ve sunulması toplumların kültürel özellikleri ile şekillenir (Doğruol, 1996: 5). Yaşamın devam ettirilebilmesi amacıyla tüketilen besin türleri ve hazırlanış biçimleri örf, adet ve geleneklere dayalı bir uygulama olduğundan dolayı beslenme düzeni veya beslenme alışkanlığı da “yemek kültürü” olarak adlandırılmaktadır (Arslan, 1997: 29).

Yemek kültürünü etkileyen ve biçimlendiren unsurların başında; din, coğrafi konum, gelenek ve görenekler gelmektedir (Aksoy & Tatlı, 1998: 8). Farklı ülkelerde tüketilen yiyecek ve içecekler çok büyük farklılıklar göstermektedir (Merdol, 1998: 141).

Türk mutfağı denildiğinde tüm Türk yiyecek ve içecekleri, bu yiyeceklerin hazırlanmasında kullanılan araç gereç ile yemek gelenek ve görenekleri anlaşılmaktadır (Birer, 1997: 57). Gürsoy’a (2013: 85) göre Türk mutfağının zenginliğinden söz ederken Türk sözcüğünü etnik anlamda ele almak doğru olmaz. Gürsoy (2013), Türkiye’nin bugün bulunduğu coğrafyanın mutfağının zenginliği tanımını ön planda tutmanın daha doğru olacağı görüşünü savunmaktadır. Bunu da Anadolu mutfağının Türklerin Anadolu’ya gelmeden önce de var olduğuna ve statik bir mutfak olmamasına bağlamaktadır.

Türk mutfağına ait en eski bilgilere, Tonyukuk adına dikilmiş anıt kitabede rastlanmaktadır. Anıtta yer alan “Geyik yiyerek, tavşan yiyerek avlanıp geçinirdik. Türk ulusunun karnı toktu” ... ifadeleri yer almaktadır (Özen, 1996: 71). Büyük bir coğrafya üzerine dağılmış Türkler uzun tarihsel geçmişlerinden dolayı çok zengin bir mutfak kültürüne sahiptirler (Sürücüoğlu, 2001: 140). Eski Türklerin yaşamı tarıma ve hayvancılığa bağlı idi (Artun, 1998: 19). Türkler ilk çağlardan itibaren birçok farklı millet ile komşuluk ilişkilerinde bulunmuş, onlarla iç içe yaşayarak yiyecek içecek kültürü etkileşiminde bulunmuştur. Böylece birçok farklı yiyecek içecek türü Anadolu insanınca benimsenmiştir (Aksoy & Tatlı, 1998: 8). Türklerin Anadolu’ya yerleşmesi Türk mutfağı için de bir milat olmuştur (Özgen, 2017: 8). Anadolu’nun Avrupa, Asya ve Afrika kıtalarının kavşak noktasında yer alması Türk mutfağına ve dolayısıyla yemek kültürüne de yansımıştır. Farklı coğrafi bölgelerin kavşak noktası olmak yiyecek hazırlama ve

tüketim alışkanlıklarındaki büyük farklılıkları da beraberinde getirmiş ve ortaya çok zengin bir mutfak kültürü çıkmıştır (Bulduk & Yabancı, 2001: 61).

Türk mutfağında yiyecek çeşitleri oldukça fazladır. Yaz aylarında yetişen sebze ve meyveler çeşitli yollarla saklanır ve kış aylarında da tüketilir (Doğruol, 1996: 9). Türk mutfağı dünya mutfakları arasında önemli bir yere sahiptir ve yöresel araştırmalar sonunda çeşit ve tat bakımından ön sıralarda olduğu anlaşılmaktadır (Kazmaz, 1997: 69). Dünyanın neredeyse tamamı tarafından İtalyanlara ait olarak bilinen makarna ilk olarak dünya yemek kültürünün beşığı olarak kabul edilen Orta Asya'daki Türk kavimlerinince yapılmıştır (Tebardar, Aras & Barı, 1998: 145). Dünyanın en zengin üç mutfağından bir tanesi olarak gösterilen Türk mutfağı Cumhuriyet dönemi öncesine göre çok fazla değişime uğramamıştır (Demirgöl, 2018: 123). Bu nedenle de Cumhuriyet öncesinde Türk mutfağında yer alan yiyecek içecekler ile ilgili ulaşılan bilgilerin önemli bir bölümü günümüzdeki Türk mutfağı incelenerek elde edilebilir (Özen, 1996: 72). Türk mutfağının ünü çok çeşitli malzemelerin ve tat vericilerin değişik şekillerde kullanılmasıyla farklı tür ve lezzette yemeklerin üretilmesinden kaynaklanmaktadır (Baysal, 1997: 49).

Türk mutfak kültürü yalnızca yemeğin nasıl yapıldığına ilişkin bilgilerden oluşmamaktadır. Yemek yemeye ilişkin birçok manevi değer, tutum, davranış da zengin Türk mutfak kültürünü oluşturan unsurlar arasında yer almaktadır. Bu da Anadolu'da uzun bir tarihsel gelişim içindeki birikimin oluşturduğu kültürü göstermektedir (Tezcan, 1996: 78).

Değişen yüzyılda farklı faktörler yemek kültürünün de değişmesine neden olmuştur (Arslan, 1997: 34). Batı ile olan etkileşim de Türk mutfağını hızlı bir değişime sürüklemiştir (Artun, 1998: 20). Türk mutfağı ise eski Mısır mutfağını, eski Mısır mutfağı eski Yunan mutfağını, eski Yunan mutfağı Roma mutfağını, Roma mutfağı Fransız mutfağını, Fransız mutfağı ise İngiliz mutfağını etkilemiştir (Cığerim, 2000: 50). XIX. Yüzyılda batı uygarlıkları ile Türklerin yakın ilişkilerinden dolayı Türk mutfağı İngiliz ve Fransız mutfakları etkisi altına girmeye başlamıştır (Akman vd., 2001: 13).

Teknoloji insan hayatına birçok kolaylık getirirse de bazı işlerin insan gücü ile yapılması gerekmektedir (Kalyoncu, 2001: 91). Mutfaktan çıkan yemekler de bunlardan bir tanesidir. Özellikle sosyolojik izlerin silinmemesi gereken alanlardan bir tanesi olan mutfak kültürleri insan gücü ile şekillenerek gelecek kuşaklara aktarılabilirler. Farklı toplumların izlerini taşıyan mutfaklar, coğrafi farklılıklara uygun ürünleri içermeleriyle birlikte farklı servis karakterlerinin de ortaya çıkmasını sağlamaktadırlar (Korkutata, 2017: 31). Osmanlı Sarayı'nda Çeşnicibaşı'nın padişahın yemeklerinin zehirli olup olmadığını anlaşılabilmesi için yemeklerin tadına bakma görevlisi olduğu bilinir. Osmanlı'ya da İran'dan geçen bu uygulama da Çeşnicibaşı tadım tabakları kullanmaktaydı. Bu tadım tabaklarının benzerleri konaklarda, küçük porsiyon yemekler için kullanılmıştır. Daha sonra bu tabakların meze tabağı olarak kullanıldığı görülmektedir (Gürsoy, 2013: 119). Türklerde şehir ve kırsal bölgelerde farklı sofraya adaplarından söz etmek mümkündür. Heper'e (2017) göre, oturanlar dizlerine tüm sofranın etrafını sarabilen ve peçete yerine de kullanılabilen dar örtüler örterler, kentte ise masa da ve ayrı kaplarda yemek yenmektedir. Bu ve benzeri örnekler aynı ülkede genel olarak benzer gelenekler olduğunu gösterdiği gibi, yöresel farklılıkların da Türk mutfak kültüründe farklı sunum tarzları olabileceğini göstermektedir.

## **2.2. Türk Mutfağında Çorba**

Çorba kelimesi Türkçe'ye Farsçadan geçmiştir. Dünyada çorba, yemekler arasında önemli bir yer tutmakta binlerce çeşidi bulunmaktadır. Anne sütünden sonra tanışılan yemekler arasında yer alan çorba yüzyıllar içinde çeşitli biçimlerde şekillenen bir yemek çeşidi olmuştur (Özdemir Yaman, 2022). Çorba özellikle Asya ülkeleri başta olmak üzere vazgeçilmez yemekler arasında yer almaktadır (Berik vd., 2022). İçerisindeki su oranı yüksek yiyecekler çorba olarak adlandırılmaktadır. Yılmaz ve Erden'e (2017) göre çorba, mideyi rahatlatan ve ana yemekten tüketilen zengin besinlerin kullanıldığı bir başlangıç yiyeceğidir. Çorba her öğünde tüketilebildiği için beslenmede önemli bir yere sahiptir. Batı kültüründe her ne kadar iştah açıcı olarak tüketiliyor olsa da Türk mutfağında çorba başlı başına bir yemek olarak tüketilmektedir (Arlı & Gümüş, 2007)

Türk mutfağında çorba oldukça önemli bir yere sahiptir. Tarihsel süreç içerisinde Orta Asya bozkırlarından, Anadolu'da kurulan ilk beyliklere kadar uzanan geniş bir coğrafyada çorba her dönemde Türk mutfağındaki önemini korumuştur (Yerasimos, 2010). Divanü Lugat-it Türk'ten, Kaygusuz Abdal şiiirlerine, Bağdadî'nin Kitabü't-Tabih'inden, Şirvani eserlerine, Evliya Çelebi'nin seyahatnamesinden Alman seyyah Hans Dernschwam'ın notlarına kadar pek çok kaynakta Türk mutfağında yer alan çorbalara rastlamak mümkündür (Özdemir Yaman, 2022). Türklerin en sevdikleri çorbalar ise yoğurt ve tarhana çorbalarıdır (Çolakoğlu, 1977). Türk mutfağında yer alan çorbalardan birçoğu tarihsel süreç içerisinde öz tariflerini korumuşlardır. Bunlar arasında oğmaç, toyga, tarhana ve katık gibi çorbalar örnek olarak gösterilebilir (Gök, 2022).

Coğrafi işaretli ürünler arasında gastronomi alanında işlenmiş ürünlerden sonra en çok yemek ve çorbalar yer almaktadır. Yemekli toplantılarda, geçmiş dönemlerde iyileştirici etkisinden dolayı tıp alanında, bayram, düğün, nişan gibi özel günlerde tüketilen bir yemektir. Türk mutfağında et, tavuk, paça, ayak, kelle, sebze, meyve, süt,

yumurta, balık, deniz ürünleri, kuruyemiş, tahıl, baklagil, ot gibi neredeyse her şeyden çorba yapılmaktadır. Bu çeşitlilik Türk mutfağının özgünlüğünü yansıtmaya açısından en ayırt edici unsurlardan bir tanesidir. Çorba Türk mutfağında her öğünde, günün her saatinde tüketilebilen bir yemek çeşididir. Bunun yanında her dönemde her mevsimde tüketilen bir yemek olmuştur. (Boz, 2017; Bucak, 2017; Yayla & Yayla, 2019; Demirel & Karakuş, 2019; Özdemir Yaman, 2022; Pulluk & Örnek, 2022; Uslu & Yılmaz, 2022; Pulluk, 2022; Ekincek, 2022).

### 2.3. Gaziantep Mutfağı ve Çorbalar

Türk mutfak kültüründe önemli bir yere sahip olan Gaziantep mutfağını diğer mutfaklardan ayıran en temel özelliği yemek çeşitliliğindeki zenginliktir. Bu zenginliğini ise bağlı bulunduğu coğrafya, iklimi, bitki örtüsü ve üretim biçimi gibi faktörlerden almaktadır (Uçuk & Kayran, 2020; Yazgan Serinkaya, 2017). Antep'te yemek yemek sadece karın doyurmak demek değildir (Sargın, 2013). Gaziantep mutfağı Türkiye'nin, hatta Doğu Akdeniz'in en zengin mutfaklarından bir tanesidir (Çavuşoğlu, 1994). Gaziantep, eti, yağı, baharatı ve salçası bol bir beslenme alışkanlığına sahiptir. Genelde biber ve domates salçası yemeklerde birlikte kullanılmaktadır. Yemeklerde yaygın olarak kuzu ve koyun eti kullanılmaktadır. (Sabbağ, 2015).

Antep'te çorbanın başlı başına bir yemek olduğundan söz eden Sargın'a (2013) göre çorba, yanına piyaz ve salata konularak öğün haline getirilir. Kaynaklarda Gaziantep çorbalarının sayısı ile ilgili net bir sayı olmamakla birlikte farklı sayıda çorbaya ulaşmak mümkündür. Şengül, Çakır ve Çakır'a (2015) göre, Gaziantep'e özgü maş çorbası, bulgurlu alaca çorba, öz çorba, malhuta çorbası, şirinni çorba, keme çorbası, ezo gelin çorbası, kıymalı çorba, deövmeli alaca çorba, lebeniye çorbası, tarhana çorbası, bulgur çorbası, fıstıklı çorba, yuvalama çorbası ve katma çorbası olmak üzere on beş çorba bulunmaktadır. Eskiden genellikle çorbalar ana öğün olarak tüketildiğinden tok tutması ve besleyici değerinin yüksek olmasına dikkat edilir, bazı çorbalar bu yüzden lapa kıvamında pişirilirdi. Gaziantep'te yapılan malhitalı aş buna buna örnek olarak gösterilebilir (Özsabuncuoğlu & Gök, 2009).

### 3. YÖNTEM

Türk mutfağında çok özel bir yer tutan çorbanın, şehir mutfakları özelinde incelenmesi gereken bir konu olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda bu araştırmada gastronomi alanında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'nda Türk mutfağını temsil eden ilk şehir olma özelliğine sahip Gaziantep'in çorbaları araştırma kapsamına alınmıştır. Bu kapsamda Gaziantep'e özgü on iki çorba çeşidi incelenmiştir. Verilerin ikincil kaynaklara dayanması sebebiyle çalışma için derginin etik ilkeler ve yayın politikası doğrultusunda Etik Kurul onayına ihtiyaç duyulmamıştır. Bu bağlamda Gaziantep'e özgü çorbalar farklı kaynaklardan doküman analizi yöntemi ile analiz edilmiş ve bulgular derlenmiştir. Çalışmada Gaziantep mutfağı hakkında yazılmış kaynaklarda ortak olarak yer aldığı saptanan on iki çorbaya yer verilmiştir.

### 4. BULGULAR

İncelenen eserlerin analizi sonucu elde edilen çorbalara, içeriklerine ve sunum bilgilerine yönelik bulgular aşağıda başlıklar halinde sunulmaktadır.

**Tablo 1.** Gaziantep Çorbalarına Yönelik İncelenen Kaynaklar

Yazar	Yıl	İncelenen Çalışmalar
Güzelbey, R.	2009	Şiveydiz.
Özsabuncuoğlu, İ., & Gök, İ.	2009	Gaziantep-Halep mutfak kültürü ve yemekleri: benzerlikler ve farklılıklar
Sargın, Ş.	2013	En Güzel Antep Ev Yemekleri
Tan, A. Ö.	2014	Güneşin ve Ateşin Tadı
Çancı, H.	2017	Tüketiciler ve üreticiler için farklı bir baklagil: maş fasulyesi vigna radiata

#### 4.1. Beyran



**Fotoğraf 1.** Beyranın Ön Hazırlığı, **Fotoğraf 2.** İçilmeye Hazır Halde Beyran



Koyunun kol, but, sırt eti (Güzelbey, 2009: 159) ya da gerdan (boyun) kısmından elde edilen eti (Tan, 2014: 14), iç yağı, sarımsak, pirinç, karabiber, pul biber ve ilikli kemik kullanılarak hazırlanan ve bazı kaynaklara göre çorba kategorisinde değerlendirilmeyen beyran, su oranının fazla olması dolayısıyla çorba olarak değerlendirilebilecek bir yemek çeşididir. Fotoğraf 1’de görüldüğü üzere bakır kaplarda servis edilen beyran sipariş üzerine hazırlanan bir yemektir. 10-12 saat boyunca kaynatılan et, suyu süzülerek başka bir kaba alınır, yağları ayıklanır ve didiklenir, pirinç tuzlu suda dişe gelecek şekilde pişirilerek bekletilir. Kerpetenle tutulan bakır sahanda yağ eritilir, süzölmüş et suyu, sarımsak, pirinç ve etin karıştırılması ile hazırlanır. Üzerine Fotoğraf 2’deki gibi kırmızı pul biber ve et suyu ilave edilerek, sıcak bir şekilde tüketilmektedir (Güzelbey, 2009: 159; Tan, 2014: 14).

#### 4.2. Öz orba

İçerisine aşurelik buğday (dövme), (Tan, 2014: 18) ya da yarma, süzme yoğurt, et ya da kemik suyu, yumurta, antep fıstığı, sadeyağ, tuz, karabiber, toz kırmızıbiber (Sargın, 2013: 57), badem içi (Güzelbey, 2009: 53) ve tarçın (Tan, 2014: 18) konularak hazırlanan öz çorba adını yarmanın süzekten geçirilip özünün çıkarılarak hazırlanması prensibinden almaktadır (Sargın, 2013: 56). Islatılan dövme pişirilir ve süzekten geçirilir. Üzerine et suyu ilave edilerek pişirilir, süzme yoğurt yumurta ile karıştırılır ve çorbaya eklenir. Fıstık, badem, ısıtılmış yağın içerisine pul biber karıştırılır ve çorbaya ilave edilerek sıcak bir şekilde bakır kap içerisinde servis edilir (Güzelbey, 2009: 53, Sargın, 2013: 57, Tan, 2014: 18).



Fotoğraf 3. Öz orba

#### 4.3. Malhita orbası

Kırmızı mercimek Gaziantep’te malhita ismiyle de adlandırılmaktadır. Tan’a (2014) göre “ekşili” ya da “eşgili” olarak adlandırılan bu çorba bol sarımsaklı ve limonlu yapılır. Ekşili ya da ekşisiz olarak hazırlanan çorba; içerisine kırmızı mercimek, pirinç, domates salçası, tereyağı, biber salçası, sarımsak, kuru nane, pul biber, limon suyu (Güzelbey, 2009: 49), su, tuz, sadeyağ ya da tereyağ (Tan, 2014: 21) veya zeytinyağı (Sargın, 2013: 56) konularak hazırlanmaktadır. Mercimek ve pirinç birlikte haşlanır, salça ve tuz eklenir, içerisine dövölmüş sarımsak ve limon suyu, biber ile nane eklenerek servis edilir.



Fotoğraf 4. Malhita orbası

#### 4.4. Tarhana orbası

Antep’te köylerde kullanılan tarhana Maraş tarhanası ile benzerlikler göstermekte, dövme ve yoğurttan elde edilmektedir (Sargın, 2013: 58), arşıdan hazır alınabileceği gibi evde de kolayca yapılabilir (Tan, 2014: 22). Tarhana, nane, sadeyağ, tuz (Sargın, 2013: 58), su, sarımsak, tarhun (Tan, 2014: 22), yoğurt konularak hazırlanan tarhana orbası genellikle kızgın yağ ile nanenin eklenmesi ile servis edilir. Tarhunun kullanıldığı servislerde tarhun elde ovuşturularak (Tan, 2014: 22) ya da küötlöylek çorbanın üzerine eklenir. Eskiden bu çorba ile Antep pekmezinin tüketildiği de bilinmektedir (Sargın, 2013: 59).



**Fotoğraf 5.** Tarhana Çorbası

#### 4.5. Maş Çorbası

Maş fasulyesi *Vigna radiata* (L.) Wilczek Syn. fasulyesinin sinonimi (*Phaseolus radiatus* L. *P. aureus* Roxb.) olarak tanımlanmaktadır. İngilizce de mung bean, green gram ve golden gram isimleri ile bilinmektedir. Bitkinin Madran (1984) tarafından Türkçe olarak maş ve mung fasulyesi olarak adlandırılmıştır. Bazı yörelerde cin börülcesi, şeytan börülcesi olarak yöresel isimlerle adlandırılmaktadır (Çancı, 2017: 351).

Maş Gaziantep'te özel bir yere sahiptir (Tan, 2014: 23). Çorbanın içerisine maş, dolmalık kuru biber, pirinç, tarhun, kuru soğan, tereyağ ya da sadeyağ, kırmızı pul biber (Güzelbey, 2009: 52), limon, tuz, karabiber, salça (Sargın, 2013: 60) konularak hazırlanır. Maş çorbasının servisinde kızgın yağ içerisinde tarhun ve kırmızıbiber (Tan, 2014: 23) ya da kızdırılmış sadeyağ içerisine pul biber, tarhun, karabiber ve limon kullanılır (Sargın, 2013: 60).



**Fotoğraf 6.** Maş Çorbası

#### 4.6. Yoğurtlu Dövme (Dögme) Çorbası

Dövme (dögme) çorbası içerisine dövme, süzme yoğurt, nohut, sadeyağ ya da tereyağ, karabiber, tarhun (Güzelbey, 2009: 59), un, yumurta, nane (Sargın, 2013:59), su ve tuz (Tan, 2014) konularak hazırlanan ve soğuk olarak da tüketilen bir çorbadır. Servisinde kızdırılmış yağ içerisine karabiber (Güzelbey, 2009: 59), nane (Sargın, 2013: 59), ya da tarhun (Tan, 2014: 24) ilave edilir. Genellikle lahmacun ya da köftelerle sıcak bir şekilde tüketilir (Özsabuncuoğlu & Gök, 2009: 39).



**Fotoğraf 7.** Yoğurtlu Dövme Çorbası

#### 4.7. Pazılı Lebeniye orbası

Lebeniye orbası özellikle Güneydoğu Anadolu bölgesinde yapılan bir çorbadır. Çorbanın içeriğinde kıyma, pirinç, sarımsak, nohut, pazı, su, süzme yoğurt, yumurta, tuz, karabiber, yenibahar, tereyağı, nane (Tan, 2014: 25), un, sadeyağ (Sargın, 2013: 53) bulunmaktadır. Servisi yapılırken, kızdırılmış yağ içerisine nane konulur ve çorbanın üzerinde gezdirilir (Sargın, 2013: 53) ardından karabiber ilave edilir (Güzelbey, 2009: 51).



Fotoğraf 8. Pazılı Lebeniye orbası

#### 4.8. Yoğurtlu orba

Bir diğer adı da hasta orbası olan yoğurtlu çorbanın içerisinde pirinç, süzme yoğurt, sadeyağ ya da tereyağ, kırmızı pul biber, kuru nane, yumurta, kekik, karabiber (Güzelbey, 2009: 58), tuz ve zeytinyağı (Tan, 2014: 25) kullanılmaktadır. Servisinde ise üzerine kızdırılmış yağ içerisinde kuru nane ve karabiber (Tan, 2014: 25) ya da kırmızı pul biber gezdirilir (Güzelbey, 2009: 58).

#### 4.9. Yoğurtlu Un orbası

Un orbası Türkiye'nin her yerinden farklı olarak Gaziantep'te yoğurt ile yapılır ve yoğurdun mayhoşluğu tadında hissedilir. orbada un, tavuk ya da et suyu, süzme yoğurt, yumurta, sadeyağ veya tereyağ, kırmızı toz biber, karabiber (Güzelbey, 2009: 60), süt, tuz ve isteğe bağlı olarak antep fıstığı ve badem bulunur (Tan, 2014: 26). orba servis edilmeden önce kızgın yağ içerisine kırmızı biber eklenir ve çorbaya ilave edilir, ardından karabiber çorbaya eklenir ve servis edilir. Çorbanın servisininin zenginleştirilmesi adına zarlarından ayrılmış badem ve antep fıstığı yağda çevirilerek çorbaya ilave edilebilir (Tan, 2014: 26).



Fotoğraf 9. Yoğurtlu Un orbası

#### 4.10. Börek orbası

Börek orbası olarak da adlandırılan çorbanın içerisinde kuşbaşı et, süzme koyun yoğurdu, yumurta, un, sadeyağ, tuz, karabiber, nane, kıyma, kuru soğan (Sargın, 2013: 47) nohut (Tan, 2014: 27) bulunur. Hazırlanan çorbanın üzerine kızdırılmış yağ ile nane ve karabiber ilave edilir ve sıcak bir şekilde servis edilir.



Fotoğraf 10. Börek orbası

#### 4.11. Alaca Çorba

Alaca çorba yörede oldukça fazla tüketilen bir yemek çeşididir. Alca çorbada dövme, nohut, siyah mercimek, su, soğan, taze veya kuru dolmalık biber, kuru tarhun, tuz, karabiber, kırmızı pul biber, sıvı yağ (Özsabuncuoğlu & Gök, 2009: 37), kahverengi ya da yeşil mercimek, domates ve biber salçası, sumak ekşisi veya limon (Sargın, 2013: 49), tereyağı, toz biber (Tan, 2014: 28), sadeyağ (Güzelbey, 2009: 47) bulunmaktadır. Üzerine tarhun, konulan çorbaya pul biberli kızdırılmış yağ ilave edilir (Tan, 2014: 29), isteyenlere ayrıca limon ve kırmızı pul biber verilebilir (Güzelbey, 2009: 47). Pirinç ilave edilebilir, pekmez veya reçelle servis edilebilir (Özsabuncuoğlu & Gök, 2009: 37). Sargın (2013: 50) alaca çorbanın üzerine gezdirilen yağın renginin Fotoğraf 11'deki gibi canlı olmasının öneminden söz ederken bunun için yağa konulacak nane, tarhun, pul biber ve haspir gibi baharatların bir kepeğe konulması, küçük bir tavada ısıtılan yağın kepeğe dökülmesi ve hemen ardından tencereye ilave edilmesi gerektiğini belirtmektedir.



Fotoğraf 11. Alaca Çorba

#### 4.12. Şirinli (Muni) Çorba

Çorbanın adı piriçli şirinli şorba (Sargın, 2013: 65) olarak da anılmakta ve dövmeli olarak da yapılmaktadır. Çorbanın içerisinde pirinç, nohut, şeker, pekmez, ceviz, antep fıstığı, tarçın (Sargın, 2013: 65-66), üzüm pekmezi, rezene (Güzelbey, 2009: 54), su (Tan, 2014: 29) bulunmaktadır. Genellikle bahar ve kış aylarında tüketilen çorba kaselere boşaltıldıktan sonra üzerine tarçın serpilir, ceviz ve fıstık (Sargın, 2013: 66), ezilmiş rezene ve ceviz (Güzelbey, 2009: 54; Tan, 2014: 29) eklenerek sıcak ya da ılık olarak servis edilir.



Fotoğraf 12. Şirinli Çorba

### 5. SONUÇ

Türk mutfak kültüründe önemli bir yere sahip olan Gaziantep mutfağı yüzlerce yıllık birikimin ve birçok farklı kültürün etkisi ile ortaya çıkmıştır. Ulusal düzeyde önemli bir yere sahip olan Gaziantep mutfağı 2015 yılında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılarak uluslararası düzeyde de önemli bir konuma gelmiştir. Ancak bu derece öneme sahip olan mutfak kültürüne ait Gaziantep yemeklerinin tariflerinin farklı şekillerde yapıldığı görülmektedir. Çalışma kapsamında incelenen yemek kitaplarında da durum farklı değildir. Yemek kitaplarında aynı yemeklerin tariflerinde farklılıklar tespit edilmiştir. Aynı yemeğe ait tariflerin farklılık göstermesi, Gaziantep yemeklerinin gerçek tariflerinin ortaya konulabilmesini ve korunarak sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesini güçleştirmektedir. Çeşitli yemek kitaplarının yazarlarının ortak çalışmalarında yer alan tarifler ile bireysel çalışmalarını sonucu ortaya koydukları kitaplarda yer alan yemek tarifleri birbirinden farklı hammadde, hazırlanış biçimi ve sunum şekilleri

içermektedir. Bu durum çalışma kapsamında ele alınan Gaziantep'e ait on iki çorba çeşidinde de benzerlik göstermektedir.

Çalışmada ortaya konan bir diğer konu çorbaların sunum Şekilleri üzerinedir. Çalışma kapsamında incelenen çorbaların bir çoğunun sunumunda bakır kapların kullanıldığı tespit edilmiştir. Bu anlamda sunum konusunda otantiklik ve gelenekselliğin korunarak devam ettirildiği grlmektedir. Aynı zamanda servisten önce çorbaların üzerine kızgın yağ gezdirilerek sunumunun yapıldığı sonucuna varılmıştır.

Araştırma kapsamında ortaya çıkarılan aynı yemeklerin farklı reçetelere sahip olması UNESCO yaratıcı Şehirler ağında gastronomi temasına sahip olan bir Şehir için eksiklik olarak görülebilir. Hazırlanan benzer çorbaların hazırlanış ve sunuş açısından farklılık göstermesi bu değerlerin sonraki nesillere özünden uzak Şekilde aktarılmasına sebep olabilecektir. Bu durumun Şehrin gastronomi kültürünün sürdürülebilir Şekilde devam etmesine de engel olacağı söylenebilir. Aynı zamanda aynı yemekleri farklı tarif ve sunumlar ile deneyimlenmesi tüketicilerin gastronomik deneyimlerini olumsuz etkileyebilecektir. Bu erevde bu yemeklerin hazırlanış ve sunumlarına yönelik reçeteler hazırlanma nerisi getirilebilir. Bu kapsamda birincil kaynaklara ulaşılarak, akademisyen ve sektör temsilcilerinin destekleri ile çalışmalar düzenlenebilir. Yine bu ürünlere yönelik coğrafi işaretleme konusunda çalışmalar yapılarak yemeklerin hazırlanışı ve sunumu konusunda bir standart yakalanabilir. Aynı zamanda UNESCO yaratıcı Şehirler ağında bulunan diğer Őehirlerin yemek reçetelerini inceleyen benzer bir çalışma yapılarak kıyaslama yapılması alana katkı sağlayacağı dşnlmektedir.

Gaziantep'te yemeklerin içerik, hazırlanış biçimleri ve sunum biçimleri ile ilgili çalışmaların yetersiz olduğu ve bu durumun çorbalar için de benzer olduğu gözlenmiştir. Günümüzde yemeklerin nasıl sunulduğunun artan önemi göz önünde bulundurulduğunda genelde Türk mutfak kültüründe yer alan yemeklerin, özelde ise Gaziantep yemeklerinin nasıl sunulduğu da önemli grlmektedir. Bu bağlamda disiplinlerarası çalışmaların artırılması ve Türk mutfak kültüründe yer alan yemeklerin içerik, hazırlanış ve sunum biçimleri ile ilgili çalışmaların gerçekleştirilmesi gerektiği dşnlmektedir. Bununla beraber Gaziantep mutfağının tarihsel süreç içerisinde farklı sunum tekniklerine sahip olup olmadığının araştırılması gerekmektedir.

## TEŞEKKÜR

Bu araştırma, hiçbir kamu, ticari veya kar amacı gütmeyen kurum ya da kuruluştan herhangi bir finansman desteği almamıştır.

## MENFAAT UYUŞMAZLIğI

Yazarların, herhangi bir kurum ya da kuruluş ile finansal çıkar içeren bir ilişkisi ya da katılımı (hibe; eğitim bursları; konuşmacı bürolarına katılım; üyelik, istihdam, danışmanlıklar, hisse senedi sahipliği veya diğer öz zkaynak payları; ve uzman tanıklığı veya patent lisans düzenlemeleri); bu çalışmada tartışılan konu veya materyallerle ilgili mali olmayan çıkarları (kişisel veya mesleki ilişkiler, bağlantılar, kanaatler veya inançlar gibi) bulunmamaktadır.

## YAZARLARIN KATKILARI

C. U.: Kavramsallaştırma, Literatür taraması, Yöntem, Veri toplama, Analiz ve yorumlama, Yazma - orijinal taslak hazırlama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme, Proje yönetimi, Nihai onayın verilmesi.; M. F. K.: Kavramsallaştırma, Literatür taraması, Yöntem, Veri toplama, Analiz ve yorumlama, Yazma - orijinal taslak hazırlama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme, Nihai onayın verilmesi.

## ETİK BEYAN

Bu alışma için Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi (ATA Dergisi) **Etik İlkeler ve Yayın Politikası** doğrultusunda Etik Kurul onayına ihtiyaç duyulmamaktadır.

## KAYNAKÇA

- Aintab Gaziantep Yöresel Yemekleri (2018). Şirinli (muni) orba. <https://www.facebook.com/1406531516330815/posts/1937660306551264/>
- Akman, M., Şeker, E., etinkaya, A. Ő., Kozak, İ., & Yardımcı, P. (2001). *Silifke yöresi geleneksel yemeklerinin tespiti ve Türk mutfağına kazandırılması*. K. Toygar içinde, *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar* (s. 9-54). Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları.
- Aksoy, M., & Tatlı, T. (1998). *Hatay yemek kültürü ile il merkezindeki dini grupların beslenme alışkanlıkları*. K. Toygar içinde, *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar* (s. 7-18). Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları.
- Arlı, M., & Gümüş, H. (2007). Türk mutfak kültüründe orbalar. *Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika alışmaları Kongresi*, (s. 143-158). Ankara.
- Arslan, P. (1997). *Toplumun geleneksel yemek kültürünün değişimi-hızlı hazır yemek sistemine (fast food) geçiş*. K. Toygar içinde, *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar* (s. 29-34). Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları.

- Artun, E. (1998). *Adana mutfağın kültürü*. K. Toygar içinde, *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar* (s. 19-52). Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları.
- Azadovski, M. (2002). *Sibirya'dan bir masal anası*. Ankara: Kültür Bakanlığı.
- Baysal, A. (1997). *Türk mutfağında mercimek ve nohut yemekleri*. K. Toygar içinde, *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar* (s. 49-55). Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları.
- Baysal, A. (2000). *Türk ve Çin mutfağının karşılaştırılması*. K. Toygar içinde, *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar* (s. 27-33). Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları.
- Berik, N., Çankırlıgil, E. C., Ormancı, H. B., & Akyıldız, A. (2022). Çanakkale Boğazi'nden toplanan deniz marulu (*Ulva rigida*)'nun mevsimsel besin içeriğinin belirlenerek salata ve çorba olarak değerlendirilmesi. *Food&Health*, 8(2), s. 127-140.
- Birer, S. (1997). Tarihsel gelişim süreci içerisinde Türk mutfak mimarisi, araç-gereçlerin değişimi ve bugünkü durumu. K. Toygar içinde, *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar* (s. 57-63). Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları.
- Boz, M. A. (2017). *Yozgat Yöresinde kaz eti ara-aşı (arabaşı) çorbası ve yemekleri*. II. Uluslararası Bozok Sempozyumu: Yozgat'ın Turizm Potansiyelleri ve Sorunları. III. Cilt, s. 84-89. Yozgat: Bozok Üniversitesi.
- Bucak, T. (2017). *Yozgat ilinin gastronomi turizmi potansiyeli*. II. Uluslararası Bozok Sempozyumu: Yozgat'ın Turizm Potansiyelleri ve Sorunları. III. Cilt, s. 127-147. Yozgat: Bozok Üniversitesi.
- Bulduk, S., & Yabancı, N. (2001). *Etlı kabak çiçeği dolması*. K. Toygar içinde, *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar* (s. 61-65). Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları.
- Çiğirim, N. (2000). *Batı ve Türk mutfağının gelişimi, etkileşimi ve yiyecek-içecek hizmetlerinde türk mutfağının yerine bir bakış*. K. Toygar içinde, *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar* (s. 49-61). Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları.
- Çancı, H. (2017). *Tüketiciler ve üreticiler için farklı bir baklagil: maş fasulyesi vigna radiata (L.) Wilczek*. 1. Tarım ve Gıda Etiği Kongresi Yayını, (s. 351-353). Ankara.
- Çavuşoğlu, M. (1994, Aralık). *The cuisine of Gaziantep*. *Skylife Dergisi*, s. 48-52.
- Çoksaygılı, N., & Başoğlu, F. (2011). *Bursa Piyasasında satılan hazır toz çorbaların mikrobiyolojik ve bazı kimyasal özellikleri*. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 25(1), s. 87-95.
- Çolakoğlu, M. (1977). *Türk kuru çorbaları üzerine araştırmalar*. TÜBİTAK Marmara Bilimsel ve Endüstriyel Araştırma Enstitüsü II. Gıda ve Beslenme Sempozyumu (s. 320-328). İstanbul: TÜBİTAK.
- Dalby, A., & Grainger, S. (2001). *Antik çağ yemekleri ve yemek kültürü*. (B. Avunç, Çev.) İstanbul: Homer Kitabevi ve Yayıncılık.
- Demirel, H., & Karakuş, H. (2019). *Balıkesir yeme içme kültürü ve değişimi üzerine bir alan araştırması*. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), s. 1383-1404.
- Demirgöl, F. (2018). *Çadırdan saraya Türk mutfağı*. *Uluslararası Türk dünyası turizm araştırmaları dergisi*, 3(1), 105-125.
- Doğruol, H. (1996). *Ayaş geleneksel halk mutfağı ve yemekleri üzerine bir deneme*. K. Toygar içinde, *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar* (s. 5-47). Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları.
- Ekincek, S. (2022). *Yöresel yemek reçetelerinin derlenmesi: Bilecik Yenipazar örneği*. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(3), s. 2256-2295.
- Gaziantep Pirpirim (2019). *Öz çorba tarifi*. <https://gaziantepirpirim.com/oz-corba-tarifi/>
- Gaziantep Yemekleri (2022). *Yoğurtlu dövme çorbası*. <http://gaziantepetyemekleri.com/baslangiclar/yogurtlu-dovme-corba-tarifi-gaziantep-mutfagindan>
- Gök, S. (2022). *Kültürümüzün kadim içeceği "çorba"nın klasik şiirde işlenen sıhhi ve iktisadi yönü*. *Türk Dili ve Edebiyatı Dergisi*, 62(1), s. 85-100.
- Gürsoy, D. (2013). *Yiyelim içelim tarihini bilelim dünden bugüne gastronomi*. İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Güzelbey, R. (2009). *Şiveydz*. Gaziantep: Gaziantep Büyükşehir Belediyesi Yayını.
- Kalyoncu, V. (2001). *Tonya ilçesinde beslenmeye bağlı olarak yapılan imeceler*. K. Toygar içinde, *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar* (s. 91-114). Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları.
- Katie Parla (2012). *Beyranın ön hazırlığı*. <https://katieparla.com/soup-for-breakfast-beyran-at-metnet-in-antep/>
- Kazmaz, M. (1997). *Barla yemekleri*. K. Toygar içinde, *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar* (s. 69-80). Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları.
- Kazmaz, S. (1996). *İçki sofrası*. K. Toygar içinde, *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar* (s. 48-70). Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları.
- Korkutata, A. (2017). *Fransız mutfağı*. M. Sarıışık içinde, *Uluslararası Gastronomi* (s. 31-48). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Köşker, H., & Özbey, Z. (2021). *Türk mutfak kültüründe çorba ve coğrafi işaretli çorbalar üzerine bir değerlendirme*. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(3), s. 471-489.
- Lezzet (2022a). *Börek çorbası*. <https://www.lezzet.com.tr/yemek-tarifleri/turkiye-turu/guneydogu-anadolu-yemekleri/borek-corbasi-374197>
- Lezzet (2022b). *Beyran çorbası*. <https://www.lezzet.com.tr/yemek-tarifleri/hamurisi-tarifleri/tart-tarifleri/portakalli-karamelize-tarte-tatin>

- Merdol, T. K. (1998). Tarihten günümüze toplumlar ve beslenme alışkanlıkları. K. Toygar içinde, Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar (s. 135-143). Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları.
- Mutfak Sırları (2013). Alaca çorba. <https://mutfaksirlari.com/alaca-corba.html>
- My Gaziantep (2022a). Yoğurtlu un çorbası. <https://www.mygaziantep.com/gaziantep-yemekleri/yogurtlu-un-corbasi-51.html>
- My Gaziantep (2022b). Tarhana Çorbası. <https://www.mygaziantep.com/gaziantep-yemekleri/tarhana-corbasi-26.html>
- Nurseli'nin Mutfağı (2015). Maş çorbası. <https://www.nurselinmutfagi.com/2015/03/gaziantep-mas-corbasi.html>
- Özçelik Heper, F. (2017). Türk mutfağı. M. Sarıışık içinde, Uluslararası Gastronomi (s. 49-74). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özdemir Yaman, Z. (2022). Türk mutfak tarihinde çorba kültürü. Y. Oğan içinde, Gastronomi Alanında Tematik Araştırmalar I (s. 20-29). Konya: Çizgi Kitabevi.
- Özen, K. (1996). Sivas ve divriğı yöresinde adak yerleri mutfağı. K. Toygar içinde, Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar (s. 71-77). Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı.
- Özgen, I. (2017). Uluslararası gastronomiye genel bakış. M. Sarıışık içinde, Uluslararası Gastronomi (s. 1-23). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özkök, F., Sünnetçioğlu, A., Sünnetçioğlu, S., & Karakaş, E. (2017). Turkish culinary culture in the socialization process. Journal of Travel and Hospitality Management, 14(3), 110-120.
- Özsabuncuoğlu, İ., & Gök, İ. (2009). Gaziantep-Halep mutfak kültürü ve yemekleri: benzerlikler ve farklılıklar. Gaziantep: Gaziantep Üniversitesi .
- Pulluk, E. (2022). Kadim bir mutfak: Mezopotamya. Y. Oğan içinde, Gastronomi Alanında Tematik Araştırmalar I (s. 9-19). Konya: Çizgi Kitabevi.
- Pulluk, E., & Örnek, A. (2022). Burdur mutfak kültürü. Y. Oğan içinde, Gastronomi Alanında Tematik Araştırmalar I (s. 93-101). Konya: Çizgi Kitabevi.
- Sabbağ, Ç. (2015). Gaziantep yeme içme kültürü. R. Yarullina Yıldırım içinde, Fırat'tan Volga'ya Medeniyetler Köprüsü (s. 199-217). Adıyaman: Adıyaman Üniversitesi Yayınları.
- Sargın, ř. (2013). En güzel Antep ev yemekleri. İstanbul: Hayykitap.
- Sürücüoğlu, M. S. (2001). Türk dünyasındaki bazı ülkelerin mutfak kültürleri üzerine bir araştırma. K. Toygar içinde, Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar (s. 139-169). Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları.
- şengül, S., Çakır, A., & Çakır, G. (2015). Yöresel mutfaklar. Ankara: Beta Yayınları.
- Tan, A. Ö. (2014). Güneşin ve ateşin tadı. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Tebardar, E., Aras, B., & Barı, N. (1998). Konya yöresi yemeklerinin özellikleri ve besin değerlerinin incelenmesi üzerine bir araştırma. K. Toygar içinde, Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar (s. 145-157). Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları.
- Tezcan, M. (1996). Mutfak kültürümüzün mizahi yönleri. K. Toygar içinde, Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar (s. 78-81). Ankara: Türk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları.
- Tuncay, B., Sezer Efe, Y., & Erdem, E. (2022). Annelerin Tamamlayıcı beslenmeye ilişkin bilgi, deneyim ve uygulamaları. Yozgat Bozok Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi, 3(2), s. 186-195.
- Uçuk, C. & Kayran, M. F. (2020). Gaziantep Mutfağının Tarihsel Gelişimi: Milli Mücadele Döneminde Gaziantep'te Yeme İçme Faaliyetleri, Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi, 3(2), 258-272.
- Unilever (2022). Mahluta çorbası. <https://www.unileverfoodsolutions.com.tr/tarifi/mahluta-corbasi-R0059506.html>
- Uslu, A. N., & Yılmaz, İ. (2022). Coğrafi işaretli bir ürün olarak bolu kızılık tarhanası. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi, 7(1), s. 94-105.
- Yayla, Ö., & Yayla, ř. (2019). Kadirli mutfağı üzerine bir değerlendirme. UBAK Sosyal Bilimler Akademisi Anadolu Kongreleri 3. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi (s. 60-72). Diyarbakır: UBAK Yayınevi.
- Yazgan Serinkaya, E. (2017). Mutfak kültürünün Gaziantep'in geleneksel konutlarında incelenmesi. Artium, 5(1), 27-41.
- Yeni şafak (2021). Lebniye çorbası. <https://www.yenisafak.com/lebeniye-tarifi-antep-usulu-lebeniye-corbasi-nasil-yapilir-etli-lebeniye-corbasi-tarifi-malzemeleri-ve-yapilisi-h-3589532>
- Yerasimos, M. (2010). 500 yıllık Osmanlı mutfağı. İstanbul: Boyut Yayıncılık.
- Yılmaz, H., & Erden, G. (2017). renklerin çorbaların tat algısı üzerindeki etkilerini belirlemeye yönelik bir araştırma. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 265-275..

## **EXTENSIVE SUMMARY**

### **Introduction**

The ways in which food is consumed is part of the culture. While each society shapes its own food culture, it tends to present food in its own unique forms and forms. How food is presented is one of the study areas of gastronomy. Turkish culinary culture has emerged as a result of hundreds of years of accumulation. There are many factors that are effective in the formation of this accumulation. Belief, geography, habits, access to raw materials, climate are some of these elements. It is thought that the factors that are effective in the formation of food cultures are also related to the way the food is prepared.

One of the important food categories in the culinary cultures that emerged as a result of hundreds of years of experience is the soup category. The first soup recipes in the world are included in the cookbooks written in 1672 (Çoksaygılı & Başoğlu, 2011). Soup, which is one of the first foods that people meet after breast milk, has been one of the meals consumed in the most special times from birth to death. Today, the most frequently used food item (67.1%) in complementary feeding is soup (Tuncay, Sezer Efe & Erdem, 2022).

Soups with high nutritional value are distinctly differentiated from other food categories. The journey of soup, which has been important from periods where its medical use is prevalent to the present day when soup establishments are prevalent, sets it apart. Each region and city has its own unique soups (Köşker & Özbey, 2021). Gaziantep, an important representative of Turkish cuisine, stands out in Turkish culinary culture, especially with its soups. Gaziantep soups differ from other cities in terms of food variety. In this study, Gaziantep soups, which have rare examples in Turkish cuisine, have been examined in terms of their preparation and presentation. Since no studies evaluating the preparation and presentation of Gaziantep soups were found in the literature, it is believed that this study will contribute to the gastronomy literature.

### **Method**

In the conducted study, soups specific to Gaziantep were attempted to be examined. In this context, soups unique to Gaziantep were analyzed and compiled through document analysis method from various sources. Twelve soups commonly found in sources written about Gaziantep cuisine were included in the study.

### **Finding**

Soup, which has a very special place in Turkish cuisine, is thought to be a subject that needs to be examined in urban cuisines. In this context, the soups of Gaziantep, which is the first city to represent Turkish cuisine in the UNESCO Creative Cities Network in the field of Gastronomy, were included in the study.

The most basic feature that distinguishes Gaziantep cuisine, which has an important place in Turkish culinary culture, from other cuisines is the richness of food variety. It gets its richness from factors such as its geography, climate, vegetation and production style (Yazgan Serinkaya, 2017). Eating in Antep is not just about filling your stomach (Sargın, 2013). Gaziantep cuisine is one of the richest cuisines of Turkey and even the Eastern Mediterranean (Çavuşoğlu, 1994). Gaziantep has a diet rich in meat, oil, spices and tomato paste. In general, pepper and tomato paste are used together in meals. Meat is commonly lamb and mutton (Sabbag, 2015).

According to Sargın (2013), who mentions that soup is a meal in Antep, soup is made into a meal by adding piyaz and salad to it. Although there is no clear number of Gaziantep soups in the sources, it is possible to reach different numbers of soups. According to Şengül, Çakır and Çakır (2015), Gaziantep-specific maş soup, squash soup, core soup, malhuta soup, Şirinni soup, keme soup, ezo bride soup, minced meat soup, tawny soup, lebeniye soup, tarhana soup There are fifteen soups, including bulgur soup, peanut soup, nesting soup and katma soup. In the past, soups were usually consumed as a main meal, so it was noted that they kept them full and had a high nutritional value. For this reason, some soups were cooked in a porridge consistency. Malhitalı soup made in Gaziantep can be given as an example (Özsabuncuoğlu & Gök, 2009). Soups unique to Gaziantep were examined and compiled from different sources by document analysis method. In the compilation, twelve soups, which are found to be common in the sources written about Gaziantep cuisine, are included.

### **Conclusion**

Gaziantep cuisine, which has an important place in Turkish culinary culture, has emerged with the influence of thousands of years of experience and many different cultures. Gaziantep cuisine, which has an important place at the national level, joined the UNESCO Creative Cities Network in 2015 and has gained an important position at the international level. However, it is noteworthy that there is no consistency in the recipes of Gaziantep dishes belonging to the culinary culture, which is of such importance. The situation is not different in the cookbooks examined within the scope of the study. Differences were observed in the recipes of the same dishes in cookbooks. The differences in the recipes of the same dish make it difficult to reveal the real recipes of Gaziantep dishes. The recipes in the joint work of the authors of various cookbooks and the recipes in the books they created as a result of their individual



studies contain different raw materials, preparation methods and presentation styles. This situation shows similarity in the twelve soup varieties of Gaziantep, which are discussed within the scope of the study. At the same time, it was concluded that copper pots were used in the presentation of most of these soups and that they were served by pouring hot oil on them before serving.

It has been observed that studies on the content, preparation and presentation styles of the dishes are insufficient in Gaziantep and this situation is similar for soups. Considering the increasing importance of how the food is presented today, it is also important how the dishes in the Turkish culinary culture in general and Gaziantep dishes in particular are presented. In this context, it is thought that interdisciplinary studies should be increased and studies on the content, preparation and presentation styles of the dishes in the Turkish culinary culture should be carried out. However, it is necessary to investigate whether Gaziantep cuisine has different presentation techniques in the historical process.

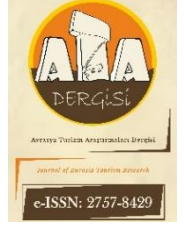


Dergi Anasayfası: [ATA Dergisi](#)

# Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi

## Journal of Eurasia Tourism Research

Journal Homepage: [JETouR](#)



### Matem Yemeği Aşure: Kùltür, Din ve Mezhepler Arasındaki Farklılıkları

#### A Mourning Food Ashura: Differences Between Culture, Religion, and Sects

Kamilalp Gülser<sup>1</sup>, Akın AKPUR<sup>2</sup>, Kemal ENES<sup>3,\*</sup>

<sup>1</sup>BSc. Student, Gastronomy and Culinary Arts, Faculty of Art and Design, Nişantaşı University, Istanbul, Türkiye

<sup>2</sup>Asst. Prof., Department of Aviation Management, Faculty of Aeronautics and Space Sciences, Tarsus University, Mersin, Türkiye

<sup>3</sup>Lect., Department of Civil Air Transportation Management, Vocational School, Tarsus University, Mersin, Türkiye

#### MAKALE BİLGİSİ

Araştırma Makalesi

Makale Süreci:

Gönderim : 3 Ekim 2023  
Düzeltilme : 20 Ekim 2023  
Kabul : 21 Ekim 2023  
Yayımlanma : 29 Ekim 2023

Anahtar Kelimeler:

Aşure  
Türk mutfağı  
Tatlı

#### ARTICLE INFO

Research Article

Article history:

Received : 3 October 2023  
Revised : 20 October 2023  
Accepted : 21 October 2023  
Available : 29 October 2023

Keywords:

Ashure  
Turkish cuisine  
Dessert

#### ÖZ

Din, inanç ve farklı ideolojiler nedeniyle, neredeyse her toplumda özel dönemler bulunmaktadır. Bu önemli dönemlerde çeşitli törenler, kutlamalar ve bazen yas törenleri düzenlenmiş ve bu etkinlikler toplumların hayatlarında önemli ritüeller haline gelmiştir. Tüm toplumlar tarafından önemli olarak kabul edilen bu ritüeller, hem toplumsal hem de kültürel yaşamlarını canlı tutan unsurlar arasında yer almaktadır. Bu çalışmada, aşurenin farklı kùltürler ve dinlerdeki anlamı incelenmiştir. Bu bağlamda, çeşitli akademik disiplinlerden aşure üzerine yapılan araştırmalar incelenmiş ve kendi alanlarına ait yorumlar yapılmıştır. Bu çalışmada yöntem olarak literatür taramasından faydalanılmıştır. Sonuç olarak aşure, en eski medeniyetlere kadar uzanmış, tarih boyunca yas ve kutlamalar için bir yiyecek olarak hizmet etmiştir. Aşurenin farklı kùltürlerde, farklı biçimlerde ortaya çıktığı ve ortak temanın paylaşım olduğu tespit edilmiştir.

[Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi](#) yayıncı [Bayram KANCA](#) tarafından [CC BY-NC-SA 4.0](#) ile lisanslanmıştır.

#### ABSTRACT

Thanks to religion, faith, and different ideologies that have existed in all societies for a long time, there are special times can be found in almost every society. Various ceremonies, celebrations, and sometimes mourning ceremonies are held on certain events that are assumed in these important periods. It is seen that these important days, nights, and months have become significant rituals in the lives of societies. These rituals, considered important by all societies, are among the elements that keep both the social and cultural lives of communities vibrant. In this study, the meaning of Ashura has been explored in various cultures and religions. In this context, research on Ashura from various academic disciplines was examined and interpreted of their fields they belong to. The research method in this study primarily consisted of a literature review. In conclusion, the history of Ashura traces back to the earliest civilizations, and it has served as a food item for both mourning and celebrations throughout history. Although it may take on different forms in various cultures, the common theme appears to be sharing.

[Journal of Eurasia Tourism Research](#) by [Bayram KANCA](#) is licensed under [CC BY-NC-SA 4.0](#).

## 1. GİRİş

Tüm toplumlarda geçmişten gelen farklı inanç ve ideolojiler sayesinde hemen hemen her toplumda rastlanılabilen gerek örfi gerekse dini yönlerden önemli kabul edilen günler, geceler ve aylar bulunmaktadır. Bu dönemlerde meydana geldiği varsayılan ya da meydana gelmiş birtakım olaylar vesilesiyle çeşitli törenler, kutlamalar, kimi zamanlar ise yas törenleri yapılmaktadır (Bozkuş, 2008). Dayandırılan olayların veya sebeplerin, tarihin gerçekliğine uygunlukları kesin olarak tespit edilemeyip tartışılıyor olmasına rağmen, bu önemli gün, gece ve ayların toplumların hayatlarında önemli ritüeller haline geldikleri gör÷lmektedir (Solmaz & Altınar, 2018). Tüm toplumlar tarafından önem atfedilen bu ritüeller, toplulukların hem sosyal hem de kültürel hayatlarının canlı kalmasını sağlayan unsurlar arasındadır (Karakuş vd., 2007).

\*Sorumlu yazar / Corresponding author



0009-0000-4294-7946 (K. GÜLSER), 0000-0002-6536-883X (A. AKPUR), 0000-0003-3488-314X (K. ENES)



kamilalpgulserr@gmail.com (K. GÜLSER), akinakpur@tarsus.edu.tr (A. AKPUR), kemalenes@gmail.com (K. ENES)

Polat'a (2019) göre Şii ve Alevi kültüründe matem yemeği olarak kabul edilen, diğer farklı kültür ve dinlerde değişkenlik göstermesine karşın protein, yağ, karbonhidrat açısından oldukça zengin bir yemek olan aşurenin ilk yapılışının Nuh'un Gemisine dayandığı düşünülmektedir. Nuh Tufanı sonrası, Hz. Nuh'un Gemisi'nde kalan tüm erkekleri birleştirerek çorba amacıyla yaptıkları aşure hem besleyici hem de doyurucu olması, bunun yanında aşureye yüklenen maneviyatlardan ötürü Türk toplumu başta olmak üzere birçok toplum tarafından bilinip, tüketilmektedir (Demirgöl, 2008). Yaygın olarak Müslüman ve Yahudi toplumlarında karşılaşılan önemli günlerden birisi olan aşure günü de buradan gelmektedir. Bununla birlikte farklı kültürlerde aşurenin anlamı ve tarihçesini karşılaştırmalı olarak değerlendirmeye yönelik bir çalışmaya literatürde rastlanmamıştır. Çalışmanın bu yönü ile gastronomi literatürüne katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bakan'a (2021) göre insan, yaratılışından itibaren yaşamını sürdürebilmek için beslenmenin gerekliliğini keşfedip etrafındaki besin maddeleriyle yaşamını sürdürmüştür. Beslenme, insanoğlunun geçmişinden beri süregelen doğal ihtiyaçlarıdır. Dolayısıyla da geçmişten günümüze kadar gelmiş ve arkeolojik kazılar sayesinde gün yüzüne çıkan parçalardan çoğu doğrudan yahut dolaylı olarak beslenmeyle ilgilidir. Sonuç olarak yapılan çıkarımlar ilk çağlarda avlanmak için yapılmış olan aletler, hayvanların evcilleştirilmesi, ateşin bulunması, yerleşik hayata geçilmesi, bitki ve tohumların ekilerek çoğaltılması ile tarımda görülen ilerlemeler bizi doğrudan beslenme ihtiyacının önemine yönlendirmektedir (Gürsoy, 2014). İnsanların beslenmesine etki eden durumlardan bazıları yaşadıkları dönem, bölgenin coğrafi koşulları, inanç biçimlerine bağlı değişimler göstermektedir. Çok geniş bir coğrafyaya dağılmış olan Türk toplumu tüm etkenlere rağmen günümüzde hala gelenek-görenek, örf ve adetlerini türlü değişimlere rağmen sürdürmektedirler (Sürücüoğlu & Özçelik, 2007).

Yediği yemeklerin daha lezzetli ve sindirimi kolay olsun diye pişiren insanoğlu, aşçılık ve mutfak sanatını da geliştirerek et, sebze, meyve, un, baharatlar, yağ, şeker vb. malzemelerin kullanımı ile de çeşitlendirerek günümüz mutfak kültürünün gelişmesini sağlamıştır (Coller & Sussams, 1990). Günümüzde kullandığımız mutfakların dünyada rastlanılan ilk örnekleri Çatalhöyük Antik Kenti ve Ürdün Vadisi'nde keşfedilmiştir (Gürsoy, 2014). Orta çağdan sonra ticaretin gelişmesi ve tarımda yeni yöntemler kullanılması ile birlikte krallar, derebeyleri ve manastırlar zenginleşmişlerdir. Kalelerde ve şatolarda şölenler ve ziyafetler görülmeye başlanmıştır. Yemeklere dans eşlik etmiş ve eğlence ile birlikte düşünülmeğe başlanmıştır. Bunun sonucunda da mutfağa daha fazla önem verilmeye başlanmış ve yemek üretimi için binalar içerisinde ayrı odalar olacak şekilde inşa edilmeye başlanmıştır. Bu mutfakların başlıca fiziksel özelliklerini ise bacası olan açık bir ateş alanı, ekmek pişirmek için fırın, dumanı uzaklaştırmak için yüksek tavan olarak söyleyebiliriz (Aktaş & Özdemir, 2012). Mutfakların gelişmesi ile sahip oldukları iklim, ürün çeşitliliği ve yaşayış biçimleri sonucunda toplumların kendi mutfak kültürleri gelişmeye başlamıştır (Maviş, 2003). Genel olarak birçok etmeden etkilenmesine rağmen gelenek-görenek, örf-adetler, mevsimsel faktörler, coğrafi konumlar, dini faktörler, yöresel gıda ürünleri, yeme-içme alışkanlıkları, geçmişten gelmekte olan tarihi birikimlerden etkilendiği görülmektedir (Akgöz & Güneş, 2021).

Aşurenin kelime anlamına dair farklı düşünceler olmasına karşın, Arapçada "âşûrâ" olarak kullanıldığı (Ünlü, 2020) ve "on" sayısı ile ilgili olan "aşır" kelime kökünden, tarım ürün ve malzemelerinden talep edilen ondalık vergi anlamına gelmekte olan "öşür, aşar" kelimesinden geldiği (Akbulut, 2010) ya da develeri gütmek anlamındaki "ışır" kökünden türetildiği düşünülmektedir. Ayrıca bu dilde faula vezni bulunmadığı için sözcüğün İbranice olduğu görüşünü savunanlar da mevcuttur (Bozkuş, 2008). Fakat Muharrem ayı ile ilişkilendirilen aşure tatlısına yüklenen kutsiyet sebebiyle Arapçadaki "on" sayısı ile ilişkilendirilen kelime kökünden gelmiş olması daha muhtemeldir (Polat, 2019). Muharrem ayının onuncu günü hicri takvime göre ilk aya denk gelmekteyken, kameri takvim olarak da bilinen diğer adı ile ay takvimine göre ise Kurban Bayramı'nın bir ay sonrasına denk gelmektedir (Aymanıy ve Pelek, 2022). Farklı kaynaklara bakıldığında bu ayda çoğu peygambere ait mucizevi başarı ve kurtuluş hikayesinin yaşandığı düşünüldüğünden Fars, Arap ve İsrail topraklarında kutsiyet atfedilip gerek yas tutulup gerek kutlanmış ve günümüzde matem ve kutlamalar hala devam ettirilmektedir. Hz. Nuh ve sonrasında yaşamış olan peygamberler tarafından da anma amacıyla oruç tutulmuş ve ihtiyaç sahibi halka "kurtuluş çorbası" adı altında dağıtılmaktadır (Bozkuş, 2008).

Hammaddesi buğday olan aşure, Müslüman Türkler'de halk inancında önemli olan, özel gün ve aylarda tüketilen bir besin halini almıştır. Buğday içeriği sayesinde aşure, sağlığa yararlı olmasının yanında aynı zamanda doyurucu özelliğe sahip besinler arasında yer almaktadır (Yatkin & Yılmaz, 2018). Buğday haricinde yörelere göre değişiklik göstermesine rağmen sıklıkla saklama açısından daha kolay olan gıdalardan bakliyatlar, kuru meyveler ve baharat çeşitleri kullanılmaktadır. Bunun sebebi ise eski dönem şartlarında meyve ve sebzelerin uzun süre taze kalması sağlanamadığından, bunların yerine kurutulmuş saklanabilen bakliyatlar, kuru meyveler ve baharatlar kullanılmıştır (Gürsoy, 2004).

Bakan'a (2021) göre birçok çeşidi bulunan aşurenin Osmanlı'da en sık tüketilen çeşitleri süzme aşure ve sütlü aşuredir. Günümüzde çoğunlukla tek çeşit aşure yapılıyor olmasına karşın bilinen farklarını ise yapılan yöreye göre

malzeme farkları veya içerisine eklenen ya da süslemek için kullanılan taze ya da kuru meyveler oluşturmaktadır. Sert yapıdaki buğday öncelikle temizlenip kabuğundan ayrıldıktan sonra bir gece öncesinden pişirilerek beklemeye bırakılır. Buğday tamamen eriyip pişirilirse “süzme”, taneli bırakılırsa “daneli”, süt eklenerek yapılırsa “sütlü” aşure çeşitleri elde edilmiş olur. Sarayda yapılan aşureler genellikle süzme ve daneli çeşitlerinden oluşmaktaydı (Açıkgöz, 2019). Süzülerek elde edilen süzme aşurenin içeriği ise bazı kaynaklarda pirinç, badem, nohut ve misk olarak görülmektedir (Akbulut, 2010). Süzme aşure için pişirilen buğday bütün posasından ayrılması için birkaç kez süzgeçten süzülür. İçerisine bir miktar daha su ilave edilip iyice karıştırılıp kalan diğer malzemeler eklenip pişirilir. Son olarak süslenerek servis edilmektedir.

Sütlü aşurenin içeriği buğday, nohut, fasulye, bakla, incir, kırmızı üzüm, kurutulmuş armut, kuş üzümü, hurma, siyah erik, elma, kestane, fındık, fıstık, badem, gül suyu, süt, yumurta ve balmumundan oluşmaktadır (Açıkgöz, 2019). Müslümanlar tarafından kutsal kabul edilmesi ise Hz. Muhammed’in hicretten sonraki tutum ve davranışları vesilesiyle olduğu düşünölmektedir. Hz. Muhammed’in torunu olan Hz. Hüseyin ve yanındakiler, Fırat Nehri yanında bulunan Kerbela’da haksız yere soykırım amacıyla susuz bırakılmışlardır. Bu yüzden yaşanan olay sonrası Muharrem ayını şiiler ve Aleviler matem ayı olarak görmek ve 12 günlük oruç tutan Aleviler, matem oruçları sona erdiğinde Kerbela’dan sağ salim kurtulan Zeynel Abidin için aşure yapıp dağıtmaktadır (ankal, 2022).

### 3. YÖNTEM

Yapılan alışma sonucunda aşurenin farklı kültür ve dinlerdeki anlamı irdelenmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda farklı disiplinlerde aşure ile ilgili yapılmış olan çalışmalar incelenmiş ve ait oldukları disiplinler çerçevesinde yorumlanmıştır. Araştırmanın yöntemini literatür taraması oluşturmaktadır. Verilerin ikincil kaynaklara dayanması sebebiyle çalışma için derginin etik ilkeler ve yayın politikası doğrultusunda Etik Kurul onayına ihtiyaç duyulmamıştır. Bu kapsamda konu ile ilgili değerlendirme için Tablo 1’deki çalışmalardan yararlanılmıştır.

**Tablo 1.** Aşure ile İlgili İncelenen alışmalar

Yazarları	Yıl	İncelenen alışmalar
Eksen, İ.	2001	okkültürlü İstanbul Mutfağı – Rumlar, Ermeniler, Museviler, Türkler, Yemek Kültürleri, Tanıklıklar, Tarifler
Baş, E	2004	Aşure Günü, Tarihsel Boyutu ve Osmanlı Dini Hayatındaki Yeri Üzerine Düşünceler
Bozkuş, M	2008	Aşure Günü, Muharrem Matemii / Orucu ve Sivas’ta Aşure Uygulamaları
Akbulut, D.	2010	Bektaşi Kazanlarından Saray Aşureliklerine Bir Paylaşım Geleneği Olarak Aşure
Özlü, Z.	2011	Osmanlı Devleti’nde Tekkelere Bir Bakış: Aşure Geleneği. Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi
Dedekarginoğlu, H.	2014	Muharrem ve Aşure
Görgülü, D.	2018	Konya’da Aşure şivliliik ve Fener Alayı Geleneği
Özcan ř.	2018	Yahudilikte Pesah (Fısıh) Bayramı: Ritüeller ve Semboller Bağlamında Fenomenolojik Bir İnceleme
Açıkgöz, F.	2019	Osmanlı Sarayında Aşure Yapımı ve Dağıtımı
obanoğlu, A	2019	İran’da Muharrem Ayı Aşura Törenlerinde (Taziye) Kullanılan Litürjik Bir Objeye: Hz. Hüseyin’in Sancağını Temsilen “Alem”
Polat, K.	2019	Aşure Geleneğinin Tarihsel Arka Planı ve Osmanlı Kültür Dünyasına Yansımaları
etin, K.	2020	Medeniyet Değerlerimiz Mutfak ve Yemek Kültürü
Ünlü, İ	2020	Muharrem Matemii/Orucu, Aşure Günü ve Erzincan’da Aşure Etkinlikleri
eribaş, M. ve Ermeçli, S.	2021	İnanç-Sağlık İlişkisi Bağlamında Türk Kültüründe Ritüel Yemekler
ankal, G	2022	Bolluk ve Bereketten Matemee: Toplumsal Hafızada Aşure
Aymankuy, ř. ve Pelek, B.	2022	Semavi Dinlerde Yeme-İçme Ritüelleri

### 4. BULGULAR

Türklerde ve M.Ö 200 yıllarında ilk kez görölmeye başlanan aşure (Karakuş vd., 2007) Osmanlı Dönemi’nde muharrem ve sefer aşuresi olmak üzere yılda iki kez aşure yapılırdı. Bunlardan birisi olan Muharrem aşuresi, özellikle Alevi topluluklarında Kerbela olayını anmak adına pişirilirken, sefer aşuresi ise Zeynel Abidin ve kavminin Kerbela’dan sağ salim kurtulmalarını kutlamak için yapılırdı (Polat, 2019). Osmanlı’da iki farklı mezhep arasındaki ayrışmayı önlemek düşüncesiyle hem kutlama amacıyla hem de hüznün ve acıyı unutmamak adına yılda iki kez aşure yapılmaktaydı. Osmanlı’da aşure, öncelikle sarayda pişirilip halkın katılımıyla geleneksel bir hale dönüştürölmüş, ardından halk ev bütçesi dahilinde, eşe dostu ve ihtiyaç sahiplerine dağıtmak amacıyla aşure pişirmeye devam ederek, bu geleneğin yerleşmesini sağlamıştır (Özlü, 2011).

Osmanlı Devleti’nin en önemli padişahlarından olan Fatih Sultan Mehmet’in yaptırmış olduğu Topkapı Sarayı her yıl düzenlenen aşure geleneği için halkın toplanma merkezlerinden biri haline gelmiştir. Sarayda yapılacak aşure için günler öncesinden malzemeler hazırlanmış, yapımına birkaç gün öncesinden başlanmıştır. Aşure gününde ise saraya toplanan halka aşure dağıtımları yapılmıştır (Baş, 2004). Böylesine önem atfedilen bir günün halkta birlik, beraberlik ve paylaşma duygusunu yücelttiği düşünölebilir. Fakat bu etkinlik sadece halkla sınırlı kalmayıp, dönemin aristokrat kesiminde, Osmanlı konaklarında, yine dönemin önemli görölen tekke ve zaviyelerinde de devam ettirilip, birbirlerine ve halka aşure dağıtımları yapılmıştır (Işık, 2023).

Osmanlı halkındaki aşure ritüelleri saray aşuresinden farklı ritüellere ev sahipliği yapmıştır. Aşure yapmak amacıyla bir arada oturan ev halkı öncelikle Yasin suresi ve Mülk suresi okur, ardından hane halkının gelmiş geçmiş vefat edenleri hürmetine gönderirlerdi (Polat, 2019). Üzeri kapanan aşurenin kapağında biriken su buharı, uğurlu olduğu gerekçesiyle tüm ev halkı gözlerine sürmekteydi. Aşure yenirken ağza gelen ilk bakla tanesi yenmez, bereket ve uğur getirmesi adına bir sonraki seneye kadar çanta ve cüzdanlarda saklanmak üzere ayrılırdı. II. Abdülhamid Dönemi'nde İstanbul halkı tarafından Beşiktaş ve Yıldız saraylarında hazırlanan aşureler heyecanla beklenmekteydi (Açıkgöz, 2019).

#### 4.1. Din, Mezhep ve Aşure İlişkisi

Müslümanlıktan bile eski tarihi olduğu düşünülen aşure zengin içeriği ve birçok reçeteye uyum sağlayabilmesi sebebi ile birçok din ve mezhep tarafından tarihi olaylar ile ilişkilendirilmiştir. Sümerlerde Aşure gününe benzer kutsal bir günün mevcut olduğu görülmektedir. Bununla birlikte Hristiyanlar da aşure, yılbaşında kalmış olan bakliyat ve meyvelerin de kullanılabilirdiği bir tatlı olarak vaftiz yortusu olarak karşılaşılmaktadır (Özlü, 2011). İslamiyet öncesinde Sümerler ve Antik Yunanlılarda da görülen aşure, zaman içerisinde semavi dinler içerisinde de yaygınlaşmıştır (Polat, 2019).

Baş'a (2004) göre aşure İslamiyet'e Yahudi dininden geçmektedir ve Aşure gününün Müslümanlar tarafından kutsal sayılmasının dini bir nedeni olmaktadır. Aşure gününün İslam dininde yer almasının diğer dinlerdekinden farkı ise Kerbela olayı ile bağdaştırılıyor olmasındandır (Polat, 2019). Osmanlı Dönemi'nde ise tekke ve zaviyelerde yapıpı dağıtılan aşure bir ibadet olarak görülmüş, aşureye eklenen her bir ürünün Allah'ın adını taşıdığına inanılmış ve bununla birlikte aşurenin her bir tanesi Fatıha suresi olarak kabul edilmiştir. Dolayısıyla aşurenin ziyan olmasına izin verilmemiş yere dökmemeye çalışılmıştır (Çeribaş & Ermeçli, 2021).

Alevilikte cuma gecesi, Muharrem ayı, Hızır günleri gibi önem atfedilmiş günler bulunmaktadır. Muharrem ayı içerisinde bulunan aşure günü bu günlerden biridir. Alevi kültüründe oruç ve yas tutulan bir zaman dilimidir. Aleviler ve Bektaşiler Kerbela'da şehit edilen Hz. Hüseyin'i anmak için oruç tutmaktadırlar (Dedekargınoğlu, 2014). Bu süreçte İmam Zeynel Abidin'in kurtuluşunu müjdelemek ve nesiller boyu unutulmamasını sağlamak için aleviler aşure yapmaktadırlar ve birçok Alevi'ye göre aşure geleneği, insanlık tarihi kadar eskidir (Akbulut, 2010). Aşureye ek olarak lokma adı verilen et yemeği gelen misafirlere ikram edilmektedir (Ünlü, 2020). Alevi kültüründe aşure yapılırken içerik olarak kuru fasulye, bakla, nohut, kurutulmuş incir ve üzüm, fındık, fıstık, kestane gibi malzemeler eklenir. Kuru bakliyatlar aşure yapımından bir önceki gün suda beklemeye bırakılırken kuru meyveler ise biraz yumuşamaları için sıcak suda bekletilip öyle eklenir. Buğday kaynatılırken "mıblağ" adı verilen aşure kepeği kullanılır. Karıştırma esnasında herkesin karıştırması sağlanır, karıştıranlar "destur ya İmam" diyerek başlar, diğerleri ise cevap niteliğinde "ya Hüseyin" derler Tunceli yöresinde buna ek olarak mersiye de okunmaktadır (Yıldırım, 2011).

Sünni geleneğinde aşure gününden bir gün öncesi ve bir gün sonrasında oruç tutmak sünnet iken, Alevi geleneğinde ise 12 günlük oruç tutulmaktadır (Ünlü, 2020). Sünni geleneğinde oruç tutulan günlerden bağımsız olarak en az 7 çeşit malzeme eklenmektedir. Aşureye eklenen malzeme miktarındaki oranlar günümüze değin değişiklikler göstermiş olsa bile ana malzeme buğday olmuş, ardından ikincil olarak nohut, fasulye benzeri bakliyatlar eklenmiştir. Ayrıca yeşil mercimek, pirinç, mısır, bulgur gibi ürünlerin de eklendiğini söylemek mümkündür. Bunların haricinde baharat ve kuruyemişlerden ceviz, fındık, çörekotu, kaymak, tarçın, kuşüzümü gibi malzemelerle zembek suyu ve farklı şerbetler eklenmiştir. Hazırlanan aşurenin üzerine ise gül suyu serpilerek ikram edilmiştir. Bu malzemeler dışında Türk mutfak kültürünün en eski baharatlarından olarak bilinen ayrıca doğal bir koku ve renk vermesi açısından safran ilave edildiği de bilinmektedir (Özlü, 2011).

Müslüman nüfusunun yaklaşık 10%'unu oluşturan Şiiilerin büyük çoğunluğunu İmamiyye mezhebi oluşturmaktadır. En önemli gördükleri gün ise Muharrem ayında yer alan Aşure Matemidir. Şah Abbasi, Şii önderlerinin doğum günlerini şenlik, ölüm günlerini ise matem günleri olarak görmüştür. 16. yüzyıl sonrasında Anadolu topraklarının bazı yerlerinde halk inanışlarını etkilemişler, öyle ki günümüz Alevi inanışının bazı bölümlerinin bu mezhepten geçtiği varsayılmaktadır. Alevi inanışında da olduğu gibi Şiiiler aşure gününü Hz. Hüseyin'in şehit edilmesi adına yas tutup matem günü ilan etmişlerdir (Ünlü, 2020). Alevilerden ayrıldıkları bölüm ise; diğer mezheplerden farklı olarak Hz. Hüseyin ve kavminin acılarını anlamak adına kendilerini zincirlere vurarak yas tutma yoluna girmişlerdir. Günümüzde pek yapılmıyor olsa da geçmişte bu matem en derin şekilde yaşamışlardır. Bu ayda siyahlar giyinip, dini şiirler okuyan Şiiiler zincir dışında kılıç vb. ile kendilerine zarar verebilecek aletlerle vücutlarını kanatır ve bu uygulamayı kan kaybından baygın düşene kadar devam ettirirlerdi. Günümüzde ise bu uygulama yerini Kızılay'a kan bağışlamaya bırakmıştır. Caferiler ise Muharrem ayının birinci gününden onuncu gününe kadar gülmezler, yeni işlere başlamazlar. İran'da ise aşure günü resmî tatil sayılmaktadır (Bozkuş, 2008). Şii Biveyhiler döneminde resmi bir kimlik kazanmış olan aşure matem, geçmişe dair hem şekil hem de içerik olarak anıtsal törenlerle kutlanmıştır (Ünlü, 2020). Emeviler'in bu günü Kerbela'yı unutturmak için bir şenlik havası olarak kutlamayı amaçladıklarını belirten Polat (2019) bu şekilde Müslüman toplumu olayın

gerçeğinden uzaklaştırmaya çalıştıklarını ifade etmiştir. Böylece bugüne kadar çeşitli kutsal olaylarla özdeşleşen Aşure günü, 10 Muharrem 61/10 Ekim 680 tarihinde kutlanmıştır. Bugünden itibaren Aşure gününün anlamı tamamen değişmiş; özellikle şii topluluğu için bu olay acıyı, öfkeyi ve yası yansıtmıştır. Bugün Emeviler, halka güzel elbiseler giymelerini, kutlamalar yapmalarını ve helva dağıtmalarını tavsiye etmişlerdir. Bu ritüeller, Emevilerin tarih sahnesini terk ettikten sonra da halk arasında uygulanmaya devam etmiştir. Sonuç olarak şiilikte matem, Emevi uygulamalarına bir tepki olarak ortaya çıkmış, zamanla Büveyhi, Fatımi ve Safevi hükümdarlarının uygulamalarına göre şekillenmiş, resmiyet kazanmış, ritüellerle kutlanan ve bir nevi tarihte ve günümüzde şii-Sünni farklılaşmasının sembolünü almıştır.

Özcan'a (2018) göre İslam tarihi kaynaklarında yer alan Hz. Musa ve İsrailoğulları'nın Firavun'un zulmünden kurtulduğu gün olan aşure günü, Yahudilikte bir başka kutsal gün olarak tanımlanmaktadır. Pesah olarak bilinen bugün, İbrani takvimine göre 15 Nisan'dır. Ancak Yahudi inancında oruç tutma günü değil, tam tersine kuzuların kesildiği ve bayram olarak kutlanan bir gündür. Yedi gün boyunca mayasız ekmek yenilmekte ve tüm insanlığa bir umut mesajı getirmeyi ve ulusların geleceğinin özgürlükte ve Tanrı'nın kanunlarına itaatte yattığını hatırlatmaktadır ve bayram olarak kutlanmaktadır (Baş, 2008).

Aşure, Mevlevi kültürüne diğer tarikatlardan girerek "aş" olarak anılmaktadır. Sufi tarikat şeyhlerinin olduğu yemeklerde dualar (gülbak) okunarak yenilmektedir (şimşek & Aslan, 2021). İbn-i Batuta'ya göre 1244 yılında şems Tebrizi helva sayesinde Mevlâna ile tanışmıştır. şems, helvacı kılığına girip medreseye gelmiş, tabladaki helvadan Mevlâna'ya ikram etmiştir. Helvayı yedikten sonra Mevlâna, şems'in peşinden gitmiş ve bir daha geri dönmemiştir (Akbulut, 2010). Mevlâna Celâlettin Rumi döneminde aşure pişirilmeyip, XV. Yüzyılda İran'ın Meşhed şehrindeki İmam Rıza dergahında hediye edilen kazanda aşure yapıldığı bilinmektedir. Muharrem ayındaki bir mukabele gününde Mevlevi tekkelerinde aşure yapılmıştır. Aşure gecesi okunan mersiyelerde ağlamalar, haykırışlar gibi aşırılıklara ise Kur'an'da mevcut olan "dinde aşırılıktan kaçının" düsturu gereği izin verilmemiştir (Özlü, 2011). Aşure kaynatılırken nöbetleşe aşureyi karıştıranlar ters vav işareti çizerek karıştırmaktadırlar. Aşure pişirildiği esnada mersiye okunmadığından bazı tarikatlar Mevlevilerin Ehl-i Beyt'e olan sevgiden geri kaldıklarını iddia etmişlerdir (Dedekarginoğlu, 2014).

Akbulut'a (2010) göre Bektaşilerde dergâhta topluca pişen aşurenin içerisine, herkes evden bütçesine uygun miktarda malzeme getirir, ayrı ayrı pişirilen malzemeler en son aynı kazanın içerisine eklenerek birleştirilip aşure yapılmaktaydı. Bu geleneği evlerinde devam ettirmek isteyenler ise komşularının getirdikleri malzemeleri ekleyip aşure yapmaktadırlar. Ayrıca Muharrem ayında pişirilen aşureye 12 İmam atfedilmesi adına, on iki çeşit malzeme koyma geleneği de oluşmuştu. Bektaşiler sayesinde aşure ayın eşliğinde hazırlanmaya başlanmıştır. Kamu kazanları olarak da bilinen kutsal olduğuna inanılan kazanlar, Türk geleneğinde de önemli yere sahiptir. En bilinen örneği ise iki ton ağırlığında, 2,45 metre ağız çapı olan, 60 kova su kapasitesine sahip dökme bakır kazan, Kazakistan'da bulunan Ahmet Yesevi Türbesi'nde yer alır (Tuncer, 1993). Bozkuş'a (2008) göre Bektaşilerde aşurenin yapımında ve yenmesinde belirli kurallar oluşturulduğu görülmektedir. Bu kurallar; oruç süresince yemek, yere hazırlanan bezin üzerinde yenilmekte, sahan yahut tahta masa benzeri eşyalar yer almakta, aşure de bunların üzerinde yenilmekte, gösterişten ve abartıdan kaçınılmaktaydı.

## 5. SONUÇ

Günümüzde bilinen aşurenin kökenlerine bakıldığında, Semavi dinlerden de önce yaşamış olan çok tanrılı dinlere mensup olan topluluklarda var olduğu görülmektedir. Sümer ve Antik Yunan Uygarlıklarında da bulunan aşure içerdiği farklı ürünler sayesinde gerek sağlığa olan faydaları gerekse besleyiciliği açısından önemli bir besin kaynağıdır. Hammaddesi buğday olan bu tatlı türü içerdiği protein, karbonhidrat ve vitaminler sayesinde sofralardan eksik edilmemesi gereken temel besin maddelerindedir. Dünyada en çok hasadı yapılan tarım ürünü olan buğdayın en verimli yetiştiği bölgeler arasında Akdeniz ve Bereketli Hilal sınırlarında yer alan Anadolu toprakları yer almaktadır (Akbulut, 2010).

Hristiyan, Müslüman ve Yahudi topluluklarının birbirlerine yakın coğrafyalarda yaşamış olmalarından kaynaklı birbirlerinin kültürlerinden etkilendikleri, aşurenin de Müslümanlara, Yahudi kültüründen geçtiği düşünölmektedir. Alevilerde oruç tutulup matem günü olarak anılması ise Hz. Hüseyin ve kavminin Kerbela'da şehit edilmelerine dayanmaktadır (Ünlü, 2020). Sünniler aşure gününün önceki ve bir sonraki günü oruç tutarken, Aleviler ise 12 gün oruç tutmaktadırlar (ankal, 2022). Bektaşi kültüründe ise ağıt, ağlama, yakarma benzeri davranışlara Kur'an'da geçen "dinde aşırılıktan kaçının" düsturu dolayısıyla izin verilmemiştir. Yahudi kültüründe ise aşure diğer kültürlerden daha farklı olarak matem günü olarak değil, tüm günahlarından arındıkları ve uğruna kurban kestikleri Pesah Bayramı ile kutlarlar. Anadolu'da malzeme farklarının yanında Gaziantep'te "şirinlişora" veya "şirinli orba", Kilis'te "aşır", orum'da "pekmezli hedik", Sivas'ta ise "pekmezli hedik" yahut "üzümlü çorba" isimleri kullanılmaktadır (Özlü, 2011). Farklı coğrafyalarda da aşure benzeri tatlılar bulunmasına karşın bazı farklılıklarla günümüze kadar gelmişlerdir. İran'da pirinç ve safranla slolehazard, Antik Yunan'da Anthesteria Festivali'nde, Ermenilerde Anuş abur, in'de baozou (Akbulut, 2010). Osmanlı saraylarında ise sütlü, süzme ve daneli eşitleri

yapılmasına rağmen sıkça süzme ve daneli aşure çeşitleri pişirilmekteydi (Açıkgöz, 2019). Maraş dövme dondurması henüz yapılmıyorken sarayda toz dondurma ve aşure dondurması mevcuttu (Çetin, 2020).

Sonuç olarak aşurenin tarihinin ilk uygarlıklara dayandığı, tarihte hem matem hem de kutlamalarda kullanılan bir yiyecek olduğu görülmektedir. Bununla beraber farklı kültürlerde farklı şekillerde yapılabilmesine rağmen ortak noktasının “paylaşım” olduğu görülmektedir. Ayrıca aşure incelenen kültürlerin hepsinde yaşanan travma, sevinç mutluluk vb. olayları da hatırlatarak toplumun kültürel hafızasının yaşayabilmesinin ve canlı tutulabilmesinin sağlamaktadır. Ayrıca aşure hem günümüz sağlıklı yeme alışkanlıklarına da hitap eden kültürel yemeklerden biri olması sebebi ile korunması gerekmektedir. Günümüzde sadece özel günlerde yapılan aşurenin önemini koruyabilmesi için ticarileşmesi ve birçok restoran menüsüne girmesi daha fazla tanınmasını sağlayabilir.

Bu çalışma nitel bir araştırma olarak tasarlandığı için belli oranda araştırmacıların sübjektif yargılarını içerebilmektedir. Bundan sonraki çalışmalarda aşurenin farklı kültürlerde yapılış şekilleri arasındaki farklılıkların incelenmesi ve bu farklılıklarının sebeplerinin ortaya konulması literatüre katkı sağlayabilir.

## TEŞEKKÜR

Bu araştırma, hiçbir kamu, ticari veya kar amacı gütmeyen kurum ya da kuruluştan herhangi bir finansman desteği almamıştır.

## MENFAAT UYUŞMAZLIĞI

Yazarların, herhangi bir kurum ya da kuruluş ile finansal çıkar içeren bir ilişkisi ya da katılımı (hibe; eğitim bursları; konuşmacı bürolarına katılım; üyelik, istihdam, danışmanlıklar, hisse senedi sahipliği veya diğer öz özkaynak payları; ve uzman tanıklığı veya patent lisans düzenlemeleri); bu çalışmada tartışılan konu veya materyallerle ilgili mali olmayan çıkarları (kişisel veya mesleki ilişkiler, bağlantılar, kanaatler veya inançlar gibi) bulunmamaktadır.

## YAZARLARIN KATKILARI

K. G.: Kavramsallaştırma, Literatür taraması, Veri toplama, Analiz ve yorumlama, Yazma - orijinal taslak hazırlama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme, Nihai onayın verilmesi.; A. A.: Kavramsallaştırma, Literatür taraması, Yöntem, Veri toplama, Analiz ve yorumlama, Yazma - orijinal taslak hazırlama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme, Proje yönetimi, Nihai onayın verilmesi.; K. E.: Kavramsallaştırma, Literatür taraması, Yöntem, Veri toplama, Analiz ve yorumlama, Yazma - orijinal taslak hazırlama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme, Nihai onayın verilmesi.

## ETİK BEYAN

Bu çalışma için Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi (ATA Dergisi) Etik İlkeler ve Yayın Politikası doğrultusunda Etik Kurul onayına ihtiyaç duyulmamaktadır.

## KAYNAKÇA

- Açıkgöz, F. (2019). Osmanlı Sarayında Aşure Yapımı ve Dağıtımı. *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, 90 (1), 99-110
- Akbulut, D. (2010). Bektaşî Kazanlarından Saray Aşureliklerine Bir Paylaşım Geleneği olarak Aşure. *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, 55 (1), 269-280
- Açıkgöz, E., & Güneş, T. (2021). Yöresel yemeklerin sürdürülebilir turizm üzerinde etkisi. Kaya A., Yılmaz, M., Yetimoğlu, S., (Ed.) *Gastronomide Alternatif Yaklaşımlar*. Necmettin Erbakan Üniversitesi Yayınları, Konya
- Aktaş, A., & Özdemir, B. (2012). *Otel İşletmelerinde Mutfak Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Aymankuy, Ş. & Pelek, B. (2022). Semavi Dinlerde Yeme-İçme Ritüelleri. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5 (1) 327-337
- Bakan, R. (2021). *Türk Mutfağındaki Sütlü Tatlıların Değerlendirilmesi ve İnovasyonu*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Nevşehir: Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Baş, E. (2004). Aşure Günü, Tarihsel Boyutu ve Osmanlı Dini Hayatındaki Yeri Üzerine Düşünceler. *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, XLV (1), 167-190
- Bozkuş, M. (2008). Aşure Günü, Muharrem Matemî / Orucu ve Sivas'ta Aşure Uygulamaları. *Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, XII (1), 33-61
- Coller, M., & Sussams, C. (1990). *Success in Principles of Catering*. Bungay, Suffolk: Richard Clay Ltd.
- Çankal, G. (2022). Bolluk ve Bereketten Mateme: Toplumsal Hafızada Aşure, *Düşünen Şehir Dergisi*, 16 (1) 40-45
- Çeribaş, M. & Ermeçli, S. (2021). İnanç-Sağlık İlişkisi Bağlamında Türk Kültüründe Ritüel Yemekler. *Halk Kültüründe Sağlık Dergisi*, 21 (1), 353-368
- Çetin, K. (2020). *Medeniyet Değerlerimiz Mutfak ve Yemek Kültürü*. İstanbul: Ravza Yayıncılık Matbaacılık

- Çobanoğlu, A. (2019). İran'da Muharrem Ayı Aşura Törenlerinde (Taziye) Kullanılan Litürjik Bir Objeye: Hz. Hüseyin'in Sancağını Temsilen "Alem", *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, 92 (1), 171-206
- Demirgöl, F. (2018). Çadırdan saraya Türk mutfağı. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 105-125.
- Dedekargınoğlu, H. (2014). Muharrem ve Aşure. *Hünkâr Alevilik Bektaşılık Akademik Araştırmalar Dergisi*, 1 (1), 31-46
- Eksen, İ. (2001) Çokkültürlü İstanbul Mutfağı – Rumlar, Ermeniler, Museviler, Türkler, Yemek Kültürleri, Tanıklıklar, Tarifler, İstanbul: Sel Yayıncılık
- Görgölü, D. (2018). Konya'da Aşure Şivlilik ve Fener Alayı Geleneği. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5 (12) 66-82
- Gürsoy, D. (2004). *Tarihin süzgecinde mutfak kültürümüz*. Oğlak Yayıncılık.
- Gürsoy, D. (2014). *Deniz Gürsoy'un Gastronomi Tarihi*. İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Maviş, F. (2003). *Endüstriyel Yiyecek Üretimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Işık, Z. (2023). Osmanlı Toplumunda Ramazan Ayı'nın sūfilerin yaşantısı üzerindeki etkileri (19. Yüzyıl - 20. Yüzyıl Başları). *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(1), 224-243.
- Karakuş, Ş., Küçükkömürler, S., & Ekmen, Z. (2007). "Türk Kültüründe Bulgur". Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi, 38. ICANAS, 10-15 Eylül, 1179-1190s. Ankara.
- Polat, K. (2019). Aşure Geleneğinin Tarihsel Arka Planı ve Osmanlı Kültür Dünyasına Yansımaları. *Akademik Dil ve Edebiyat Dergisi*, 3(4) 458-472.
- Özlü, Z. (2011). Osmanlı Devleti'nde Tekkelere Bir Bakış: Aşure Geleneği. *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, 57 (1), 191-212
- Özcan Ş. (2018). Yahudilikte Pesah (Fısıh) Bayramı: Ritüeller ve Semboller Bağlamında Fenomenolojik Bir İnceleme, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 11(61) 1205-1214
- Solmaz, Y., & Altuner, D. D. (2018). Türk mutfak kültürü ve beslenme alışkanlıkları üzerine bir değerlendirme. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 108-124.
- Sürücüoğlu, M. S., & Özçelik, A. Ö. (2007). *Türk mutfak ve beslenme kültürünün tarihsel gelişimi*. ICANAS, Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi, 10-15
- Tuncer, O. C. (1993). Hoca Ahmet Yesevi Türbesi Türk Sanatındaki Yeri ve Restorasyonu Problemleri. *Vakıf Haftası Dergisi*. (10): 181-186.
- Ünlü, İ (2020). Muharrem Matemi/Orucu, Aşure Günü ve Erzincan'da Aşure Etkinlikleri. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13 (2), 31-51.
- Yıldırım, E. (2011). Tunceli Yöresi Alevilerinde Muharrem Ayı'nın Önemi ve Aşure Geleneği. *Fırat Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 16(1).
- Yatkin, Ö & Yılmaz, M (2018). Kısmi Pişirilmiş Buğdayın Kullanım Olanakları. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (1), 360-370.



## EXTENSIVE SUMMARY

### Introduction

Thanks to religion, faith, and different ideologies that have existed in all societies for a long time, there are special times can be found in almost every society. Various ceremonies, celebrations, and sometimes mourning ceremonies are held on certain events that are assumed in these important periods (Bozkuş, 2008). It is seen that these important days, nights, and months have become significant rituals in the lives of societies (Solmaz and Altiner, 2018). These rituals, considered important by all societies, are among the elements that keep both the social and cultural lives of communities vibrant (Karakuş et al., 2007).

According to Polat (2019), it is believed that the first preparation of Ashura, considered a mourning meal in Shiite and Alevi cultures and rich in protein, fat, and carbohydrates, though varying in other cultures and religions, dates to Noah's Ark. After Noah's Flood, Ashura which is made as a soup by combining all the remaining provisions on Noah's Ark, is known, and consumed by many societies, especially in Turkish society, because it is both nutritious and satisfying, in addition to the spirituality attached to Ashura (Demirgöl, 2008). This is the origin of the Ashura day, commonly observed in Muslim and Jewish communities. However, no study has been found in the literature to comparatively evaluate the meaning and history of Ashura in different cultures, religious and sects. It is believed that this study will contribute to the gastronomy literature.

### Method

In this study, the meaning of Ashura has been explored in various cultures, religions and sects. In this context, research on Ashura from various academic disciplines was examined and interpreted of their fields they belong to. The research method in this study primarily consisted of a literature review. Within this framework, the studies listed in Table 1 were utilized for evaluating the subject.

**Table 1.** Investigated Study

Author	Years	Name of the research
Eksen, İ.	2001	Multicultural Istanbul Cuisine – Rumlar, Ermeniler, Museviler, Türkler, Yemek Kültürleri, Tanıklıklar, Tarifler
Baş, E	2004	Ashura Day, Some Thoughts on Its Historical Dimension and Its Place in Ottoman Religious Life
Bozkuş, M	2008	Ashura Day, Muharram Mourning / Fasting and Ashura Practices in Sivas
Akbulut, D.	2010	From Bektashi Lodge Boilers To Palace Pitchers, Ashure As A Tradition Of Sharing
Özlü, Z.	2011	Looking at Tekkes-Dervish Fraternities-In the Ottoman Empire: Tradition of Ashura
Dedekargınoğlu, H.	2014	Muharram and Ashura
Görgülü, D.	2018	Ashura Shivlik and Lantern Procession Tradition in Konya
Özcan Ş.	2018	Passover In Judaism: A Phenomenological Study In The Context Of Rituals And Symbols
Açıkgöz, F.	2019	Making and Distribution Of Ashura At The Ottoman Palace
Çobanoğlu, A	2019	A Liturgic Object Used In Iran The Holy Day Of Āshūrâ' On The Tenth Day Of Muharram: "Standard" Representing The Banner Of Al-Ḥusayn b. 'Alī b. Abī Ṭālib
Polat, K.	2019	The Historical Background of Ashura and Its Reflections in the Ottoman Cultural World
Çetin, K.	2020	Our Civilization Values Cuisine and Food Culture
Ünlü, İ	2020	Muharrem Mourning / Fasting, the Day of Ashura and Ashura Activities in Erzincan
Çeribaş, M. ve Ermeçli, S.	2021	Ritual Dishes in Turkish Culture in the Context of Faith-Health Relationship
Çankal, G	2022	Bolluk ve Bereketten Mateme: Toplumsal Hafızada Aşure
Aymankuy, Ş. ve Pelek, B.	2022	Food-Beverage Rituals in Divine Religions

### Finding and Conclusion

When we examine the origins of Ashura, we find that it existed in communities since the polytheistic religions. Ashura, which was also present in Sumerian and Ancient Greek civilizations. It is holding significance as a food source due to its health benefits and nutritional value, thanks to the diverse ingredients in it. This wheat-based dessert is considered an essential dietary component, owing to its protein, carbohydrates, and vitamin content (Akbulut, 2010).

It is believed that Christian, Muslim, and Jewish communities, living in close proximity to one another, mutually influenced each other's cultures, leading to the transmission of Ashura from one culture to another. The Ashure fasting tradition among Alevis is rooted in a day of mourning, which commemorates the martyrdom of Hüseyin and his followers in Karbala (Ünlü, 2020). Even today, the month of Muharram is recognized as a month of mourning. In contemporary times, this practice has been replaced by blood donation to the Red Crescent. While Sunnis fast on the day before and the day after Ashura, Alevis fast for 12 days (Çankal, 2022). In Bektashi culture, behaviors such as lamentation, crying, and supplication are discouraged, in alignment with the Quranic principle of "avoiding extremism in religion." In Jewish culture, unlike other cultures, Ashura is not observed as a day of mourning but is rather celebrated alongside the Passover holiday, during which individuals purify themselves from sins and make sacrifices for atonement.

In Anatolia, variations in ingredients have led to different names, such as "şirinlişora" or "şirinli soup" in Gaziantep, "aşır" in Kilis, "molasses hedik" in orum, and "molasses hedik" or "raisin soup" in Sivas (zl, 2011). Although similar desserts to Ashura can be found in various regions, they have persisted to the present day with some regional distinctions, such as Saffron-infused Slolehzard in Iran, the Anthesteria Festival in Ancient Greece, Anuş abur among Armenians, and baozou in China (Akbulut, 2010). During the Ottoman era, various forms of Ashura, including those with milk and strained grains, were commonly prepared in palaces (Açıkgöz, 2019). Before the Maraş ice cream had not yet been created, powdered ice cream and Ashura ice cream were available in the palace (etin, 2020).

In conclusion, the history of Ashura traces back to the earliest civilizations, and it has served as a food item for both mourning and celebrations throughout history. Although it may take on different forms in various cultures, the common theme appears to be sharing.



Dergi Anasayfası: [ATA Dergisi](#)

# Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi

## Journal of Eurasia Tourism Research

Journal Homepage: [JETouR](#)



### Pozitif ve Negatif Duygu Durumlarında Yemek Yeme İştahu ve Yemek Sonrası Suçluluk Hissi: Trabzon'da Bir Araştırma\*

#### *Appetite for Eating in Positive and Negative Emotional States and Feeling Guilty After Eating: A Study in Trabzon*

Serpil YALIM KAYA<sup>1,\*\*</sup>, Esra şAHİN<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Asst. Prof., Department of Gastronomy and Culinary Arts, Faculty of Tourism, Mersin University, Mersin, Türkiye

<sup>2</sup>MSSc. Student, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Institute of Social Sciences, Mersin University, Mersin, Türkiye

#### MAKALE BİLGİSİ

Araştırma Makalesi

*Makale Süreci:*

Gönderim : 8 Ekim 2023  
Düzeltilme : 20 Ekim 2023  
Kabul : 21 Ekim 2023  
Yayınlanma : 29 Ekim 2023

*Anahtar Kelimeler:*

Yeme iştahu  
Yemek sonrası suçluluk hissi  
Pozitif duygu durumu  
Negatif duygu durumu  
Cinsiyet

#### ARTICLE INFO

Research Article

*Article history:*

Received : 8 October 2023  
Revised : 20 October 2023  
Accepted : 21 October 2023  
Available : 29 October 2023

*Keywords:*

Appetite for eating  
Feeling guilty after eating  
Positive emotional states  
Negative emotional states  
Gender

#### ÖZ

Bireylerin hissettikleri duygular, gıda tüketim davranışına yön vermektedir. Duygusal yeme davranışı, bireylerin negatif duygu durumları içerisindeyken içerisinde buldukları ruh halinden uzaklaşma, iyi ve mutlu hissetme amacıyla tüketilen yiyecekler olurken pozitif duygu durumlarında içinde bulunan hazzı devam ettirme, ödül ve mutluluk kaynağı olarak görülmektedir. Bu araştırmada bireylerin cinsiyetleri ile farklı duygu durumlarındaki iştah durumu ve tüketimden sonraki suçluluk duygusu arasında ilişki olup olmadığını incelemek amaçlanmıştır. Trabzon'da kota örnekleme yöntemi ile seçilen 268 birey ile gerçekleştirilen bu araştırmanın verileri ki-kare testleri yapılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmada bireylerin cinsiyetleri ile negatif duygu durumlarındaki iştah arasında anlamlı bir ilişki ( $p<0,05$ ) bulunmuştur. Kadınların erkeklere oranla negatif duygu durumlarında iştahlarının daha fazla azaldığı sonucuna ulaşılmıştır. Pozitif duygu durumlarında her iki cinsiyetinde iştahlarının arttığı ve tükettikleri yiyeceklerden suçluluk duymadığı görülmüştür. Negatif duygu durumlarında ise iştah düzeyi önemli bir ölçüde azalmaktadır. Pozitif ve negatif duygu durumlarında suçluluk duyan bireylerin gıda tüketim davranışları incelendiğinde, porsiyon miktarına dikkat etmedikleri, bol kalorili yiyecekler tükettikleri ve diyet yaparken tatlı atıştırmalık vs. tükettikleri için suçluluk hissettikleri görülmüştür.

[Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi](#) yayını [Bayram KANCA](#) tarafından [CC BY-NC-SA 4.0](#) ile lisanslanmıştır.

#### ABSTRACT

The emotions that individuals feel guide their food consumption behavior. Emotional eating behavior is seen as a source of reward and happiness for individuals to get away from the mood they are in when they are in negative emotional states, to maintain the pleasure found in positive emotional states while eating food consumed for the purpose of feeling good and happy. In this research, it was aimed to examine whether there is a relationship between the gender of individuals and the state of appetite in different emotional states and the feeling of guilt after consumption. The data of this research, which was conducted with 268 individuals selected by quota sampling method in Trabzon, were carried out by performing chi-square tests. In the study, a significant relationship was found between the gender of individuals and appetite in negative emotional states ( $p<0.05$ ). It has been concluded that women's appetite decreases more in negative emotional states than men's. It has been observed that in positive emotional states, their appetite increases in both sexes and they do not feel guilty about the food they consume. In negative emotional states, the appetite level decreases significantly. When the food consumption behaviors of individuals who feel guilty in positive and negative emotional states were examined, it was observed that they felt guilty for not paying attention to portion size, consuming high-calorie foods, and consuming sweet snacks et al while dieting.

[Journal of Eurasia Tourism Research](#) by [Bayram KANCA](#) is licensed under [CC BY-NC-SA 4.0](#)

\*Bu alışma "Konfor Gıda Tüketimi Üzerine Trabzon İlinde Araştırma" isimli yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

\*\*Sorumlu yazar / Corresponding author



0000-0002-4762-596X (S. YALIM KAYA), 0000-0003-3277-1136 (E. şAHİN)



syalim@mersin.edu.tr (S. YALIM KAYA), ssahinesraa@gmail.com (E. şAHİN)

## 1. GİRİŞ

Beslenme, bir insanın sağlıklı yaşamını sürdürmesi, büyümesi ve gelişmesi amacıyla eksiksiz, yeterli, çeşitli, dengeli ve güvenli besin öğelerini uygun şekilde alma eylemidir (Fuente Gonzalez vd., 2022). İnsan, dinlenirken, uyurken ya da rüya görürken beslenme kanunlarının etkisi altında kalmaya devam etmektedir (Brillat-Savarin, 2016: 194). Beslenme, fizyolojik, çevresel, psikolojik ve sosyal gibi çeşitli faktörler tarafından duygu düzenlemede bir araç olarak görülmektedir (Hamburg vd., 2014; Fuente Gonzalez vd., 2022). Açlıkta ve vücut enerjisi azlığında enerji dengesini düzenlenmek için yemek yemek; doyunlukta yemekten kaçınmak 'homeostatik' bir beslenmedir. Metabolik olarak yönlendirilen bu yemenin aksine, diğer tüm yemeler 'homeostatik olmayan' yani bilişsel, ödül ve duygusal faktörlerin katılımını ifade eden 'hedonik' beslenmedir. İnsanlar yalnızca metabolik olarak aç olduğunda yemek yemezler. Çoğu zaman aç olmamasına ve büyük yağ rezervlerine rağmen yemek yerler (Berthoud, 2011: 888). İştah hem metabolik ihtiyaç (homeostatik düzenleme) hem de ödül (hedonik) yolaklarla düzenlenir (Berthoud, 2011: 888; Fuente Gonzalez vd., 2022). Yemek yeme, her zaman fiziksel bir açlık değildir, duyguların oluşturduğu boşluk kişilerde yemek yemeyi harekete geçirmektedir (Mayo Clinic, 2014). Yeme, duyguları düzenleme, rahatlık ve ödül anlamına da gelmektedir (Hamburg vd., 2014: 1-2). Duygular, kişilere göre yemek yeme dürtüsünü harekete geçirmektedir. Aynı duygu farklı kişilerde farklı yeme dürtüsünü ortaya çıkarmaktadır. Örneğin, negatif duygu durumu içerisinde olan bazı kişilerde gıda tüketimi artarken bazı kişilerde de bunun tam aksine korku, üzüntü ve stres vb. bağlı olarak gıda tüketimi azalmaktadır. Negatif duygu durumu altında olan duygusal yiyecekler içeriği daha çok karbonhidratlı, daha yağlı ve daha tatlı yiyecekleri yeme eğiliminde oldukları görülmüştür (Macht, 2008: 2-4). Çeşitli ruh hallerinin sonucunda oluşan bir yeme davranışı “duygusal yeme” olarak tanımlanmaktadır (Mayo Clinic, 2014; Serin & Şanlıer, 2018: 135). Duygusal yemenin bireysel belirleyicileri psikolojik, durumsal veya biyolojik faktörler olarak sınıflandırılabilir. Durumsal faktörler, belirli bir kişinin, doğası gereği sabit olmaktan çok geçici olan mevcut bireysel koşullarını tanımlar. Biyolojik belirleyiciler, fizyolojik özelliklerdeki bireysel farklılıkları kapsar. Psikolojik belirleyiciler, öz düzenleme, motivasyon ve yeme düzenleme stratejileriyle ilgili oldukça uzun süreli bireysel farklılık özelliklerine atıfta bulunur (Mantau vd., 2018: 93).

Bireylerin pozitif veya negatif ruh hali durumları duygusal yemenin potansiyel belirleyicileri olarak değerlendirilir (Mantau vd., 2018: 93). Pozitif duygular kategorisinde mutluluk, minnettarlık, sevinç, coşku, gurur, iyimserlik, sağlıklı yaşam, duyguları ifade edebilme gibi durumlar yer almaktadır. Negatif duygular kategorisinde üzüntü, cesaret kırılması, hayal kırıklığı, öfke, mutsuzluk, depresyon, pişmanlık, umutsuzluk, yalnızlık, suçluluk hissi, acı, öfke, utanç, tiksinti, kıskançlık, korku, anksiyete, endişe, ajitasyon, stres, panik gibi duygu durumları yer almaktadır (Serin & Şanlıer, 2018: 136). Duygusal yeme, genellikle olumsuz duygulara yanıt olarak şeker ve yağ bakımından zengin, enerji açısından yoğun, aşırı lezzetli gıdaların aşırı tüketimiyle karakterize edilmesine rağmen birçok rapor, duygusal yemenin olumlu duyguların varlığıyla da ilişkili olduğunu göstermektedir (Fuente Gonzalez vd., 2022). Bu çalışmada, Trabzon’da yaşayan bireylerin pozitif ve negatif duygu durumlarında yemek yeme iştahı ve yemekten sonra suçluluk hissetme durumu araştırılmıştır.

## 2. YÖNTEM

Nitel araştırma yöntemleri ile tasarlanan bu araştırmanın evrenini Trabzon’da yaşayan 18-76 yaş arasındaki bireyler oluşturmaktadır. TÜİK verilerine göre Trabzon’da 18-76 yaş arasında 2021 itibarıyla toplam 492 bin 232 kişi bulunmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise Trabzon’un Akçaabat, Maçka, Ortahisar ve Yomra ilçelerinde yaşayan 18- 76 yaş aralığındaki bireyler oluşturmaktadır. Tüm nitel veri toplama çalışmalarında örnek büyüklüğünün en az 15 olması tavsiye edilmekle birlikte (Mason, 2010:3), bu çalışmada 1 Haziran 2022 - 15 Aralık 2022 tarihleri arasında 142 kadın ve 126 erkek olmak üzere 268 katılımcıdan veri toplanmıştır. Örneklem belirlenirken amaçlı örnekleme türlerinden biri olan tabakalı amaçsal örnekleme (kota örnekleme) tekniği ve kartopu örnekleme yöntemi seçilmiştir. Tabakalı örnekleme yöntemi sınırları çizilmiş bir evrende alt tabakalara ayrılması, evreni oluşturan her grubun belirli bir oranda çalışmada temsil edilmesidir. Toplam örneklemin içinde tabakaların eşit düzeyde temsil edilmesi, bulguların evreni temsil etme gücü artmaktadır (Kozak, 2018: 107; Yıldırım & Şimşek, 2018: 116). Araştırma verileri önceki çalışmalara (Soffin & Batsell, 2019; Şimşek vd., 2019) göre hazırlanmış yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak toplanmıştır. Bu çalışma, 10 Mayıs 2022 tarih ve 181 sayılı Mersin Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu Kararı ile etik olarak onaylanmıştır.

Farklı duygu durumları ile gıda tüketimi ve gıda tüketiminden suçluluk duyup duymama arasında bir ilişki olup olmadığını tespit etmek amacıyla SPSS 25.0 paket programında ki- kare testleri yapılmıştır. Ki-kare testi genellikle iki bağımsız nitel grubun arasında ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılmaktadır (Güngör & Bulut, 2008: 84). Yapılan ilişki testinde, “iki değişken arasında ilişki olması, bir değişkenin düzeyindeki cevapların, diğer değişkenin düzeylerinde farklılaştığını” ortaya koymaktadır (Büyüköztürk, 2020: 158). Ki-kare bağımsızlık testi, iki farklı değişkenin r\*c şeklinde çapraz tablolarla verilerin kategorilerine ilişkin gözlenen frekansla beklenen frekanslar arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını tespit etmek için kullanılmaktadır. Test sonuçları değerlendirilmesinde ki-kare değeri ve anlamlılık düzeyi (p değeri) etkili olmaktadır. Anlamlılık düzeyi p<0,05 olduğu durumlarda iki değişken arasında anlamlı bir ilişki olduğu, anlamlılık düzeyi p>0,05 olduğu

durumlarda ise iki değişken arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı söylenmektedir. (Ural & Kılıç, 2018: 248; Kozak, 2018: 133).

Hesaplanan ki-kare değeri ile teorik ki-kare değeri arasındaki farkı indirgemek amacıyla Yates düzeltmesinin yapılması önerilmektedir. Yate's Continuity Correction her hücre için "gözlenmiş değer – beklenen değer" farkından 0.5 değerinin çıkarılmasıyla hesaplanır ve bu yöntem ile Pearson'ın yöntemine göre daha küçük ki-kare değeri, dolayısıyla da daha büyük p değeri elde edilir (Kılıç, 2016: 180-181). 2x2'lik tablolarda herhangi bir hücrenin frekans değerinin 25'in altında olması durumunda, Yates düzeltmeli ki-kare değeri kullanılarak değişkenler arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığı tespit edilmiştir. Ki-kare testi için her hücre frekansın en az 5 olması gerekmekte, bu şartlar sağlanmadığı durumda kategorilerin birleştirilmesi gerekmektedir. Örneğin; beklenen değeri 5'ten küçük olan hücre sayısı %20'nin üstüne çıktığı durumlar için "zayıf" ile "normal" kilo kategorisindeki katılımcılar tek bir kategori (zayıf+normal) altında birleştirilmiştir. Benzer olarak, "Kısmen suçluluk duyuyorum" ve "suçluluk duyuyorum" seçenekleri birleştirilerek tablolar yeniden düzenlenmiş ve ki-kare analizine uygun hale getirilmiştir. Beklenen değeri 5'in altında olan hücre oranı %20'nin üzerine çıktığı durumlarda Ki-kare analizi varsayımlarını sağlamak amacıyla eğitim durumu için "ön lisans", "lisans" ve "lisansüstü" seçenekleri "yükseköğretim" kategorisi altında birleştirilmiştir.

Araştırmada 2x2'nin üstünde olan nitel değişkene sahip tablolarda değişkenler arasındaki ilişkinin düzeyini belirlemek amacıyla olağanlık katsayısı (contingency coefficient) kullanılmıştır. Yapılan araştırmalar sonucu direkt olarak yorumlanamayan olağanlık katsayısı değeri Pearson korelasyon katsayısı (Pearson correlation coefficient) (r) olarak yorumlanmaktadır. "Kolerasyon katsayısının mutlak değer olarak, 0,70-1.00 arasında olması, yüksek; 0,70-0,30 arasında olması orta; 0,30-0,00 arasında olması ise, düşük düzeyde bir ilişki olarak tanımlanabilir." (Büyüköztürk, 2020: 31-32).

### 3. BULGULAR

Trabzon'un Akçaabat, Maçka, Ortahisar, Yomra ilçelerinin her birinden 36 ±2 kişiyle görüşülerek yapılan çalışmada katılımcıların %29'unun ilköğretim, %39'unun lise ve %32'sinin üniversite mezunu olduğu belirlenmiştir. Beden Kitle İndeksi (BKİ) değerlerine göre katılımcıların %3'ünün zayıf, %25'inin normal, %36'sı kilolu ve %35'inin obez olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 1.** Cinsiyet ile Pozitif Duygu Durumundaki İştah Arasındaki İlişki

		İştah Durumu			Toplam	
		Artar	Azalış	Değişmez		
Cinsiyet	Kadın	N	61	7	74	142
		Cinsiyet içinde %	43,0	4,9	52,1	100,0
		İştah durumu içinde %	46,2	70,0	58,7	53,0
		Düzeltilmiş Artık	-2,2	1,1	1,8	
	Erkek	N	71	3	52	126
		Cinsiyet içinde %	56,3	2,4	41,3	100,0
		İştah durumu içinde %	53,8	30,0	41,3	47,0
		Düzeltilmiş Artık	2,2	-1,1	-1,8	
Toplam	N	132	10	126	268	
	Cinsiyet içinde %	49,3	3,7	47,0	100,0	
	İştah durumu içinde %	100,0	100,0	100,0	100,0	

NOT: Pearson  $\chi^2$ : 5,262; s.d.: 2; p: 0,072; Beklenen değeri 5'in altında olan hücre oranı: %16,7; En küçük beklenen değer: 4,70

Tablo 1'de cinsiyet ile pozitif duygu durumundaki iştah arasındaki ilişki gösterilmektedir. Tablo incelendiğinde cinsiyet ile pozitif duygu durumundaki iştah arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Kendini mutlu, keyifli ve iyi hissettikleri duygu durumlarında kadın katılımcıların %52'sinin iştah durumunun değişmediği, %43'ünün ise iştahlarının arttığı görülmüştür. Erkek katılımcıların ise %56'sının iştahının arttığı %41'inin iştah durumunun değişmediği bulgulanmıştır.

Tablo 2'de cinsiyet ile negatif duygu durumlarındaki ilişki gösterilmektedir. Cinsiyet ile negatif duygu durumundaki iştah arasında ,325 değerinde zayıf düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. Negatif duygu durumlarında kadınların iştahları erkeklere göre daha fazla etkilenmektedir. Kadınlar %56,3'ü kendilerini stresli, gergin, mutsuz hissettiği duygu durumlarında iştahlarının azaldığını ifade etmiştirler, erkeklerde bu oranın %41,3 olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Tablo 2.** Cinsiyet ile Negatif Duygu Durumundaki İştah Arasındaki İlişki

			İştah Durumu			Toplam
			Artar	Azalar	Değişmez	
Cinsiyet	Kadın	n	48	80	14	142
		Cinsiyet içinde %	33,8	56,3	9,9	100,0
		İştah durumu içinde %	55,2	60,6	28,6	53,0
		Düzeltilmiş Artık	,5	2,5	-3,8	
	Erkek	n	39	52	35	126
		Cinsiyet içinde %	31,0	41,3	27,8	100,0
		İştah durumu içinde %	44,8	39,4	71,4	47,0
		Düzeltilmiş Artık	-,5	-2,5	3,8	
Toplam	n	87	132	49	268	
	Cinsiyet içinde %	32,5	49,3	18,3	100,0	
	İştah durumu içinde %	100,0	100,0	100,0	100,0	

NOT: Pearson  $\chi^2$ : 14,969; s.d.: 2; p: 0,001; Beklenen değeri 5'in altında olan hücre oranı: %0; En küçük beklenen değer: 23,04; Olağanlık katsayısı C: 0,230; r türünden C: 0,325

Tablo 3'te cinsiyet ile günlük tüketilen yiyeceklerden sonraki suçluluk duygusu arasındaki ilişki verilmektedir. Tabloda görüldüğü üzere cinsiyet ile günlük tüketilen yiyeceklerden sonraki suçluluk duygusu arasında anlamlı bir ilişki yoktur. Kadın katılımcıların %88'i erkek katılımcıların ise %86,4'ü günlük hayatta tükettikleri yiyeceklerden suçluluk duymamaktadır. Tüm cinsiyetler içinde suçluluk duyan %12,7'lik kesim ise porsiyon fazlalığı, hastalıkları, kiloları, karbonhidrat ağırlıklı beslendikleri ve diyetle olup diyetlerini tam olarak devam ettiremedikleri için suçluluk duydıklarını ifade etmişlerdir.

**Tablo 3.** Cinsiyet ile Günlük Tüketilen Yiyeceklerden Sonraki Suçluluk Duygusu Arasındaki İlişki

			Suçluluk Duygusu		Toplam
			Hayır	Evet	
Cinsiyet	Kadın	n	125	17	142
		Cinsiyet içinde %	88,0	12,0	100,0
		Suçluluk duygusu içinde %	53,6	50,0	53,2
		Düzeltilmiş Artık	,4	-,4	
	Erkek	n	108	17	125
		Cinsiyet içinde %	86,4	13,6	100,0
		Suçluluk duygusu içinde %	46,4	50,0	46,8
		Düzeltilmiş Artık	-,4	,4	
Toplam	n	233	34	267	
	Cinsiyet içinde %	87,3	12,7	100,0	
	Suçluluk duygusu içinde %	100,0	100,0	100,0	

NOT: Yates düzeltilmeli  $\chi^2$ : 0,046; s.d.: 1; p: 0,830; Beklenen değeri 5'in altında olan hücre oranı: %0; En küçük beklenen değer: 15,92

Tablo 4'te katılımcıların cinsiyetleri ile pozitif duygu durumlarında tükettikleri gıdalardan sonraki suçluluk duygusu gösterilmiştir. Tablo incelendiğinde cinsiyet ile pozitif duygu durumundaki suçluluk duygusu arasında anlamlı bir ilişki olmadığı görülmektedir. Kadın katılımcıların %66,2'si, erkek katılımcıların %69,8'i pozitif duygu durumlarında tükettikleri yiyeceklerden suçluluk duymadıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcıların %14,6'sı pozitif duygu durumlarında yüksek kalorili yiyecekler (tatlı, atıştırmalık vs.) tercih ettikleri, bu tercihlerinden sonra suçluluk duydıklarını ifade etmişlerdir.

**Tablo 4.** Cinsiyet ile Pozitif Duygu Durumunda Tüketilen Gıdalardan Sonraki Suçluluk Duygusu Arasındaki İlişki

		Suçluluk duygusu			Toplam	
		Tüketmiyor/Yok	Hayır	Evet		
Cinsiyet	Kadın	n	24	94	24	142
		Cinsiyet içinde %	16,9	66,2	16,9	100,0
		Suçluluk duygusu içinde %	51,1%	51,6	61,5	53,0
		Düzeltilmiş Artık	-,3	-,6	1,2	
	Erkek	n	23	88	15	126
		Cinsiyet içinde %	18,3	69,8	11,9	100,0
		Suçluluk duygusu içinde %	48,9	48,4	38,5	47,0
		Düzeltilmiş Artık	,3	,6	-1,2	
Toplam	n	47	182	39	268	
	Cinsiyet içinde %	17,5	67,9	14,6	100,0	
	Suçluluk duygusu içinde %	100,0	100,0	100,0	100,0	

NOT: Pearson  $\chi^2$ : 1,346; s.d.: 2; p: 0,510; Beklenen değeri 5'in altında olan hücre oranı: %0; En küçük beklenen değer:

Tablo 5'te cinsiyet ile negatif duygu durumlarında tüketilen gıdalardan sonraki suçluluk duygusu arasındaki ilişki gösterilmektedir. Tablo incelendiğinde cinsiyet ile negatif duygu durumunda tüketilen gıdalardan sonraki suçluluk duygusu arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Katılımcıların %48,5'i stresli, gergin ve mutsuz iken

bir Şey tüketmediğini veya iştahının azaldığını ifade etmişlerdir. Toplam katılımcıların sadece %16'sı suçluluk duyduklarını ifade etmişlerdir.

**Tablo 5.** Cinsiyet ile Negatif Duygu Durumunda Tüketilen Gıdalardan Sonraki Suçluluk Duygusu Arasındaki İlişki

		Suçluluk Duygusu			Toplam	
		Tüketmiyor/Yok	Hayır	Evet		
Cinsiyet	Kadın	n	68	52	22	142
		Cinsiyet içinde %	47,9	36,6	15,5	100,0
		Suçluluk duygusu içinde %	52,3	54,7	51,2	53,0
	Erkek	Düzeltilmiş Artık	-,2	,4	-,3	
		n	62	43	21	126
		Cinsiyet içinde %	49,2	34,1	16,7	100,0
Toplam	Suçluluk duygusu içinde %	47,7	45,3	48,8	47,0	
	Düzeltilmiş Artık	,2	-,4	,3		
	n	130	95	43	268	
Toplam	Cinsiyet içinde %	48,5	35,4	16,0	100,0	
	Suçluluk duygusu içinde %	100,0	100,0	100,0	100,0	

NOT: Pearson  $\chi^2$ : 0,198; s.d.: 2; p: 0,906; Beklenen değeri 5'in altında olan hücre oranı: %0; En küçük beklenen değer: 20,22

#### 4. TARTIşMA VE SONUÇ

Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) sağlık kavramını “sadece hastalık ve sakatlığın olmayışı değil, bedence, ruha ve sosyal yönden tam iyilik halidir” olarak tanımlamıştır. Yeme ihtiyacı, fizyolojik, durumsal ve psikolojik faktörlere bağlıdır (Mantau vd., 2018: 93). Psikolojik ihtiyaçtan kaynaklanan yeme davranışına “duygusal yeme” denilmektedir. Buradaki temel amaç kendini iyi hissetme, yiyecekte haz almaktır. Hem negatif hem de pozitif duygu durumlarında bu gıda tüketim davranışı gerçekleşmektedir (Macht, 2008; Serin & şanlıer, 2018; Dönmez, 2021). Bazı alışmalar aşırı lezzetli, enerji açısından yoğun gıdaların tüketiminin duygusal yeme ile ilişkili olabileceğini göstermektedir. (Fuente Gonzalez vd., 2022). Duygusal yeme davranışının altında hedonik ihtiyaçlar yatmaktadır. Yemek doğal bir ödöl olduğu için haz kaynağıdır. Bazen sırf can sıkıntısında duygusal yeme eylemi gerçekleştirilirken bazen de keyif, ödöl, mutluluk kaynağı olarak görölmektedir (Dönmez, 2021: 122-124).

Beden Kitle İndeksi (BKİ) değeri bireylerin vücut ağırlığının (kg) boy uzunluğunun (m) karesine bölünmesinin sonucu olup, bir popölasyonu veya bireyi düşük kilolu (BKİ<18,5), normal kilolu (BKİ 18.5-24.9), kilolu (BKİ 25.0-29.9) veya obez (BKİ 30.0-39.9) olarak sınıflandırmak için kullanılmaktadır (Fuente Gonzalez vd., 2022). Bu çalışmada katılımcıların cinsiyetleri ile BKİ'leri arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer yandan dikkat çekici bir sonuç ise katılımcıların neredeyse dörtte üçünün kilosunun ‘normal’ kilodan fazla olduğudur. İnsanların sağlığı beslenmeleriyle yakından bağlantılıdır (Fuente Gonzalez vd., 2022). Obezite, kısmen hareketsiz davranışlar ve yüksek yağlı ve yüksek şekerli gıdaların aşırı tüketimiyle karakterize edilen modern yaşam tarzlarına atfedilebilecek önemli bir halk sağlığı sorunudur (Barrington vd., 2014). Olumsuz ruh halini sağlıksız yiyecek alımı yoluyla düzenleme eğilimi olan duygusal yeme, günümüzün obezite salgınının bir kaynağı olarak da kabul edilmektedir (Mantau vd., 2018: 93). Obezite dünyanın önde gelen beslenmeye bağlı sağlık sorunudur. Aşırı lezzetli, enerji açısından yoğun gıdaların daha yüksek miktarlarda tüketilmesi vücutta enerji birikmesine yol açabilir, bu da vücut ağırlığında artışa ve diğer ilişkili hastalıklara neden olabilir (Fuente Gonzalez vd., 2022). Kadınlar yüksek stres duyarlılığı gösterdiklerinden ve artan obezite oranlarıyla ilişkili çıktıklarından, tercih edilen gıdalara yönelik motivasyondaki stres kaynaklı artışların kilo alımı için cinsiyete özđü bir faktör olabileceği varsayılmaktadır (Pankevich & Bale, 2012: 1539).

Araştırmanın amacı kapsamında bireylerin cinsiyetleri ile farklı duygu durumlarındaki yeme iştahı ve yemek sonrası suçluluk hissi incelenmiştir. Bireylerin cinsiyetleri ile negatif duygu durumlarındaki iştah arasında 0,325 değerinde zayıf düzeyde bir ilişki bulunmuştur. Kadınların erkeklere oranla negatif duygu durumlarında iştahları daha fazla azaldığı sonucuna ulaşılmıştır. Negatif duygu durumlarında bireylerin %48,5'inin yiyecek tüketimini azalttığı sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan araştırmalarda da (Macht, 2008; Evers vd., 2013) bireylerin negatif ve pozitif duygu durumlarında iştahlarının değiştiği, özellikle negatif duygu durumlarında iştahsızlık olduğu görölmüştür. Cinsiyet ve pozitif duygu durumlarındaki iştah ise incelendiğinde kadınların iştahlarının değişmediğini (%52,1), erkeklerin iştahlarının ise arttığı (%56,3) görölmüştür. Negatif duygu durumlarının aksine pozitif duygu durumlarında her iki cinsiyette iştah azalması olmamıştır. Kadınların %52,1' inin iştah durumu değişmez iken, erkeklerin %56,3' ünün iştahları artmıştır. Elde edilen sonuçlar literatür ile kıyaslandığında paralellik gösterdiği görölmektedir (LeBel vd., 2008; şimşek, 2019; Steinmann vd., 2022). Bireylerin farklı duygu durumlarına tepki olarak iştah durumu veya yiyecek alımında %30 ila %48 oranında artmakta veya azalmaktadır (Macht, 2008: 2). Duygusal yeme davranışı gösteren bireylerin aksine kendilerini yemek konusunda kontrol eden bireyler üzerinde yapılan bir araştırma, pozitif duygu durumlarında daha çok okolatalı kurabiye tükettikleri sonucuna ulaşılmıştır (Turner vd., 2010).

Pozitif duygu durumlarında katılımcıların yalnız %3,7 si iştahlarının azaldığını belirtmiştir. Negatif duygu durumların rahatlatıcı yiyecek tüketimini tetiklediği yaygın olarak kabul edilse de, pozitif duygu durumlarda insanlar kendilerini ödüllendirmek veya yüksek ruh hallerini sürdürmek için yemek yemekteler. İnsanların sadece üzgün olduklarında veya yalnız hissettiklerinde değil, kutlama havasında veya kendilerini ödüllendirme gibi pozitif duygu durumlarında rahatlatıcı yiyecekleri tüketmektedirler (Soffin & Batsell, 2019: 153). Doğum günleri, düğünler, festivaller yani kişilerin kendini olumlu duygular içinde hissettikleri zamanlarda yemek, sadece beslenme anlamında değil sosyalleşme, ait olma, bağ kurma gibi anlamlarına da geldiği söylenebilmektedir. Olumlu duygu durumlarında yemek süresinin ve yemekten alınan zevkin arttığı, kişilerin rahatladığı ve daha çok gıda tükettikleri gözlemlenmiştir (Evers vd., 2013: 2-3). Negatif duygu durumunda iştahı azalanlar toplam katılımcının %49,3' ünü oluşturmaktadır. Bu da duygu durumunun iştah üzerine önemli oranda etki ettiğinin bir göstergesidir. Çoğu insan negatif duygu durumlarından strese tepki olarak daha fazla yerken bazıları daha az yemekteler (Barrington vd., 2014). İnsanların olumsuz bir duygu durumundayken rahatlatıcı yiyecek arayacakları, öğünler arasında yüksek yağlı ve yüksek şekerli gıda tüketiminin arttığı bildirilmiştir (Soffin & Batsell, 2019). Kadınlar ve obez bireyler arasında tutarlı ilişkilerin bulunduğu; kadınların olumsuz bir duygu durumu olan stresle ilişkili gıda tercihlerinin şeker ve yağ oranı yüksek gıdalara yönelik olduğu bildirilmiştir (Barrington vd., 2014).

Soffin ve Batsel (2019) bireylerin kendilerini rahatlatan konfor gıdalar ile ilgili çalışmalarında erkeklerin bir ila üç konfor gıdası varken kadınların dört ila yedi konfor gıdası olduğunu; kadınların erkeklere göre daha fazla konfor gıda tükettiğini belirtmişlerdir. Fakat aksi bir görüş olarak Abblots ve Lavis (2013: 8) yemek yemenin ne kadar rahatlık ve beslenme kaynağı olarak gözükse de yedikten sonra suçluluk ve gerginlik kaynağı olan bir tarafı olduğunu da göstermişlerdir.

Araştırmaların çoğu negatif duygular ile yeme davranışı arasındaki ilişkiye odaklanmıştır. Bununla birlikte, bazı çalışmalar aynı zamanda pozitif duygular ile aşırı lezzetli, enerji açısından yoğun gıdaların tüketimi arasında bir ilişki olduğunu da bildirmektedir (Fuente Gonzalez vd., 2022). Pozitif duygusal uyarılma düzeyi yüksek bireylerin, nötr duygu kontrollerine kıyasla sağlıksız atıştırmalık yiyecek tüketiminin arttırdığı bulunmuştur (Soffin & Batsel, 2019: 153). Sağlıksız yiyeceklerin tüketiminin artmasının bireylerin suçluluk hissini artmasında etkili olacağı düşünülmektedir. Spesifik olarak, olumsuz bir ruh halindeki bireylerin, tipik olarak yüksek şeker içeriğine atfedilen, ruh halini iyileştirici özellikler içeren lezzetli yiyecekleri aşırı yemeleri ve tüketmeleri beklenir ve bunun sonucunda kilo alımına (Mantau vd., 2018: 93) ve yemek yeme suçluluğuna yol açabilir.

Bireylerin cinsiyetleri ile günlük hayatta tükettikleri yiyeceklerden sonra suçluluk duygusu arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Günlük hayatta tüketilen yiyeceklerin asıl amacının karnı doyumak olduğu düşünülünce suçluluk ilişkisinin olmaması normal karşılanmıştır. Suçluluk duyan kesim incelendiğinde estetik kaygıları, yüksek kalorili beslendikleri, hastalıkları vb. sebeplerden dolayı suçluluk duyduğu görülmüştür. Mersin'de Şimşek ve arkadaşları, (2019)'nın gerçekleştirdiği araştırmada da bireylerin günlük hayatta tükettikleri yiyeceklerden suçluluk duymadıkları bulgulanmıştır.

Yapılan araştırmanın bir diğer sonucu olarak bireylerin cinsiyetleri ile pozitif duygu durumlarında tükettikleri yiyeceklerden sonraki suçluluk duygusu arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Cinsiyetlere göre suçluluk duygusu incelendiğinde iki cinsiyetin de suçluluk duymadığı (%67,9) görülmüştür. Pozitif duygu durumlarında yedikleri yiyeceklerden haz alan bireylerin suçluluk duymadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bireyler duygusal açıdan yemeyi bir ödül kaynağı olarak da görmektedirler. Kendilerini iyi hissettiklerinde, keyifli bir sohbet ortamında tüketmekten hoşlandıkları gıdaları tüketme eğilimindedirler (Hamburg vd., 2014; Dönmez, 2021: 124).

Negatif duygularla başa çıkmada duygusal yeme psikolojik bir rahatlık sağlamaktadır. Bireylerin cinsiyetleri ile negatif duygu durumlarında tükettikleri yiyeceklerden sonraki suçluluk duygusu arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Her iki cinsiyetteki katılımcılar benzer şekilde tükettikleri yiyeceklerden suçluluk duymamaktadır. Negatif duygu durumlarında, bireylerin büyük bir çoğunluğu (%48,5) iştahlarının azaldığını, herhangi bir şey tüketmek istemediklerini ifade etmişlerdir. Araştırma sonuçları Şimşek ve arkadaşları (2019) ve Macht (2008) ile kıyaslandığında paralellik göstermektedir. Fakat yapılan bir başka çalışmada bu araştırma çıktılarının aksine herhangi bir ruhsal bozukluğa sahip olmayan kişilerin, negatif duygu durumlarında pozitif duygu durumlarına kıyasla daha fazla gıda tüketimi gerçekleştirdiği sonucuna ulaşılmıştır (Evers vd., 2013). Bireylerin negatif duygu durumlarında tercih ettikleri yiyecekler incelendiğinde stresli zamanlarda, daha fazla kalorili, yağlı yiyecekler seçtiği gözlemlenmiştir (Macht, 2008; Şimşek vd., 2019). Bireylerin rahatlamak için üzgün anında kurabiye, dondurma ve patates çipsi tükettiği; stres durumlarında pizza, browni, şekerleme, çikolata, kek gibi atıştırmalık gıda tükettiği sonucuna ulaşılmıştır (Şimşek vd., 2019). Duygular ve ruh halleri organizmanın belirli bir uyarının veya durumun elverişlilik derecesi hakkında onu bilgilendiren anında verdiği tepkidir (Fuente Gonzalez vd., 2022). İnsanların kendilerini olumsuz, negatif duygulardan (stres, ayrılık, yalnızlık), uzaklaştırmaya veya hafifletmeye çalıştığı veya tam tersi olumlu, pozitif duygu (kutlama, kültürel bağlılık) hissini arttırmaya çalıştığı konfor gıdaları tükettikleri rapor edilmiştir (Soffin & Batsel, 2019: 154). Yapılan bir çalışmada, Mersin'deki katılımcıların pozitif duygu durumlarında içecek (çay, hazır kahve, Türk kahvesi), atıştırmalık (çikolata), tatlı (künefe, baklava) ve sıcak



yiyecekleri en çok tükettikleri; negatif duygu durumunda ise çoğunlukla iştahlarının azaldığı gözlenmiştir (şimşek vd., 2019).

Kadınlar açısından pozitif ve negatif duygu durumlarında tükettikleri yiyeceklerden sonraki suçluluk duygusu incelendiğinde, bireylerin büyük bir çoğunluğunun tükettikleri yiyeceklerden suçluluk duymadığı görülmüştür. Yiyecek seçiminde en önemli husus sevilen yiyecekleri tüketme ve iyi hissettirme isteğidir (Antin & Hunt, 2012; Evers vd., 2013; Penaforte vd., 2019). Pek çok araştırma, insanların hangi yiyecekleri seçerse seçsin, duygusal uyarılmanın yüksek olduğu zamanlarda rahatlatıcı yiyeceklere yönelme olasılıklarının yüksek olduğunu göstermektedir (Soffin & Batsell, 2019: 158). Stres, kalori açısından yoğun, tercih edilen gıdaları tüketme dürtüsünü artırır; bu da, aşırı kalori tüketimine ve kilo alımına neden olabilecek bir faktördür (Pankevich & Bale, 2008: 1539). Yemeği bir iyileşme kaynağı olarak gören bireyler, negatif duygularını bastırmak için yeme atakları geçirmekte ve bu ataklardan sonra büyük bir suçluluk duygusu içerisine girmektedirler (Dönmez, 2021: 27). Yapılan bu araştırmada her iki cinsiyetin de yaşadığı suçluluk hissi, porsiyon fazlalığı, aşırı kalorili besin alımı ve özellikle diyet yaparken duygusal yeme altında tükettikleri yiyeceklerden kaynaklanmaktadır. Özellikle BKİ arttıkça tüketilen yiyeceklerden sonraki suçluluk duygusunun arttığı görülmüştür (Seki Öz & Bayam, 2022). Duygusal yemenin uç noktalarda olan çok zayıf ya da obez insanların ortak noktası kendi bedenlerine bile sahip olamadıklarını hissetmesidir. Bu bireyler, fiziksel ve psikolojik dürtülerin farkında olmayıp tam olarak açlık ve tokluğun bilincinde değilken gıdaları duygusal boşluğu gidermek için bir araç olarak kullanılmaktadır. Fakat çoğu zaman duygusal yeme sonrası kişiler suçluluk, utanç ve güçsüzlük hissetmektedirler (Bruch, 1964: 272; Mayo Clinic, 2014). Dolayısıyla kendine hakim olamama sonucu tüketilen yiyeceklerden sonra kısa süreli rahatlama olsa da daha sonrasında da kendisine duyduğu öfke suçluluk hissini doğurmaktadır (Bozan, 2009; Akın vd., 2016). Bireylerin BKİ'lerine göre incelendiğinde zayıf ve normal kilolu bireylerin pozitif duygu durumlarında iştahlarının arttığı, şişman bireylerin ise negatif duygu durumlarında iştahlarının arttığı gözlemlenmiştir (Geliebter & Aversa, 2003; Racine vd., 2013).

Sonuç olarak; bireylerin içerisinde buldukları farklı duygu durumları yeme davranışını etkilemektedir ve bu durum duygusal yeme olarak adlandırılmaktadır. Cinsiyet, duygusal yeme davranışını etkileyen önemli faktörlerden birisidir. Bu araştırmada bireylerin cinsiyetleriyle farklı duygu durumlarındaki gıda tüketim davranışları incelenmiştir. Bireylerin cinsiyetleriyle negatif duygu durumlarındaki iştahları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Kadınların iştahlarının, negatif duygu durumlarında erkeklere oranla daha fazla azaldığı sonucuna ulaşılmıştır. Negatif duygu durumlarına katılımcıların %49,3'ünün iştahları azalmaktadır. Pozitif duygu durumlarındaki iştah durumu ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Pozitif duygu durumlarında kadınların iştahlarının genel olarak değişmediği, erkeklerin iştahlarının ise arttığı görülmüştür. Pozitif duygu durumlarında katılımcıların sadece %3,7'si iştahlarının azaldığını belirtmişlerdir. Bireyler pozitif duygu durumlarında kendilerini ödüllendirmek, iyi hissetmek amacıyla duygusal yeme eylemi geerleştirmektedirler. Bireylerin cinsiyetleri ile negatif ve pozitif duygu durumlarında tükettikleri yiyeceklerden sonraki suçluluk duygusu arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Suçluluk duygusu hisseden bireyler porsiyon miktarı fazlalığı, tatlı ve atıştırmalık tüketimi, aşırı kalori alımı ve diyet yaparken tükettikleri için suçluluk duymaktadırlar.

## **TEŞEKKÜR**

Bu araştırma, hiçbir kamu, ticari veya kar amacı gütmeyen kurum ya da kuruluştan herhangi bir finansman desteği almamıştır.

## **MENFAAT UYUŞMAZLIğI**

Yazarların, herhangi bir kurum ya da kuruluş ile finansal çıkar içeren bir ilişkisi ya da katılımı (hibe; eğitim bursları; konuşmacı bürolarına katılım; üyelik, istihdam, danışmanlıklar, hisse senedi sahipliği veya diğer öz özkaynak payları; ve uzman tanıklığı veya patent lisans düzenlemeleri); bu çalışmada tartışılan konu veya materyallerle ilgili mali olmayan çıkarları (kişisel veya mesleki ilişkiler, bağlantılar, kanaatler veya inançlar gibi) bulunmamaktadır.

## **YAZARLARIN KATKILARI**

S. Y. K.: Kavramsallaştırma, Literatür taraması, Yöntem, Analiz ve yorumlama, Yazma - orijinal taslak hazırlama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme, Proje yönetimi, Danışmanlık, Nihai onayın verilmesi.; E. ř.: Kavramsallaştırma, Literatür taraması, Yöntem, Veri toplama, Analiz ve yorumlama, Yazma - orijinal taslak hazırlama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme, Proje yönetimi, Nihai onayın verilmesi.

## **ETİK BEYAN**

Bu alışma, 10 Mayıs 2022 tarih ve 181 sayılı Mersin Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu Kararı ile etik olarak onaylanmıştır.

## KAYNAKÇA

- Abbots, E. J., & Lavis, A. (2013). Why we eat, how we eat? E. J. Abbotts, A. Lavis (Eds) *Contemporary encounters between foods and bodies*. İngiltere: Ashgate Publishing Limited
- Akın, A., Yıldız, B., & Özçelik, B. (2016). Duygusal yeme ölçeğinin Türkçe versiyonunun geçerlik ve güvenilirliği. *Journal of International Social Research*, 9(44), 776-781.
- Antin, T. M., & Hunt, G. (2012). Food choice as a multidimensional experience. A qualitative study with young African American women. *Appetite*, 58(3), 856–863. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2012.01.021>
- Barrington, W. E., Beresford, S. A., McGregor, B. A., & White, E. (2014). Perceived stress and eating behaviors by sex, obesity status, and stress vulnerability: findings from the vitamins and lifestyle (VITAL) study. *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics*, 114(11), 1791–1799. <https://doi.org/10.1016/j.jand.2014.03.015>
- Berthoud H. R. (2011). Metabolic and hedonic drives in the neural control of appetite: who is the boss?. *Current opinion in neurobiology*, 21(6), 888–896. <https://doi.org/10.1016/j.conb.2011.09.004>
- Bozan, N. (2009). *Hollanda Yeme Davranışı (DEBQ) anketinin Türk üniversite öğrencilerinde geçerlilik ve güvenilirliğinin sınanması* {Yayımlanmamış yüksek lisans tezi}, Başkent Üniversitesi.
- Brillat-Savarin, J.A. (2016). *Lezzetin Fizyolojisi ya da Yüce Mutfak Üzerine Düşünceler (1)*. (H. Bucak, Çev.). İstanbul: Oğlak Yayıncılık. (Orijinal çalışma basım tarihi 1825.)
- Bruch, H. (1964). Psychological aspects of overeating and obesity. *Psychosomatics*, 5(5), 269–274. [https://doi.org/10.1016/s0033-3182\(64\)72385-7](https://doi.org/10.1016/s0033-3182(64)72385-7)
- Büyüköztürk, Ş. (2020). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı: İstatistik, Araştırma Deseni Spss Uygulamaları ve Yorum* (28. Baskı). Pegem Akademi.
- Dönmez, A. (2021). *Yeme bozukluğunun üstesinden gelmek*. (3. Baskı). Epsilon Yayınevi.
- Evers, C., Adriaanse, M., de Ridder, D. T., & Witt Huberts, J. C. (2013). Good mood food. Positive emotion as a neglected trigger for food intake. *Appetite*, 68, 1–7. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2013.04.007>
- Fuente González, C. E., Chávez-Servín, J. L., de la Torre-Carbot, K., Ronquillo González, D., Aguilera Barreiro, M. L. Á., & Ojeda Navarro, L. R. (2022). Relationship between Emotional Eating, Consumption of Hyperpalatable Energy-Dense Foods, and Indicators of Nutritional Status: A Systematic Review. *Journal of obesity*, 2022, 4243868. <https://doi.org/10.1155/2022/4243868>
- Geliebter, A., & Aversa, A. (2003). Emotional eating in overweight, normal weight, and underweight individuals. *Eating behaviors*, 3(4), 341–347. [https://doi.org/10.1016/s1471-0153\(02\)00100-9](https://doi.org/10.1016/s1471-0153(02)00100-9)
- Güngör, M., & Bulut, Y. (2008). Ki-kare testi üzerine. *Fırat Üniversitesi Doğu Araştırmaları Dergisi*, 7 (1) , 84-89.
- Hamburg, M. E., Finkenauer, C., & Schuengel, C. (2014). Food for love: the role of food offering in empathic emotion regulation. *Frontiers in Psychology*, 5. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2014.00032>
- Kılıç, S. (2016). Ki-kare testi. *Journal of Mood Disorders (JMOOD)*, 6(3), 180-182.
- Kozak, M. (2018). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayımlama Teknikleri* (4. Baskı) Detay Yayıncılık.
- LeBel, J. L., Lu, J., & Dubé, L. (2008). Weakened biological signals: Highly-developed eating schemas amongst women are associated with maladaptive patterns of comfort food consumption. *Physiology & Behavior*, 94(3), 384–392. <https://doi.org/10.1016/j.physbeh.2008.02.005>
- Macht, M. (2008). How emotions affect eating: A five-way model. *Appetite*, 50(1), 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2007.07.002>
- Mantau, A., Hattula, S., & Bornemann, T. (2018). Individual determinants of emotional eating: A simultaneous investigation. *Appetite*, 130, 93–103. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2018.07.015>
- Mason, M. (2010). Sample size and saturation in phd studies using qualitative interviews. *Forum: Qualitative Social Research*, 11(3), 1-19.
- Mayo Clinic. (2014). *Feeding your feelings*. Mayo Clinic Health System. <https://www.mayoclinichealthsystem.org/hometown-health/speaking-of-health/feeding-your-feelings> adresinden 12.02.2022 tarihinde alınmıştır.
- Pankevich, D. E., & Bale, T. L. (2008). Stress and sex influences on food-seeking behaviors. *Obesity (Silver Spring, Md.)*, 16(7), 1539–1544. <https://doi.org/10.1038/oby.2008.221>
- Penaforte, F. R. O., Minelli, M. C. S., Anastácio, L. R., & Japur, C. C. (2019). Anxiety symptoms and emotional eating are independently associated with sweet craving in young adults. *Psychiatry Research*, 271, 715–720. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2018.11.070>
- Racine, S. E., Keel, P. K., Burt, S. A., Sisk, C. L., Neale, M., Boker, S., & Klump, K. L. (2013). Individual differences in the relationship between ovarian hormones and emotional eating across the menstrual cycle: a role for personality? *Eating behaviors*, 14(2), 161–166. <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2013.02.007>
- Seki Öz, H., & Bayam, H. (2022). Genç yetişkinlerde algılanan stres ve yalnızlığın duygusal yeme ile ilişkisi. *Sağlık Bilimleri Dergisi*, 31 (2) , 176-183 . DOI: 10.34108/eujhs.977915
- Serin, Y., & Şanlıer, N. (2018). Duygusal yeme, besin alımını etkileyen faktörler ve temel hemşirelik yaklaşımları. *J Psychiatric Nurs*, 9(2):135-146.
- Soffin, M. T., & Batsell, W. R. (2019). Towards a situational taxonomy of comfort foods: A retrospective analysis. *Appetite*, 137, 152–162. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2019.02.018>

- Steinmann, A., Ruf, A., Ahrens, K. F., Reif, A. & Matura, S. (2022). Bacon, Brownie, or Broccoli? Beliefs about Stress-Relieving Foods and Their Relationship to Orthorexia Nervosa. *Nutrients*, 14(18), 3673.
- Şimşek, N. (2019). *Konfor gıda tüketimi üzerine Mersin’de keşifsel bir araştırma*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi], Mersin Üniversitesi.
- Şimşek, N., Çakıcı, A. C., & Yalım Kaya, S. (2019). Konfor Gıda Tüketimi: Mersin’den Örnekler. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 59-65.
- Turner, S. A., Luszczynska, A., Warner, L., & Schwarzer, R. (2010). Emotional and uncontrolled eating styles and chocolate chip cookie consumption. A controlled trial of the effects of positive mood enhancement. *Appetite*, 54(1), 143–149. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2009.09.020>
- TÜİK, Türkiye İstatistik Kurumu, *Nüfus ve Demografi* (2021). <https://cip.tuik.gov.tr/#>
- Ural, A., & Kılıç, İ. (2018). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi* (5. Baskı). Detay Yayıncılık.
- WHO. Health and Well-Being. <https://www.who.int/data/gho/data/major-themes/health-and-well-being> adresinde 5 Kasım 2023 tarihinde alınmıştır.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2018). Nitel Araştırma Süreci. *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (11. Baskı) içinde (81-95). Seçkin Yayınları.

## **EXTENSIVE SUMMARY**

### **Introduction**

Nutrition is the act of taking complete, adequate, varied, balanced, and safe nutrients appropriately for a person to maintain a healthy life, growth, and development (Fuente Gonzalez et al., 2022). Eating is not always a physical hunger; the emptiness created by emotions motivates people to eat (Mayo Clinic, 2014). Eating also means regulating emotions, comfort, and reward (Hamburg et al., 2014: 1-2). Emotions stimulate the urge to eat according to individuals. Appetite or food intake increases or decreases by 30% to 48% in response to different emotional states of individuals (Macht, 2008, pp. 2). Emotions activate the urge to eat according to individuals. The same emotion elicits different eating urges in different people. For example, while food consumption increases in some people in a negative emotional state, food consumption decreases in others due to fear, sadness, stress, etc. It has been observed that emotional eaters in negative moods tend to eat more carbohydrate, fatty, and sweeter foods (Macht, 2008: 2-4). Individuals' positive or negative mood states are considered potential determinants of emotional eating (Mantau et al., 2018: 93). The category of positive emotions includes states such as happiness, gratitude, joy, enthusiasm, pride, optimism, healthy life, and the ability to express emotions. This study was conducted to examine whether there is a significant relationship between individuals' gender, appetite in positive and negative mood states, and guilt after consuming food.

### **Method**

The population of this study, which was designed with qualitative research methods, consists of individuals between the ages of 18-76 living in Trabzon. In this study, data were collected from 268 participants, 142 women and 126 men. While determining the sample, the stratified purposive sampling (quota sampling) technique, which is one of the purposeful sampling types, and the snowball sampling method were selected. Research data were collected using a structured interview form prepared according to previous studies (Soffin & Batsell, 2019; Şimşek et al., 2019). Chi-square tests were conducted in the SPSS 25.0 package program to determine whether there is a relationship between different emotional states and food consumption and whether there is a relationship between feeling guilty about food consumption.

### **Finding**

In the study conducted by interviewing  $36 \pm 2$  people from each of the Akçaabat, Maçka, Ortahisar, and Yomra districts of Trabzon, it was determined that 29% of the participants were primary school graduates, 39% were high school graduates and 32% were university graduates. According to Body Mass Index (BMI) values, 3% of the participants were underweight, 25% were normal, 36% were overweight and 35% were obese. It was observed that 52% of the female participants did not change their appetite and 43% of them increased their appetite when they felt happy, pleasant, and good. In male participants, it was found that 56% of the appetite increased and 41% of the appetite did not change. the relationship between gender and negative mood states is shown. There is a weak relationship between gender and appetite in negative mood with a value of .325. 88% of female participants and 86.4% of male participants do not feel guilty about the food they consume in daily life. There is no significant relationship between gender and guilt in positive mood. 66.2% of the female participants and 69.8% of the male participants stated that they did not feel guilty about the foods they consumed in positive emotional states. no significant relationship was found between gender and guilt after consuming foods in negative emotional states. 48.5% of the participants stated that they did not consume anything or their appetite decreased when they were stressed, tense, and unhappy. Only 16% of the total participants reported feeling guilty.

### **Conclusion**

Different emotional states that individuals are in affect their eating behaviour and this is called emotional eating. Gender is one of the important factors affecting emotional eating behavior. In this study, individuals' gender and food consumption behaviors in different emotional states were examined. A significant relationship was found between gender and appetite in negative emotional states. It was concluded that women's appetites decreased more than men's in negative emotional states. The appetite of 49.3% of the participants decreased in negative emotional states. No significant relationship was found between appetite in positive emotional states and gender. In positive emotional states, it was observed that the appetite of women generally did not change, while the appetite of men increased. Only 3.7% of the participants stated that their appetite decreased in positive emotional states. Individuals engage in emotional eating in order to reward themselves and feel good in positive emotional states. No significant relationship was found between the gender of the individuals and their feelings of guilt after consuming food in negative and positive emotional states. Individuals who felt guilty felt guilty for excessive portion sizes, consumption of sweets and snacks, excessive calorie intake, and consumption while dieting.



Dergi Anasayfası: [ATA Dergisi](#)

# Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi

## Journal of Eurasia Tourism Research

Journal Homepage: [JETouR](#)



### Otel İşletmelerinde Oluşan Gıda İsrafında Tedarikçi Rolünün Değerlendirilmesi

#### Evaluation of The Supplier's Role in Food Waste in Hotels

Mehri Banu ERDEM<sup>1,\*</sup>

<sup>1</sup>Asst. Prof., Department of Management and Organization, Türkoğlu Vocational School, Kahramanmaraş Sütçü İmam University, Kahramanmaraş, Türkiye

#### MAKALE BİLGİSİ

Teorik Makale

Makale Süreci:

Gönderim : 4 Ekim 2023  
Düzeltilme : 22 Ekim 2023  
Kabul : 26 Ekim 2023  
Yayımlanma : 29 Ekim 2023

Anahtar Kelimeler:

Gıda israfı  
Tedarik yönetimi  
Tedarikçi  
Otel  
Turizm

#### ÖZ

Otellerde gıda israfının azaltılması dış paydaşların da çabasını gerektiren ve sektör büyüdüe israfın da giderek büyüdüğü önemli bir küresel sorundur. Bu nedenle gıda israfı dünya çapında çevresel, sosyal ve ekonomik sorunlara neden olmaktadır. Toplu tüketim alanlarında önemli bir gıda tüketim yeri olan otellerde gıda israfı sorununun özölmesi toplumsal bir görevi içermektedir. Kaynakların kıt olması, çevrenin kirlenmesi, solunan hava kalitesinin düşmesi, toprağın fiziksel ve kimyasal özelliklerinin bozulması, doğanın insana sağlıklı yaşam sunamaz hale gelmesi insanlığın yaptığı yanlışların birer sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Bu duruma yönelik önlemler alınmazsa bu durum giderek artacaktır. Yaşanması zor bir dünyanın ortaya çıkması ise insanları bu tür konulara dikkat etmeye zorlayacak ve bu da tüm tüketim tercihlerini etkileyecektir. Otel tercihleri de bunlardan bir tanesidir. Otellerde gıda israfı son yıllarda üzerine çalışılan önemli konular arasında yer almaktadır. Ancak gıda israfında tedarikçi üzerine yapılan çalışmalarda literatürde önemli bir eksiklik vardır. Bu bağlamda çalışmanın amacını, otellerde oluşan gıda israfında tedarikçi rolünün değerlendirilmesi ve otellerdeki tedarik yönetiminin incelenmesi oluşurmaktadır. Araştırmada hem tedarikçi tarafından hem de otel tarafından tedarik yönetimi üzerine bir değerlendirme yapılmış ve her iki taraf için de önerilerde bulunulmuştur. Çalışmanın bu bağlamda literatürde önemli bir boşluğun doldurulmasına katkı sağlayacağı ve otellerde gıda israfını önlemeye yönelik yapılacak uygulamalara rehberlik edeceği düşünölmektedir.

[Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi](#) yayıncı [Bayram KANCA](#) tarafından [CC BY-NC-SA 4.0](#) ile lisanslanmıştır.

#### ARTICLE INFO

Research Article

Article history:

Received : 4 October 2023  
Revised : 22 October 2023  
Accepted : 26 October 2023  
Available : 29 October 2023

Keywords:

Food waste  
Supply management  
Supplier  
Hotel  
Tourism

#### ABSTRACT

The reducing food waste in hotels is a significant global issue that requires the efforts of external stakeholders as well and grows as the sector expands. Therefore, food waste causes environmental, social and economic problems on a global scale. Solving the problem of food waste in hotels, which are important places for mass consumption, includes a societal responsibility. The scarcity of resources, environmental pollution, deteriorating air quality, physical and chemical degradation of soil, and the inability of nature to provide a healthy life for humans are all consequences of the wrongdoings of humanity. If measures are not taken in this regard, this situation will continue to escalate. The emergence of a challenging world will compel people to pay attention to such issues. Therefore, they will make all consumption preferences taking these conditions into account, and hotel choices are one of them. Food waste in hotels has been among the important topics studied in recent years. However, there is a significant gap in the literature regarding studies on suppliers in food waste. Therefore, the aim of this study is to evaluate the supplier in the food waste generated in hotels and to examine the supply management in hotels. In the research, an evaluation was made on supply management both by the supplier and the hotel, and recommendations were made for both sides. It is believed that the study will contribute to filling an important gap in the literature on this subject and will guide the practices to prevent food waste in hotels.

[Journal of Eurasia Tourism Research](#) by [Bayram KANCA](#) is licensed under [CC BY-NC-SA 4.0](#)

\*Sorumlu yazar / Corresponding author



0000-0002-9763-3271 (M. B. ERDEM)



mbsunbul@ksu.edu.tr (M. B. ERDEM)

## 1. GİRİŞ

Turizm bir çok ülkede hızla büyüyen sektörlerden biridir. Turizmin dünya çapında büyümesiyle birlikte ülkeler turizm endüstrisini öncelikli olarak dikkate almaya başlamıştır. Turizm ve otel sektörü ülkeye döviz girdisi sağlayarak, ödemeler dengesini olumlu yönde desteklemekte ve borç geri ödemelerini etkileyerek ülke ekonomisinde olumlu etki yaratmaktadır. Otel ve yiyecek işletmeleri, turizm sektörünün merkezi bir bileşeni olarak kabul edilmekte ve otel performansı, turizmin yardımıyla ekonomik büyümenin artırılmasında önemli bir görevi üstlenmektedir (Zailani vd., 2011). İş yaratma fırsatları vermekte ve işsizlik oranının azaltılmasına katkıda bulunmaktadır. Ancak tüm bu faydalarının yanı sıra bu hizmetlerin üretilmesi sırasında çok fazla atık meydana gelmesi de sektörün olumsuz yanlarından biridir. Bu noktada öne çıkan en fazla atık türü ise gıda atıklarıdır. Bu atıklar engellenemediğinde ya da uygun şekilde değerlendirilemediğinde büyük oranda bir gıda israfı ortaya çıkmaktadır. Ağırlama amaçlı gıda israfı, yalnızca gelişmiş ülkeler için değil, aynı zamanda uluslararası turizmin büyüdüğü ve kamu gelir düzeylerinin arttığı gelişmekte olan ülkeler için de olumsuz sonuçlar doğurmaktadır ve bu da ev dışında daha fazla gıda tüketimine yol açmaktadır (Wang vd., 2017). Bu nedenle turizm sektörünün geliştirilmesi ve faaliyetlerinde verimliliğin sağlanması önemlidir. Bu noktada turizm sektöründe değer zincirinde bütünlüğü sağlayan tedarik zinciri yönetimi öne çıkmaktadır. Her alanda olduğu gibi turizm sektöründe de faaliyetlerin verimli bir şekilde yürütülmesinde tedarikçilerin rolü büyüktür. Konaklama ve yiyecek-içecek işletmelerinde iyi yönetilen tedarik zinciri faaliyetleri turizm endüstrisini geliştirme potansiyeline sahiptir (Sutono, 2019).

Tedarik zinciri yönetimi başlığı altında yürütülen çeşitli faaliyetlerin performansının artırılması için kilit tedarikçilerle güçlü bir entegrasyona ihtiyaç duyulmaktadır. Otelcilik sektöründe hizmet kalitesinin iyileştirilmesini artırmak için kalite yönetiminin uygulanması, otel-tedarikçi işbirliğinin sağlanması gıda israfına yönelik önlemler almada önemlidir (Arifin vd., 2019). Genellikle gelişmekte olan ülkelerde gıda israfının, finansal, teknik ve yönetsel kaynakların eksikliği nedeniyle gıda tedarik zincirinin daha erken aşamalarında, yani üretim ve hasat sonrası işleme aşamalarında meydana geldiğine inanılmaktadır. Özellikle gelişmiş ülkelerle karşılaştırıldığında, tüketici aşamasındaki gıda israfının düşük olduğu varsayılmaktadır (Parfitt vd., 2010; Kummu vd., 2012; Wang vd., 2017). Bununla birlikte, gelişmekte olan ülkelerin kentselleşmeye devam etmesi, ekonomilerini geliştirmesi ve beslenme yapılarını değiştirmesi durumunda bu varsayım değişebilmektedir (Thi vd., 2015).

Yiyecek atıkları, hem mutlak rakamlar hem de konaklama hizmetleri sağlayıcıları için mali sonuçlar açısından konaklama atıklarının büyük bir kısmını temsil etmektedir (WRAP 2017). Gıda atığı (GA) kaynakları, Avrupa Komisyonu'na (European Commission, 2014) göre literatürde üç kategoriye ayrılmıştır: (i) gıda kayıpları: üretim aşamasında kaybedilen gıda ürünleri; (ii) kaçınılmaz gıda atığı: tüketim aşamasında kaybedilen gıda ürünleri (muz kabukları, meyve çekirdekleri, vb.); (iii) kaçınılabılır gıda atığı: yenmiş olabilecek ürünler, ancak tüketim aşamasında kaybedilen ürünlerdir. Gıda tedarik zincirinin her aşamasına bağlı olarak, Gustavsson ve arkadaşları (2011) gıda atığını beş kaynağa ayırmıştır; tarımsal üretim, hasat sonrası işleme, depolama, dağıtım ve tüketim. Bu nedenle, bu çalışma için uygun gıda atığı tanımı, Parfitt ve arkadaşları (2010) tarafından ileri sürülen tanımdır. Yani “gıda zincirinin sonunda meydana gelen gıda kayıpları (bu kayıp, perakendecilerin ve tüketicilerin davranışları ile ilgilidir)” veya Lipinski ve arkadaşları (2013) tarafından önerilen tanım kullanılabilir: İnsan tüketimi için uygun kalitede olan ancak bozulmadan önce veya sonra tüketilmediği için atılan gıdadır.” Gıda atığı genellikle, bununla sınırlı olmamakla birlikte, gıda değer zincirinde perakende ve tüketim aşamalarında meydana gelmekte ve ihmalkarlık veya gıdayı atma konusunda bilinçli bir davranışın sonucu ortaya çıkmaktadır (Thi vd., 2015)

Dünyada nüfusun artmasıyla birlikte oluşan gıda israfı da artmaktadır. Ayrıca gıdanın dengeli bir şekilde dağılmaması sonucu bazı bölgelerde gıda fazlalığından israflar oluşurken bazı bölgelerde açlık ölüm boyutuna gelebilmektedir. Türkiye’de gıda israfı 214 milyar liraya ulaşmıştır ve her yıl üretilen 49 milyon ton sebze ve meyvenin büyük bir kısmı çöpe gitmektedir. Bu israfın hem çevresel hem de sosyal boyutta ciddi zararları vardır. İklim değişikliğinde önemli bir karbon salınımı yaratmaktadır (Turuncubayrak, 2023). Bu nedenle gıda israfı konusu araştırmacıların ilgisini çekmeye başlamıştır.

Her ne kadar konaklama sektöründeki gıda israfı dünya çapında medyada defalarca yer alsada (Evening Standard, 2017; Gould, 2016; Kirchgaessner, 2016), gıda israfına ilişkin tüketici farkındalığı giderek artırılmaktadır. Büyüklüğü ve toplumsal önemi olmasına rağmen konuyla ilgili bugüne kadar yeterince çalışma yapılmamıştır. Literatür taraması, özellikle konaklamada yiyecek israfını ele alan nispeten az sayıda akademik çalışma olduğunu göstermektedir. Bu noktadan hareketle, turizm alanında tedarik zinciri konusunun gıda israfı açısından da yeterince incelenmediği görülmüş ve bu durum çalışmanın çıkış noktasını oluşturmuştur. Bu amaçla çalışmada konaklama ve yiyecek içecek işletmelerinde ortaya çıkan gıda israfında tedarikçinin nasıl bir yeri olduğunun ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu nedenle gıda israfı tedarikçi açısından incelenirken aynı zamanda oteldeki tedarik yönetimi de değerlendirilmeye alınmıştır. Çalışma kavramsal bir araştırmayı içermektedir. Bu nedenle öncelikle turizmde tedarik zinciri konusu ele alınmış daha sonra gıda israfı konusuna değinilerek turizmde gıda israfı tedarikçi ve otellerde tedarik yönetimi ile birlikte değerlendirilmiştir. Bu çalışmanın bundan sonra otellerde gıda israfı üzerine yapılacak çalışmalara tedarikçi faktörünü de göz önünde bulundurmaları açısından bir yol gösterici olacağı ve otellerde

yapılacak israf önleyici uygulamalara da rehberlik edeceği düşünölmektedir. Verilerin ikincil kaynaklara dayanması sebebiyle çalışma için derginin etik ilkeler ve yayın politikası doğrultusunda Etik Kurul onayına ihtiyaç duyulmamıştır.

## **2. LİTERATÜR TARAMASI**

Turizm alanında tedarik zinciri yönetimi fikri bazı çalışmalarda ele alınsa da hala kapatılması gereken önemli bir boşluk bulunmaktadır. Literatür incelediğinde özellikle de gıda israfı açısından tedarik zinciri yönetimi konusu hala bakir bir alandır. Aşağıda otel işletmelerinde gıda israfı üzerine yapılmış bazı çalışmalara değinilmiştir. Şahin (2016), yaptığı tez çalışmasında gıda israfının genellikle otellerde meydana geldiğini ifade etmiştir. Her şey dahil sistemle çalışan otellerin, gıda israfında en çok paya sahip olduğunu belirtmiştir.

Demirbaş (2018), Dünyada ve Türkiye’de gıda israfını önlemeye önelik yapılan çalışmaları incelemiştir. Gıda israfının sadece tüketici tarafında değil üretim tarafından da kaynaklandığını belirtmiş ve üretim tarafında gıda israfına yönelik önlemler alınması gerektiğini ifade etmiştir. Şahin ve Bekar (2018), gıda israfının çevresel ve ekonomik sorunlara yol açtığına değinmişler ve buna yönelik çalışmaların artırılması gerektiğini ifade etmişlerdir. 24 farklı beş yıldızlı otel işletmelerinde gerçekleştirdikleri araştırmaya göre otel işletmelerinde atık türleri içerisinde en büyük payı gıda atığının oluşturduğunu belirtmişlerdir.

Okumuş ve arkadaşları (2020), her şey dahil otellerdeki yöneticilerin, şeflerin ve çalışanların, işyerlerindeki gıda israfının ve mevcut atık azaltma süreçlerinin etkisini nasıl gördüklerini araştırmışlardır. Misafir davranışlarının, tercihlerinin ve tutumlarının gıda israfının temel uyarıcıları olarak algılandığı sonucuna ulaşmışlardır. Sezgin ve Ateş (2020), otellerde meydana gelen gıda israfının boyutunu ve nedenlerini belirlemeye çalışmışlar ve hatalı pişirme yöntemleri ve personelin bilgi ve deneyim eksikliğinden kaynaklanan israflar olduğunu tespit etmişlerdir.

Amicarelli ve arkadaşları (2021), tarafından bir İtalyan ve bir Romanya oteli arasındaki karşılaştırma yoluyla yapılmış çalışma sonucuna göre, üç kritik nokta ortaya çıkmıştır. Bunlar; misafirlerin katılımının tahmini ve kontrolü, yerel tedarikçilerle ve birim içindeki departmanlar arasında iletişim ve şeffaflık, satın alma sıklığı ve bozulabilir gıda tedarikidir. Leverenz ve arkadaşları. (2021), otel mutfaklarında oluşan gıda atıkları üzerinde raporlamanın etkileriyle ve bunun israfı azaltma potansiyeli ile ilgili bilgiler sunmuşlar ve günlük mutfak rutinlerinde yapılacak basit değişiklikler ve küçük iyileştirmeler ile açık büfe atıklarının önemli ölçüde azaltılabileceğine ulaşmışlardır.

Tomaszewska ve arkadaşları (2021), gıda israfının boyutunu belirlemeyi amaçlamışlardır. İncelenen otellerde yiyeceklerin çoğunun servis bölümünde, yani restorandaki büfede veya tabak atığı şeklinde israf edildiği (yiyecek israfının ortalama %72,55’i) sonucunu elde etmişlerdir. Akmeşe ve İlyasov (2022), açık büfe sisteminde Rus turistlerin gıda israfı tutum ve davranışlarını incelemiştir. Araştırmayı Alanya içerisinde beş yıldızlı otellerde Rus turistler üzerinde yapmışlardır. Rus turistlerin tabak israf düzeylerinin yüksek olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca daha önce açık büfe tecrübesi olmayan turistlerin daha çok tabak israfı yaptıklarını belirlemiştir.

Bu çalışmalara ek olarak T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından 2021 yılında Metro Türkiye ve Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) işbirliği ile hazırlanmış gıda israfı ile mücadele kılavuzunda konaklama ve yiyecek içecek işletmelerine yönelik tedarik zinciri faktörlerini de içeren kapsamlı bir değerlendirme yapılmıştır. Çalışmada “Gıda israfı çözülebilecek bir sorundur ve bilinçli gıda tüketimini teşvik etmek için kültürü, tutumları ve davranışları değiştirerek çözümün bir parçası olunabilir” ifadesiyle sonlandırmıştır. Bu noktadan hareketle bu çalışmada, tedarikçilerin de çözümün bir parçası olması ve bu alanda yapılacak çalışmalara ışık tutması amacıyla tedarik yönetimi kapsamında kavramsal bir değerlendirme yapılmıştır. Otel işletmelerinde gıda israfı konusunda çalışmalar özellikle son yıllarda araştırmacıların ilgi oldağı olmuştur. Ancak otel işletmelerinde gıda israfı konusunda tedarik zinciri yönetimi ile ilgili az sayıda araştırma yapılmıştır. Bu nedenle bu alanda yapılacak çalışmaların sayısının artırılması gıda israfında önemli bir payı olan otel işletmelerinde farkındalık yaratma ve rehberlik etme anlamında önemli katkı sağlayacağı düşünölmektedir.

## **3. OTEL İŞLETMELERİNDE TEDARİK ZİNCİRİ**

Tedarik zinciri yönetimi (TZY), hammadde tedarikinden başlamak üzere üretim, dağıtım, perakende de dahil müşteri ya da tüketiciye kadar malzeme ve bilgi akışı sürecini kapsamaktadır. Turizm alanındaki uygulaması da oldukça önemlidir. Turizmde tedarik zinciri yönetimi konusu hala çalışılması gereken önemli bir boşluğa sahiptir. Ancak turizmle ilgili faaliyetlerin değerlendirilmesi birçok katılımcıyı, benzer hizmetleri sağlayan tedarikçileri, operatörleri, acenteleri ve son olarak müşterileri kapsamaktadır. Bu arada pazarlama alanında turizm işletmecilerinin yükümlülükleri, çeşitli tedarikçi kategorileri tarafından sunulan hizmetleri işaret etmektedir (Ganesan vd., 2009). Bu bağlamda, özellikle turizm alanında TZY bağlamında entegre bir sisteme çok ihtiyaç duyulmaktadır (Song, 2012). Otelcilik sektöründe müşteri ihtiyaçlarının karşılanabilmesi için tedarikçinin fikri, onlarla iletişimin nasıl yürütüleceği, işletmenin envanterindeki stokun yönetimi ve son olarak teslim süresi gerekmektedir. Turizm alanında tedarik zinciri performansı kavramı operasyonel ve finansal sonuçlarla ölçölmektedir. Örneğin, teslim süresinin

kısıtlanması, sipariş için kesin miktarların tutulması ve son olarak ana tedarikçilerle iletişimin yönetilmesi gibi bazı önemli yaklaşımlar mevcuttur (Rasool vd., 2016; Yu-Chi & Lin, 2018; Arifin vd., 2019).

TZY uygulamalarının çeşitli sektörlerdeki başarısı nedeniyle turizm sektöründe de faydalı olabileceğine inanılmaktadır. Bununla birlikte, turizm endüstrisinin çeşitli katılımcıları arasındaki çoklu işbirliklerinin bir sonucu olarak turizm endüstrisinin kendine özgü doğası ve özellikleri bulunmaktadır. Bunun nedeni, tedarik zincirindeki her katılımcının diğer endüstrilerden farklı olarak kendi hedeflerine ve işletim sistemlerine sahip olmasıdır (Cho vd., 2012; Palang & Tippayawong, 2018). Turizm sektöründe de tedarik zinciri faaliyetleri turizm endüstrisinin türüne göre değişmektedir. Örneğin konaklama işletmelerinde mevsimsel yoğunluklarda oluşan süreç karmaşıklığı ve tedarik sıklığı meydana gelirken yiyecek içecek işletmelerinde genelde daha düzenli tedarik oluşmaktadır. Konaklama ve yiyecek-içecek işletmelerinin talep tahminini doğru yapması tedarik zinciri faaliyetlerinin de daha sistemli yürütülmesini sağlayabilmekte ve verimliliği arttırmaktadır.

Tedarik zincirleri iki kategoriye ayrılabilir. Bunlar; itme ve çekme tedarik zincirleridir. İtme tedarik zincirlerinde, bir ürünün üretimi, müşteri satın alma tahminlerine dayalı olarak yetkilendirilir. Talep, geçmiş satış verilerine dayalı olarak tahmin edilir. Son kullanıcıların ürünler için talebi envanter aracılığıyla karşılanabilir. Buna karşılık, çekme tedarik zincirlerinde ürün bileşenlerinin nihai montajı müşteri satın alma siparişleri tarafından tetiklenir. Çekme tedarik zincirlerinde envanterler minimize edilir ve talep dalgalanmalarını karşılamak için esnek kapasiteler gereklidir. Tedarik zincirinin türü üretilen ürünün doğası ve üretim sürecine göre belirlenir. Bir Turizm Tedarik Zinciri (TTZ), turizm ürünlerinin üretimi genellikle talep tahminlerine dayalı olduğu için bir itme sistemi olarak kategorize edilebilir. Bu nedenle, envanter bir TTZ’de önemli bir rol oynamaktadır (Zhang vd., 2009).

Konaklama ve yiyecek-içecek işletmelerinde gıda tedariki en önemli tedarik konularından biridir. Müşteri memnuniyetini önemli ölçüde etkileyen faktörlerden biri yiyecek ve içeceklerin bulunabilirliği ve kalitesidir. Bunun sağlanmasında ise tedarikçilerin rolü önemlidir. Bu nedenle işletmenin uygun tedarikçiyi bulması, güvene dayalı tedarikçi ilişkileri kurması ve tedarikçilerle işbirliği içerisinde olması gerekmektedir. Bu, üretim için gereken gıda tedarikinin yanı sıra gıda israfını da azaltmaya veya ortadan kaldırmaya yardımcı olmaktadır. Bu anlamda tedarikçilerle stratejik işbirlikleri oluşturulmalıdır. İyi oluşturulmuş bir tedarik zinciri ürün ve hizmet kalitesini olumlu yönde etkilemektedir.

#### **4. OTELLERDE GIDA İSRAFI**

Literatürde gıda kaybı, gıda israfı, ve gıda atığı ifadeleri her ne kadar birbirlerinin yerine kullanılsa da bu üç kavram gıda tedarik zinciri açısından incelendiğinde farklılık göstermektedir. Bu ayrımı ise FoodDrinkEurope şu şekilde ifade etmiştir: “Gıda Tedarik Zinciri’nin üretim aşamasında tarımsal kayıplar, taşıma ve depolama aşamasında hasat sonrası kayıplar, işleme ve paketleme aşamasında işleme kayıpları, dağıtım ve pazarlama aşamasında dağıtım atıkları ve tüketim aşamasında da tüketim atıkları oluştuğu görülmektedir. Böylece Gıda Tedarik Zinciri’nin ilk üç aşamasında gıda kaybı, son iki aşamasında ise gıda atığı meydana geldiği kavramsal olarak belirtilmektedir.” (FoodDrinkEurope, 2020). Bu nedenle gıda israfı kavramını gıda kaybı ve gıda atığı oluşturmaktadır. Her iki durumda da israf ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla gıda israfı gıda tedarik zincirinin her aşamasında farklı şekillerde ortaya çıkmaktadır.

Gıda kaybı ve atığı, sürdürülebilirlik açısından aynı şey olarak görülebilir. Kayıp veya israf, örneğin, gıda zinciri boyunca, çiftlikte böcek istilası veya mikrobiyal bozulma nedeniyle hasattan önce kayıp; yanlış depolama veya işleme koşulları, taşıma, mikrobiyal kontaminasyon vb. nedeniyle hasattan sonra kayıp olarak kategorilendirilebilir (Bhat, 2017). Bununla birlikte tüketici tarafından sofrada yapılan israf, özellikle yüksek gelişmiş ülkelerde veya bazı gelişmekte olan ülkelerde lüks aile fonksiyonlarında/merasimlerinde bugünün dünyasında büyük bir sorun olarak kabul edilebilir. Sosyo-ekonomik ve çevresel etkilere sahip olabilen gıda israfı, çeşitli malların kategorileri arasında farklılık gösterebilir ve hasattan tüketim aşamasına kadar herhangi bir aşamada meydana gelebilir (Göbel vd., 2015; Parfitt vd., 2010). Gıda israfı, özellikle düşük gelirli ülkelerde bölgesel gıda güvenliği üzerinde yüksek etkilere sahip olabilir. Ayrıca, ortaya çıkan israf tarım ürünü veya hayvancılık ürününe dayalı olabilir. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütüne (FAO) göre, küresel olarak dünya gıda üretiminin yaklaşık üçte biri israf edilmekte ve bu yılda yaklaşık 1.3 milyar tonu bulmaktadır. Bu israf, tarımsal üretimden ev içi tüketim seviyelerine kadar gıda tedarik zinciri boyunca gerçekleşebilmektedir (FAO, 2015; Bhat, 2017).

Toplu gıda tüketim yerlerinden olan otellerde gıda israfı en çok meydana gelen kuruluşlardandır. Gıda israfı, otel işletmelerinde atık grubunda ilk sırada yer alan bir atık türüdür. Otelde malzeme tedarikinden depolama, üretim, servis ve tüketime kadar bir çok aşamada çeşitli faktörlerden dolayı gıda israfı ortaya çıkmaktadır. Bu israf otelin yanlış planlama ve yönetilmelerinden kaynaklandığı kadar tüketicilerin bilinçsiz tüketimlerinden de kaynaklanmaktadır. Özellikle otellerde herşey dahil ya da açık büfe sisteminin olması bunu tetiklemektedir. İhtiyaçtan fazla malzeme satın alınması ve üretim yapılması mutfaktan kaynaklanan israfı, yanlış servis ve sunum büfede meydana gelen israfı, müşterilerin tabaklarına ihtiyacından fazla yiyecek koyması ise tüketim aşamasında meydana gelen israfı oluşturmaktadır.



Ünlü'nün (2015) yaptığı bir çalışmada yaş meyve ve sebze hasat sırasında meydana gelen israf %4-12, ürünlerin taşınması sırasında %2-8, satışa hazırlık aşamasında %5-15, ürünlerin depolanması sürecinde %3-10 ve tüketim aşamasında %1-5 oranında olmak üzere toplamda %15-50 israf meydana gelmektedir. Bu israfların nedenleri ise, yanlış üretim, taşıma ve depolama teknikleridir. şahin ve Bekar (2018)'ın 24 adet beş yıldızlı otellerde yapmış oldukları çalışmaya göre gıda israfı miktarı günlük 6 ton olup tüm atıkların %70 oranında bir payını oluşturmaktadır. Otellerde gıda israfının meydana geldiği birimler mutfak, büfe, servis ve bar hizmetleridir. Bu israfa neden olan durumlar ise malzeme kalitesinin düşük olması, eğitimsiz personel istihdamı, yanlış pişirme ve saklama teknikleri, yanlış tedarik, satın alma ve depolama yöntemleridir. Bunların yanında müşterilerin tabalarına tüketebileceğinden fazla yiyecek almaları, tabak boyutlarının porisyon miktarını fazlalaştırması ve yanlış servis ve sunum teknikleridir (Creedon, 2010).

Fazla gıda, gıda tedarik zincirinin farklı aşamalarında öyle bir yönetilmelidir ki, gıda dönüşümü oluşmadan son bulmamalıdır. Böylece fazla gıda insan tüketimi için kurtarılabilen veya kaynağında gereksiz doğal kaynakların kullanımını sınırlandırarak önlenmektedir (Garrone vd., 2014; Ciccullo, 2021). Türkiye'de gıda israfını önlemeye ve bilinçlendirmeye yönelik hazırlanmış "Turuncu Bayrak" programı vardır. Gıda israfını engellemeye ve gıdayı korumaya yönelik yapılan ve gıda israfı problemlerini çözmek için hazırlanmış kapsamlı bir sistemi içeren programdır. Bu sistem içerisinde üretim, depolama, satış ve tüketim sürecinde yer alan her türlü faaliyet yer almaktadır (Turuncubayrak, 2023). Otel işletmelerinde de Turuncu Bayrak bir kalite yönetim sistemi olarak görülmektedir. Otellerde gıdanın üretimi, servisi, depolanması, tüketimi vb. tüm süreçlerdeki israfını takibe alan bir sistemi içermektedir. (Sezgin & Ateş, 2020). Tedarik zincirinin temelini oluşturan tedarikçi-üretici-müşteri akış sürecinin de turuncu bayrak sisteminin içerisinde yer aldığı görülmektedir. Bu nedenle gıda israfı konusunda tedarikçiyi de göz ardı etmemek gerekmektedir. Aşağıda otellerde oluşan bu gıda israfında tedarikçilerin değerlendirmesi yer almaktadır.

## **5. OTELLERDE GIDA ISRAFINDA TEDARİKÇİNİN ROLÜ**

Gıda tedarik zincirinde israfın en çok görüldüğü basamaklar, tüketim (%35), üretim (%24), toplama ve depolama (%24) ve dağıtım (%5) olarak belirlenmiştir. Küresel gıda kaybı tahmini ilk kez 2019 yılında FAO tarafından yayımlanmıştır. Verilere göre üretilen gıdanın %13,8'i tarımsal süreçlerde israf edilmekte veya kaybolmaktadır. Çalışma, gıda zincirinin tüm aşamalarında gıda kaybının ve israfının birbirine yakın oranlarda olduğunu; bunun başlıca nedeninin ise süreçlerin birbirleri üzerindeki zincirleme etkilerine dayandığını göstermiştir (FAO, 2019; Tekiner, 2021). Gıda tedarik zinciri konusunda, tarım teknikleri, insanca kesim süreçleri (İslam'da helal gereksinimleri vb.) ve temel hammaddelerle ilgili olarak benimsenen çıkarma işlemleri gibi unsurların etkisini analiz etmek için yaşam döngüsü değerlendirmesi evrensel olarak kabul edilen bir anahtar faktör olarak kabul edilmiştir (Bloemhof-Ruwaard vd., 1995; Thomassen vd. 2008).

Turizm ürünleri bozulabilir olduğundan ve sabit bir kapasite düzeyi oluşturmak için önceden ödenen nispeten yüksek sabit maliyetlere sahip olduğundan, üretim süreci sırasında ortaya çıkan değişken maliyetler nispeten düşüktür. Bu durum turizm yöneticilerinin üretim kapasitelerini değiştirerek kısa vadede arz ve talebi dengelemelerini zorlaştırmaktadır. Ayrıca, birçok turizm ürünü genellikle talebin ortaya çıkmasından çok önce (itme sisteminde) üretilmekte ve talep genellikle stok yoluyla gerçekleşmektedir. Yani talep belirsizliği ve değişimi, finansal harcamaları temsil eden stoklarla giderilebilir. Bu nedenle etkili envanter yönetimi stratejileri geliştirmek, verimli tedarik zinciri yönetimine ulaşmak için çok önemlidir (Zhang vd., 2009).

Otel işletmelerinde tedarik zinciri en basit haliyle ifade edilecek olursa tedarikçi-otel-müşteri şeklinde bir zincir oluşturulabilmektedir. Bu zincirde tedarikçi ayağı gıda tedariki açısından ele alındığında süt ve süt ürünleri tedariki, yaş meyve ve sebze tedariki, et ve et ürünleri, deniz ürünleri, bakliyat ürünleri, un ve unlu mamüller vb. sıralanabilir. Otellerde sadece mutfak için bir çok gıda tedariki söz konusu olmaktadır. Bunların bir çoğu dayanıksız ürünlerdir. Ayrıca her bir ürün için ayrı tedarikçi olduğu düşünülürse ve hatta her bir ürün grubu için birden fazla tedarikçi olduğu düşünülürse tedarikçilerle karmaşık ve önemli bir ilişki içerisinde olduğu görülmektedir. Bu noktada bu tedarikçilerin yönetilmesi önemli bir problemidir. Otellerde mutlaka tedarik ve satın alma yönetiminden sorumlu bir departman olması gerekmektedir. Bu departmanda görev paylaşımı ile süreci profesyonel yönetecek eğitilmiş çalışanların olması gerekir. Gıda israfını önleyebilmek için ilk yapılacak şeylerden biri bu departmanın sorunsuz bir şekilde çalışmasıdır. Daha sonra üretim ve servis bölümlerinde gıda israfını önlemeye yönelik çalışmalar yürütülmelidir. Bu çalışmada tedarik yönetimi aşamasına vurgu yapılacaktır.

Otel işletmelerinde gıda israfına yönelik olarak tedarikçinin şu özelliklere sahip olması gerekir:

- Depolama koşulları: Özellikle gıda ürünleri söz konusu olduğundan, tedarikçinin depolama koşullarının gıda güvenliğini ve hijyenini korumaya yönelik, muhafaza süresini uzun süre sağlayabilecek koşullara sahip depolara sahip olması gerekir. Söz konusu ürünün muhafaza edilmesi için ihtiyacı olan sıcaklık, nem, ışık vb. özellikler belirlenmelidir. Depolarda bu özellikleri sabit tutmak adına takibe yönelik gerekli teknolojik yapının olması ve olası durumlarda acil müdahale planlarını oluşturmalıdır. Aksi takdirde bazı

ürünlerde 1-2 derece ısı kaybı ile bakteri üremesi ortaya çıkabilmekte ve bu da bozulmalara neden olmaktadır. Bu amaçla gıda ürünlerinin tedarik zinciri ve depolama süreçlerinde gıda kaybını ve israfını minimize etmek, aynı zamanda enerjiyi verimli bir şekilde kullanmak amacıyla geliştirilen teknolojik inovasyonlardan biri, kontrollü atmosfer depolama sistemidir. Kontrollü atmosfer depolarının kullanımı, gıda ürünlerinin tedarik ve depolama aşamalarında gıda kaybını, israfını ve kalite kaybını önlemeyi hedefleyen bir yaklaşım olarak dünya genelinde her geçen gün daha da yaygınlaşmaktadır (Bozdoğan & Çevik, 2022). Kontrollü atmosfer depolama, gıdaların raf ömrünü artırarak kalite kaybını önlemektedir (Öz & Eriş, 2009).

- Teslim süresi: Tedarik işlemlerinde, teslimat uygulamaları siparişlerin belirlenen zaman dilimlerinde ve eksiksiz bir şekilde iletilmesine katkıda bulunmaktadır (Acar vd., 2021). Tedarikçinin otellerin siparişlerini soğuk zinciri kırmadan tam zamanında teslim etmesi gerekir. Soğuk zinciri korumak adına frigorik araçlarla taşıma yapılmalı ve araçtaki bu soğuk havayı takip etmede data logger cihazlarına sahip olmalıdır. Bu sayede araçta herhangi bir sorun olması durumunda bu cihaz uyarı vermekte ve zamanında müdahale yapılabilmektedir. Bu da gıdaların korunmasında önemli özelliklerden biridir. Ayrıca gıdaların teslimi sırasında araçtan indirilen ürünlerin hızla otelin deposunda uygun yerlere yerleştirilmesi yapılmalıdır. Bunun sağlanması için tedarikçi otel depo yöneticisi ile işbirliği içerisinde olmalıdır. Taşıma işlemini tedarikçi kendi bünesinde bir lojistik sistemi kurup kendi araçlarıyla yapabileceği gibi dış kaynak kullanımını da tercih edebilmektedir. Bu noktada tedarikçinin maliyet fayda hesabı ile karar verdiği bir durum ortaya çıkmaktadır. Eğer dış kanak kullanımını tercih ediyorsa üçüncü parti lojistik firmaları ile çalışmaktadır. Bu firmalarla çalışmak lojistik faaliyetlerin daha profesyonel gerçekleştirilmesini sağlamaktadır. Özellikle gıda ürünlerini taşımaya yönelik araçlara sahip uzman firmalarla çalışmak dış kaynak kullanımını bir avantaja çevirebilmektedir. Soğuk zincir kırılmadan ürünlerin taşınması ve kısa sürede otele teslim edilmesi ürünlerin uygun koşullarda süreci tamamlamasını sağlamakta bu da muhafaza süresini uzatmaktadır. Böylece otellerde depolama sırasında gıda israfı minimuma inmektedir.
- Bilgi teknolojisi kullanımı: Tedarikçinin ürünlerin hasat aşamasından başlayan, depolama, paketleme, dağıtım vb. tüm süreçlerde takibini yapabileceği bir bilgi teknolojisine sahip olması gerekir. Böylece bozulmaları en aza düşürmektedir. Kurumsal kaynak planlaması yazılımları bunu sağlayan önemli bilgi teknolojilerindendir. Tedarikçi işbirliği içerisinde olduğu tüm firmalarla ortak bir yazılım kullanabilir ve iletişimi kolaylaştırarak süreç yönetimini daha verimli hale getirebilmektedir. Böylece otellerle sipariş sürecini sorunsuz tamamlayabilir ve anında bilgi alışverişinde bulunabilmektedir. Ayrıca süreçle ilgili şeffaflığı sağlamak ve güvene dayalı uzun süreli bir tedarikçi ilişkisinin oluşmasında önemli bir paya sahip olmaktadır. Tüm bunlarla birlikte tedarikçinin blokzincir kullanması ve müşterilerini de bu sisteme dahil etmesi takip edilebilirliği, şeffaflığı ve hesap verilebilirliği arttırmaktadır. Müşteri istek ve beklentilerini anlamak için, tüm türden verileri elde etmek, bu verileri bir veritabanında toplamak ve anlamlı bilgiler çıkarmak ve bunları işletme içinde paylaşmak için kapsamlı bir bilgi teknolojisi uygulamasına ihtiyaç vardır (Acar vd., 2021).
- Teknoloji düzeyi: Dünya genelinde hızla artan nüfus, ilerleyen teknoloji ve sanayileşme, artan atık ve sera gazı üretimi gibi nedenler, sürdürülebilirlik kavramını ve ilgili uygulamaları geliştirmiştir (Weber & Saunders-Hogberg, 2018). Özellikle gıda ve içecek sektöründe, enerji ve su tüketimi, atık yönetimi, sera gazı emisyonları, gıda kaybı ve israfı gibi konularda sürdürülebilirlik uygulamalarında teknolojik gelişime artan bir ilgi gözlenmektedir (İpar vd., 2020). Tedarikçinin sahip olduğu teknoloji düzeyi gıda israfının azalmasında önemli bir etkidir. Örneğin el değmeden daha hijyenik yöntemlerle hasat yapılması, paketlenmesi, elleçlenmesi, istiflenmesi, depolanması gıdanın muhafaza edilme süresini arttırmaktadır. Bu sayede hem süreç daha hızlı gerçekleşmekte hem de gıdanın maruz kaldığı ısı, ışık, nem gibi olumsuz koşulları ortadan kaldırebilmektedir.
- Uzmanlaşma: İşletmelerin uzmanlaşması sonucunda ürün kalitesinde artışlar elde edilir, daha yüksek düzeyde teknoloji kullanılabilir ve temel yetenekleri dışındaki faaliyetlere enerji harcamazlar. Uzmanlaşmış bir tedarikçi, en son teknolojilere ve süreçlere yatırım yaparak geniş üretim kapasitesine ulaşmak için çalışır ve bu çabalarına odaklanır (Aksoy & Oğuz, 2011). Tedarikçinin söz konusu gıda ürünlerinin üretilmesi, depolanması, taşınması vb. her türlü sürece hakim olması ve bu alanda uzmanlaşması önemli bir niteliktir. Böylece ürünün geçtiği her türlü süreçle ilgili bilgiye sahip olması bu alanda faaliyetlerini daha profesyonel yürütmesini sağlayacaktır. İlgili gıdaya uygun teknolojiye, ekibe, bilgiye sahip olması ve yenilikleri takip etmesi uzmanlaşmada önemli faktörlerdendir.
- İşbirliği: Ürün, son tüketiciye ulaştırılana kadar, tüm tedarik zinciri içindeki işletmelerin karşılıklı güvene dayalı bir işbirliği ortamı oluşturması gerekmektedir (Gündüz & Güler, 2015). Tedarikçinin otellerle işbirliği içerisinde olması gıda israfını önlemede önemli bir özelliktir. Ayrıca yeniliklere açık olması, süreç yönetiminde otelin taleplerini dikkate alması, esnekliğin olması işbirliği ile ortaya çıkmaktadır.
- Esneklik: Esneklik tedarikçinin alıcının istek ve taleplerine hızlı ve kolay uyum sağlayabilme yeteneğidir (Akman & Alkan, 2006). Piyasada aşırı değişkenlik olduğu ve/veya belirli bir ürüne yönelik aşırı talebin

olduğu zamanlarda, daha sık teklif verilmesi gerekli olabilir. Bu durumda tedarikçinin otel siparişlerini karşılayabilmesi önemlidir. Tedarikçinin bu tür durumlarda talebi karşılayabilmesi tedarikçinin esnekliğini göstermektedir. Böylece otel üretim planını bozmadan aynı sistemle hizmet vermeye devam edebilmekte, bu da gıda israfını önlemeye yönelik fazla siparişlerin önüne geçmektedir. Sonuç olarak otelin olası ani talep artışlarını düşünerek emniyet stoku bulundurmasına gerek kalmaz.

## 6. OTELLERDE TEDARİK YÖNETİMİ

Otellerde gıda israfının önlenmesinde gıda malzemeleri tedarikinin yönetimi önemli bir yere sahiptir. Otelde tedarik ve satın alma faaliyetlerini gerçekleştiren bir departman mutlaka olmalıdır. Bu departmanın görev tanımlarında; talep yönetimi, malzeme ihtiyaç planlamasının hazırlanması, sipariş yönetimi ve satın almanın gerçekleştirilmesi, depo yönetimi gibi faktörler yer almalıdır. Otellerde sürecin en baştan doğru yönetilmesi bu noktada ortaya çıkmaktadır. Daha sonra mutfakta üretim planlamasının yapılmasından, üretimin doğru yapılması, servis stratejileri bunun devamını getirmektedir. Tedarikçiyi doğru yönlendirebilmek ve süreci doğru yönetebilmek adına otellerde aşağıdaki faktörlere dikkat edilmelidir:

- **Tedarikçi seçimi:** Oteller tedarikçi seçiminde dikkatli olmalıdırlar. Doğru tedarikçilerle çalışmak gıda israfını azaltmada önemli bir etkiye sahiptir. Tedarikçinin işbirliğine ve yeniliklere açık olması, kaliteli ürünler sunması, teslim sürelerinin ve siparişin doğru olması, depolama ve taşıma imkanlarının uygun olması, teknolojik seviyesinin yüksek olması gibi özelliklere sahip olması otellerin gıda israfını azaltmasında önem arz etmektedir. Tedarikçi seçiminde dikkate edilmesi gereken birçok faktör vardır. Bu faktörleri göz önünde bulundurarak en doğru tedarikçileri seçmesi, otelin tedarik yönetimi sürecini kolaylaştırmaktadır. Bunlar aşağıda açıklanmıştır.
- **Talep tahmini:** Otellerde talep tahmini gelir yönetimi, işletme operasyon yönetimi, iş planlaması, satın alma kararı ve envanter kontrolü için kullanılmaktadır (Lim vd., 2009). Otellerdeki tahmin, odalara ve diğer otel hizmetlerine yönelik gelecekteki talebin tahmin edilmesini içermektedir. Bu, otel yöneticilerinin fiyatlandırma, personel ve pazarlama stratejileri hakkında bilinçli kararlar almasına yardımcı olabilmektedir. Otel tahmini, birçok değişkeni tahmin etmeyi ve bunlara yanıt vermeyi gerektirdiğinden zorlayıcı olabilir. Ancak bu, otel yönetiminin önemli bir unsurudur çünkü otellerin gelirlerini en üst düzeye çıkarmalarına, faaliyet süreçlerini optimize etmelerine ve genel konuk deneyimini iyileştirmelerine yardımcı olmaktadır. Bir otelde tahmin yapmak genellikle gelir yönetimi ekibinin veya departmanının sorumluluğundadır (Johansson, 2022). Otel talep tahmini, belirli bir süre boyunca gelecekteki misafir talebini tahmin etmek için geçmiş verileri kullanmaktadır. Bu da otellerin envanteri çok etkili bir şekilde yönetmelerine yardımcı olmaktadır. Dolayısıyla talep tahminini olabildiğince doğru yapmak otelin bütün departmanlarının faaliyetlerini planlamasını etkilemektedir. Ancak mutfak planlama faaliyetleri uzun dönemli tahminleri değil orta ve kısa vadeli tahminleri gerektirmektedir. Bu noktada tedarikçinin esnek olması, ani değişimlere uyum sağlayabilmesi önemlidir. Ayrıca otelin bu süreci yönetmede hızlı olması tedarikçiyle anlık bilgi alışverişi yapması tedarikçinin performansını arttırmaktadır.
- **Malzeme İhtiyaç Planlaması:** Üretim planlama ve kontrol süreçlerinde, malzeme ihtiyaç planlaması, belirli bir ürün veya ürün grubu için temel üretim planına dayanan ve ürünü bileşenlerine ayıran, bu sayede üretim malzemelerini miktar bazında belirleyip işletmede sipariş verme ve kontrol olanağı sağlayan önemli bir bilgi sistemidir. Malzeme ihtiyaç planlaması, üretim planlaması alanında geniş bir yere sahiptir ve sunduğu faydalar bakımından son derece önemlidir (Aydoğan & Asal, 2009). Verimli bir otel mutfağı tasarlanmanın ilk adımı ihtiyaçları tanımlamaktır. Bunu yapmak için otelin sunmayı planladığı yemek türlerini, misafir sayısını ve mutfağın büyüklüğünü göz önünde bulundurması gerekir. Belirlenen menüye uygun malzeme ihtiyaç listesi hazırlanmalı ve en optimum zamanda elinde olacak şekilde sipariş vermelidir. Malzeme ihtiyaç listesinin doğru hazırlanması gıda israfını önleyici temel faaliyetlerden biridir.
- **Sipariş yönetimi:** Sipariş yönetimi, konaklama işletmelerindeki tüm stok veya envanterin sipariş edilmesi ve teslim alınması sürecidir. Sipariş yönetimi, etkili envanter yönetimi için çok önemlidir; kar kaybını, stresli bir ortamı ve kötü müşteri deneyimini önlemek amacıyla malzeme maliyetlerini ve stok seviyelerini doğru bir şekilde takip etmek için bir basamak görevi görmektedir. Otel için sipariş yönetimi, tüm siparişlerin tüm tedarikçilerle aynı şekilde yapılmasını ve ardından işletmeye tutarlı bir şekilde alınmasını sağlamak için envanter yönetimi sistemlerini kullanmaktadır. Sipariş yönetimi, sipariş sürecini sistemleştirmektedir. Dolayısıyla gelen malların doğruluğu, her gün kimin çalıştığına bağlı değildir ve maliyeti yüksek hatalara engel olur. Tutarlı sipariş yönetimi, tedarikçiye her zaman doğru fiyatı ödemeyi ve doğru miktarda stok ürünü almayı sağlayarak konaklama işletmelerinin tüm maliyetlerinin otel kontrolünde olmasını sağlamaya yardımcı olmaktadır (Rattray, 2022). Oteller çoğu zaman stoktaki ürünlere tedarikçiye ödedikleri paradan daha fazlasını ödemektedirler. Sebebi ise sipariş yönetiminin doğru yapılmaması ve depolama koşullarının uygun olmamasıdır. Otel, depolama ve sipariş yönetimi açısından bir kere etkin bir sistem kurduğunda sonrasında çok büyük verimlilik elde etmektedirler. Bu noktada gerek depolama açısından makine ve tehezata önemli teknolojik yatırımlar, gerekse sipariş

yönetimi açısından bilgi teknolojisi yatırıma bir kez yatırım maliyeti olarak katlandığında sonrasında çok daha büyük sorunları çözüme kavuşturmuş olmaktadır.

- Üretim planlama: Otellerde üretim planlamayı aşçıbaşı (şef) yapmaktadır. Hangi gün hangi yemeklerin, tatlıların vb. yapılacağına, bunlar için gerekli malzemeler neler ve hangi miktarda olmalı gibi kararları vermektedir. Aşçıbaşının vereceği bu kararlar mutfak için bir üretim planlamayı oluşturmaktadır. Aşçıbaşı, hangi yemekleri ne miktarda yapacağı sorusuna ise talep tahmini ve kısa vadeli verilerle karar vermektedir. Yapılan bu üretim planlaması ise sipariş yönetimine gönderilmekte ve böylece sipariş süreci başlamaktadır. Üretim planlamanın en verimli olacak şekilde belirlenmesi bu noktada önemlidir. Artan yemek ve malzemelerle (büfeden dönen ya da mutfakta kalan) ertesi gün neler yapılarak değerlendirilebilir bunun planlamasını yapacak eğitim ve yeteneklere sahip olması gerekir. Ayrıca israf konusunda bilinçli bir ekip oluşturulmalıdır.
- Depo yönetimi: Depo yönetiminde bir önceki bölümde tedarikçi açısından değinilmişti. Ancak depo yönetiminde sadece tedarikçi tarafındaki depolama değil otel tarafındaki depolar da önemlidir. Bu nedenle otelin öncelikle gıda ürünlerini ısı, ışık, nem vb. özellikler açısından uzun süre muhafaza edecek bir depo oluşturması önemlidir. Ayrıca deponun bunu sağlayabilmesi için gerekli teknolojik donanımına sahip olması gerekmektedir. Tüm bunlar sağlandıktan sonra bu süreci doğru bir şekilde yönetebilecek bir depo görevlisi belirlenmelidir. Depo görevlisinin mal kabulü, doğru malzemelerin teslim alınması, ürünlerin etiketine uygun muhazafa bölümlerine yerleştirilmesi, teslim alma ve yerleştirme işlemlerinin herhangi bir ısı kaybı vb. durumları yaratmamak için hızlı yapılması, FIFO (ilk giren ilk çıkar) prensibi ile stok yönetimini gerçekleştirmesi önemlidir. Yani mutfaktan gelen talepler FIFO'ya göre karşılanmalıdır.
- Tersine lojistik: Tersine lojistik sistemi, yeniden üretim, geri dönüşüm veya imhaya yönelik ürün veya parçaların akışını yönetmek ve kaynakları etkin bir şekilde kullanmak için yeniden tasarlanmış bir tedarik zincirini içermektedir (Dowlatshahi, 2020). Gıda sektöründe ürünlerin son tüketim tarihlerinin dolması, siparişlerin yanlış olması, stok seviyesinin maksimum seviyesinin üstünde olması, ihtiyaçtan fazla üretim gibi durumlardan dolayı tersine lojistik faaliyetleri ortaya çıkmaktadır. Tersine lojistik faaliyetleri; yeniden kullanım, yeniden üretim, ikincil pazarlarda satışa sunulma, bağış, imha gibi faaliyetleri içermektedir. Otellerde gıda israfı açısından tersine lojistik faaliyetlerinin uygulanması aşamasında öncelikle ürünlerin özelliklerine göre sınıflandırılması gerekmektedir. Geri dönüşüm yapılacaklar ayrı, yeniden kullanıma uygun olanlar ayrı, yeniden satışa sunulacak olanlar ayrı ve imha edilecekler ayrı bir grup olmalıdır. Geri dönüşüm ve yeniden kullanıma uygun olarak yeniden değerlendirilmek üzere mutfağa, yeniden satışa ya da sunuma uygun olanlar büfeye, bağışa uygun olanlar bağış kurumuna, imha edilecekler ise atık kutuları ile uygun imha yerlerine gönderilmektedir. Otelin kalan, hijyen ve tazeliğini kaybetmemiş yiyecekleri sosyal sorumluluk projeleriyle ihtiyaç sahiplerine ya da hayvanların tüketimine uygun olanların hayvan barınaklarına ulaştırılması tersine lojistik faaliyetleri içerisinde bağış olarak yer almaktadır. Bu da israfi önleyen en önemli uygulamalardan biridir.
- Atık yönetimi: Yeniden değerlendirmeye ya da bağışa uygun olmayan gıdaların çevreye zarar vermeyecek şekilde en uygun yöntemle imha edilmesi önemli faaliyetler arasındadır. Türkiye Cumhuriyeti Tarım ve Orman Bakanlığı (2021) yapmış olduğu bir çalışmada "Aslında ideal durumda gıda israfını azaltmak amacıyla tasarlanmış menüler ile önlenebilecek fazladan hazırlanmış bu yemekler, restoran ve otel içinde yeniden değerlendirilmeli, değerlendirilemiyorsa ihtiyaç sahiplerine bağışlanmalı, bağışlanamıyorsa, hayvan yemi olarak değerlendirilmeli; hayvan yemi olarak değerlendirilemiyorsa, kompost yapımına yönlendirilmeli ve nihayetinde en son seçim olarak atık sahasına gönderilmelidir." şekilde bir ifadeye yer vermiştir. Görüldüğü üzere bu ifade de gıda sektöründe atık yönetiminin alternatif çözüm yöntemlerini belirtmektedir.

## 7. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Gıda israfı dünya çapında önemli konulardan biridir. Hem kaynakların kıt olması, hem çevreye verilen zarar hem de ekonomik anlamda gıda israfını azaltmaya yönelik önlemler alınmalıdır. Gıdaların en çok israf edildiği yerler ise toplu tüketim alanlarıdır. Bunlar restoranlar, konaklama işletmeleri, catering firmaları, organizasyon yerleri vb.'dir. İşletmenin ihtiyaçtan fazlasını üretmesi, buna yönelik malzemelerin fazla sipariş verilmesi, tüketiciye büyük prosiyonlarda sunum yapılması, tüketicinin tabağına yiyeceğinden fazla ürün alması gibi bir çok faktör gıda israfına neden olmaktadır. Bu çalışmada otel işletmelerinde ortaya çıkan gıda israfında tedarik yönetiminin tedarikçi ve otel perspektifinden bir değerlendirme yapılması amaçlanmıştır. Bu amaçla optimum bir tedarik yönetim sistemi için tedarikçinin yapması gerekenler ve otel yönetiminin yapması gerekenler ayrı ayrı incelenmiştir. Buna göre etkin bir tedarik yönetim sisteminde hem tedarikçinin hem de otelin yapbozun birer önemli parçasını oluşturduğu kanaatine varılmıştır. Bu bağlamda, kurumlararası güven, kurumlararası işbirliğinin temelidir. Güven inşa etmek zordur, çünkü geçmiş olumlu deneyimlerin ve gelecekteki işbirliği beklentilerinin birikmiş sonuçlarıdır. Ancak, profesyonel olmayan ve dikkatsiz davranışlarla kolayca zarar görebilir. Bu nedenle, konaklama işletmeleri ve tedarikçileri, hassas

ve duyarlı konuları dikkatlice ele almalı ve işbirlikleriyle ilgili bir sorunları mutlaka çözmelidir. Sağlam bir işbirliği tedarikçi ilişkilerinin temelidir.

Tedarikçinin depolama koşulları, teslim süresi, bilgi teknolojisi kullanımı, teknoloji düzeyi, uzmanlaşması, işbirliği ve esnekliğe sahip olması gıda israfının azaltılmasında önemli bir yere sahiptir. Ancak bunun sağlanabilmesi için sadece tedarikçinin değil otelin de etkin bir tedarik yönetim sistemine sahip olması gerekmektedir. Otelin tedarik yönetiminin etkin olması için tedarikçi seçimi, talep tahmini, malzeme ihtiyaç planlaması, sipariş yönetimi, üretim planlama, depo yönetimi, tersine lojistik, atık yönetimi faaliyetlerini stratejik bir şekilde yürütmesi gerekir. Tüm bu faaliyetler hem tedarikçi tarafında hem de otel tarafında birbirine bağlı önemli zincir elemanlarıdır. Birinin yanlış yönetilmesi diğerlerini de yanlışa sürüklemektedir. Bu nedenle bu faaliyetlerin yürütülmesinde uzmanlardan destek almak gerekebilir. Bu amaçla, otel yönetiminde en üst yönetimden en alt birimde çalışana kadar gıda israfı farkındalığı yaratılmalı ve israf önleyici bir kurum kültürü oluşturulmalıdır.

Demirbaş (2018) yaptığı çalışmada gıda israfının sadece tüketici ayağında değil tüketiciye ulaşmadan önceki üretim ayağında da meydana geldiğini ifade etmiştir. Amicarelli ve arkadaşları (2021), üç kritik sıcak nokta ortaya koymuşlardır. Bunlar; misafirlerin katılımının tahmini ve kontrolü, yerel tedarikçilerle ve birim içindeki departmanlar arasında iletişim ve şeffaflık, satın alma sıklığı ve bozulabilir gıda tedarikçidir. Bu noktada bu çalışma bunları destekler nitelikte bir kavramsal çalışma olmuştur. Secondi ve arkadaşları (2015) sanayisi gelişmiş ülkelerde tedarik zincirinde ciddi boyutlarda gıda israfının meydana geldiğini ifade etmişlerdir. Bu nedenle gıda israfının en çok meydana geldiği toplu tüketim yerlerinin olduğu düşünüldüğünde bu çalışmanın otel işletmelerindeki gıda israfında tedarikçinin rolünün incelenmesiyle bu alanda literatürdeki önemli bir boşluğa katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bundan sonra yapılacak çalışmalarda, otel işletmeleriyle yüzyüze görüşme yapılarak tedarikçiler üzerine bir araştırma yapılabilir. Ayrıca bu tür araştırmalarda otellerin kendi içinde gruplandırılarak gıda israfına yönelik yaklaşımları ve tedarik zinciri yönetimi yaklaşımları karşılaştırılabilir.

## TEŞEKKÜR

Bu araştırma, hiçbir kamu, ticari veya kar amacı gütmeyen kurum ya da kuruluştan herhangi bir finansman desteği almamıştır.

## MENFAAT UYUŞMAZLIĞI

Yazarın, herhangi bir kurum ya da kuruluş ile finansal çıkar içeren bir ilişkisi ya da katılımı (hibe; eğitim bursları; konuşmacı bürolarına katılım; üyelik, istihdam, danışmanlıklar, hisse senedi sahipliği veya diğer öz özkaynak payları; ve uzman tanıklığı veya patent lisans düzenlemeleri); bu çalışmada tartışılan konu veya materyallerle ilgili mali olmayan çıkarları (kişisel veya mesleki ilişkiler, bağlantılar, kanaatler veya inançlar gibi) bulunmamaktadır

## YAZARLARIN KATKILARI

M. B. E.: Kavramsallaştırma, Literatür taraması, Yöntem, Veri toplama, Analiz ve yorumlama, Yazma - orijinal taslak hazırlama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme, Proje yönetimi, Nihai onayın verilmesi.

## ETİK BEYAN

Bu çalışma için Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi (ATA Dergisi) **Etik İlkeler ve Yayın Politikası** doğrultusunda Etik Kurul onayına ihtiyaç duyulmamaktadır.

## KAYNAKÇA

- Acar, A. Z., Kara, K., & Gülsoy, E. (2021). Tedarik zinciri uygulamalarının otel işletmelerinin performansına etkisi: Bursa ili örneği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(78), 569-589. 10.17755/esosder.718619
- Akman, G., & Alkan, A. (2006). Tedarik Zinciri Yönetiminde Bulanık AHP yöntemi kullanılarak tedarikçilerin performansının ölçülmesi: Otomotiv Yan Sanayiinde bir uygulama. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 5(9), 23-46.
- Akmese, H., & İlyasov, A. K. (2022). Açık büfe servis sisteminde gıda israfı: Rus misafirler üzerine bir inceleme. *Journal of Global Tourism and Technology Research*, 3(1), 1-14. 10.54493/jgtr.996373
- Aksoy, R. & Oğuz, T., (2011). Tedarik zinciri yönetiminde, tedarikçi seçme ve değerlendirme sürecinde kullanılan seçim kriterleri ve kdz. Ereğli'de bir alan araştırması, Koçak, M., Teke, S., (Ed.), *Prof. Dr. Sadık Kırbas'a Armağan*, ES yayınları, 1-15.
- Amicarelli, V., Aluculesei, A. C., Lagioia, G., Pamfilie, R., & Bux, C. (2022). How to manage and minimize food waste in the hotel industry: An exploratory research. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 16(1), 152-167. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-01-2021-0019>
- Arifin, M., Ibrahim, A., & Nur, M. (2019). Integration of supply chain management and tourism: An empirical study from the hotel industry of Indonesia. *Management Science Letters*, 9(2), 261-270. 10.5267/j.msl.2018.11.013
- Aydoğan, E., & Ömer, A. S. A. L. (2009). Malzeme ihtiyaç planlaması ve üretim kaynakları planlamasının kobi'ler üzerindeki etkilerinin araştırılması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (22), 33-42. <https://dergipark.org.tr/en/pub/susbed/issue/61799/924413>

- Bhat, R. (2017). Food sustainability challenges in the developing world. *Sustainability Challenges in the Agrofood Sector*, 1-32. <https://doi.org/10.1002/9781119072737.ch1>
- Bloemhof-Ruwaard, J. M., Koudijs, Z. H., & Vis, J. C. (1995). Environmental impacts of fat blends: a methodological study combining life cycle analysis, multiple criteria decision making and linear programming. *Environmental and Resource Economics*, 6, 371-387. <https://doi.org/10.1007/BF00691820>
- Bozazgi, E. C., & Çevik, A. (2022). Yiyecek İçecek Sektöründe İnovatif Sürdürülebilirlik Uygulamaları: Kontrollü Atmosferde Depolama. *Aydın Gastronomy*, 6(1), 79-89. 10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy\_v06i1007
- Ciccullo, F., Cagliano, R., Bartezzaghi, G., & Perego, A. (2021). Implementing the circular economy paradigm in the agri-food supply chain: The role of food waste prevention technologies. *Resources, Conservation and Recycling*, 164, 105114. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2020.105114>
- Cho, D. W., Lee, Y. H., Ahn, S. H., & Hwang, M. K. (2012). A framework for measuring the performance of service supply chain management. *Computers & Industrial Engineering*, 62(3), 801-818. <https://doi.org/10.1016/j.cie.2011.11.014>
- Creedon, M. (2010). *Less Food Waste More Profit: A Guide to Minimising Food Waste in the Catering Sector*. CIT Press.
- Demirbaş, N. (2018). Dünyada ve Türkiye’de gıda israfını önleme çalışmalarının değerlendirilmesi. VIII. IBANESS Kongreler Serisi, Plovdiv, Bulgaristan, 21(22), 521-526.
- Dowlatshahi, S. (2000). Developing a theory of reverse logistics. *Interfaces*, 30(3), 143-155. <https://doi.org/10.1287/inte.30.3.143.11670>
- European Commission. (2014). *Food Waste and its Impacts: European Week for Waste Reduction*.
- Evening Standard (2017). *Food for London*. <https://www.standard.co.uk/news/foodforlondon>
- FAO, Food and Agriculture Organization, (2019). Food waste: “Key facts on food loss and waste you should know!”. <https://www.fao.org/home/en>, Erişim Tarihi: 11.08.2023
- FoodDrinkEurope (2020). What is food wastage?. <https://www.fooddrinkeurope.eu/our-actions/foodwastetoolkit/what-is-food-wastage/> Erişim Tarihi: 08.08.2023
- Ganesan, S., George, M., Jap, S., Palmatier, R. W., & Weitz, B. (2009). Supply chain management and retailer performance: emerging trends, issues, and implications for research and practice. *Journal of retailing*, 85(1), 84-94. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2008.12.001>
- Garrone, P., Melacini, M., & Perego, A. (2014). Opening the black box of food waste reduction. *Food policy*, 46, 129-139. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2014.03.014>
- Gould, H. (2016). Restaurants have a huge food waste problem; could an app help. *The guardian*, 27.
- Göbel, C., Langen, N., Blumenthal, A., Teitscheid, P., & Ritter, G. (2015). Cutting food waste through cooperation along the food supply chain. *Sustainability*, 7(2), 1429-1445. <https://doi.org/10.3390/su7021429>
- Gustavsson, J., Cederberg, C., Sonesson, U., Van Otterdijk, R., & Meybeck, A. (2011). Global food losses and food waste. [https://www.madr.ro/docs/ind-alimentara/risipa\\_alimentara/presentation\\_food\\_waste.pdf](https://www.madr.ro/docs/ind-alimentara/risipa_alimentara/presentation_food_waste.pdf)
- Gündüz, H., & Güler, M. E. (2015). Termal turizm işletmelerinde çok ölçütlü karar verme teknikleri kullanılarak uygun tedarikçinin seçilmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 30(1), 203-222.
- Johansson, A., (2022). Benefits and challenges in forecasting hotel demand, demandcalendar, <https://www.demandcalendar.com/blog/benefits-and-challenges-in-forecasting-hotel-demand>, Erişim Tarihi: 02.09.2023
- İpar, M. S., Babaç, E., & Kök, A., (2020). Yeşil nesil restoranlara yönelik müşteri yorumlarının içerik analizi ile değerlendirilmesi. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 3(2), 260-269. 10.33083/joghat.2020.48
- Kirchgassner, S. (2016). Italy tackles food waste with law encouraging firms to donate food. *The Guardian*, 3.
- Kummu, M., De Moel, H., Porkka, M., Siebert, S., Varis, O., & Ward, P. J. (2012). Lost food, wasted resources: Global food supply chain losses and their impacts on freshwater, cropland, and fertiliser use. *Science of the total environment*, 438, 477-489. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2012.08.092>
- Leverenz, D., Hafner, G., Moussawel, S., Kranert, M., Goossens, Y., & Schmidt, T. (2021). Reducing food waste in hotel kitchens based on self-reported data. *Industrial Marketing Management*, 93, 617-627. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.08.008>
- Lim, C., Chang, C., & McAleer, M. (2009). Forecasting h (m) otel guest nights in New Zealand. *International journal of hospitality management*, 28(2), 228-235.
- Lipinski, B., Hanson, C., Waite, R., Searchinger, T., & Lomax, J. (2013). Reducing food loss and waste, World Resources Institute, <https://www.wri.org/research/reducing-food-loss-and-waste?page=1>
- Okumus, B. (2020). How do hotels manage food waste? Evidence from hotels in Orlando, Florida. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(3), 291-309. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102543>
- Öz, A. T., & Eriş, A. (2009). Kontrollü atmosfer (ka) ve normal atmosfer (na) koşullarında depolamanın farklı zamanlarda derilen “hayward”(actinidia deliciosa) kivi çeşidinin kalite değişimine etkisi. *Gıda/the journal of food*, 34(2).
- Palang, D., & Tippayawong, K. Y. (2019). Performance evaluation of tourism supply chain management: the case of Thailand. *Business Process Management Journal*, 25(6), 1193-1207. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-05-2017-0124>
- Parfitt, J., Barthel, M., & Macnaughton, S. (2010). Food waste within food supply chains: quantification and potential for change to 2050. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 365(1554), 3065–3081. doi:10.1098/rstb.2010.0126

- Rasool, Y., Iftikhar, B., Nazir, M. N., & Kamran, H. W. (2016). Supply chain evolution and green supply chain perspective. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 4(10), 716-724.
- Rattray, S. (2022). Hospitality Order Management, Loaded Inspiring Hospitality Software, <https://blog.loadedhub.com/blog/hospitality-order-management-system>, Erişim Tarihi: 15.08.2023
- Secondi, L., Principato, L., & Laureti, T. (2015). Household food waste behaviour in EU-27 countries. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2015.07.007>
- Sezgin, A. C., & Ateş, A., (2020). Otel İşletmelerinde Gıda İşraf Boyutunu Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma (A Research on Determination of Food Waste in Hotel Enterprises). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(4), 3489-3507. <https://doi.org/10.21325/jotags.2020.773>
- Song, H. (2012). Tourism supply chain management. Adevence in Tourism, Routledge.
- Sutono, A. (2019). Supply chain management: implementation issues and research opportunities in tourism industry. *Uncertain Supply Chain Management*, 7(3), 427-438. [10.5267/j.uscm.2018.12.004](https://doi.org/10.5267/j.uscm.2018.12.004)
- şahin, S. (2016). Küresel bir sorun gıda atıkları “gıda atıkları”: otel işletmelerinde önlenmesi ve değerlendirilmesine yönelik model önerisi. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Muğla
- şahin, S. K., & Bekar, A. (2018). Küresel bir sorun “gıda atıkları”: Otel işletmelerindeki boyutları, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 1039-1061. <https://doi.org/10.21325/jotags.2018.347>
- T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, (2021). Otel, restoran ve diğer toplu tüketim yerlerinde gıda israfı ile mücadele kılavuzu, <https://www.tarimorman.gov.tr/ABDGM/Belgeler/Uluslararası%C4%B1%20Kurulu%C5%9Flar/gastro-bakanlık-kilavuzu.pdf>
- Tekiner, İ.H., (2021). Dünya ve Türkiye’de gıda israfı ve kaybı, *Ordu Tarım ve Orman Müdürlüğü*, 15(38), 13-17.
- Thi, N. B. D., Kumar, G., & Lin, C. Y. (2015). An overview of food waste management in developing countries: Current status and future perspective. *Journal of environmental management*, 157, 220-229. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2015.04.022>
- Tomaszewska, M., Biliska, B., Tul-Krzyszczuk, A., & Kołożyn-Krajewska, D. (2021). Estimation of the scale of food waste in hotel food services—A case study. *Sustainability*, 13(1), 421. <https://doi.org/10.3390/su13010421>
- Thomassen, M. A., van Calker, K. J., Smits, M. C., Iepema, G. L., & de Boer, I. J. (2008). Life cycle assessment of conventional and organic milk production in the Netherlands. *Agricultural systems*, 96(1-3), 95-107. <https://doi.org/10.1016/j.agsy.2007.06.001>
- Turuncu Bayrak, <https://turuncubayrak.org/sayfa-nedir-2>, Erişim tarihi: 11.08.2023
- Ünlü, M. (2015). Yaş meyve ve sebzelerde derim (hasat) sonrası oluşan kayıplar ve çözüm önerileri. TC Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Tarımsal Araştırmalar ve Politikalar Genel Müdürlüğü
- Yu-Chi, S., & Lin, H. P. (2018). Causality relationship between tourism, Foreign direct investment and economic growth in Taiwan. *Asian Journal of Economic Modelling*, 6(3), 287-293.
- Weber, O., & Saunders-Hogberg, G. (2018). Water management and corporate social performance in the food and beverage industry. *Journal of cleaner production*, 195, 963-977. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.05.269>
- Wang, L. E., Liu, G., Liu, X., Liu, Y., Gao, J., Zhou, B., ... & Cheng, S. (2017). The weight of unfinished plate: A survey based characterization of restaurant food waste in Chinese cities. *Waste Management*, 66, 3-12.
- WRAP (2017). Surplus food redistribution case studies. Oxon: WRAP. <http://www.wrap.org.uk/content/surplus-food-redistribution-case-studies>,
- Zailani, S., Omar, A., & Kopong, S. (2011). An exploratory study on the factors influencing the non-compliance to halal among hoteliers in Malaysia. *International Business Management*, 5(1), 1-12. <https://makhillpublications.co/files/published-articles/mak-ibm/2011/1-12.pdf>
- Zhang, X., Song, H., & Huang, G. Q. (2009). Tourism supply chain management: A new research agenda. *Tourism management*, 30(3), 345-358. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.12.010>.

## **EXTENSIVE SUMMARY**

### **Introduction**

Tourism is one of the rapidly growing sectors in many countries. With the global expansion of tourism, countries have started to prioritize the tourism industry. The tourism and hotel sector contributes positively to the country's balance of payments by providing foreign exchange income, supporting economic growth through tourism, and affecting debt repayments. (Zailani et al., 2011). They provide employment opportunities and contribute to reducing unemployment rates. However, along with all these benefits, one of the negative aspects of the sector is the generation of a significant amount of waste during the production of these services. The most prominent type of waste at this point is food waste. When these wastes are not prevented or properly utilized, they result in significant food waste. Hospitality-related food waste has adverse consequences not only for developed countries but also for developing countries where international tourism is growing, and public income levels are increasing, leading to increased food consumption outside the home (Wang et al., 2017). Therefore, the development of the tourism sector and the achievement of efficiency in its activities are essential. In this regard, supply chain management, which ensures the integrity of the value chain in the tourism sector, stands out. As in all fields, the role of suppliers is significant in the efficient conduct of activities in the tourism sector. Well-managed supply chain activities in accommodation and food and beverage establishments have the potential to enhance the tourism industry (Sutono, 2019)

### **Method**

This study conceptually evaluates the role of the supplier in food waste occurring in hotels. In the study, a two-way procurement management assessment is conducted from both the supplier and the hotel perspectives. In addition, this study includes a detailed literature review on the subject.

### **Finding**

The supplier's storage conditions, delivery time, information technology usage, technology level, specialization, collaboration, and flexibility play a significant role in reducing food waste. However, to achieve this, not only the supplier but also the hotel must have an effective procurement management system. For the hotel's procurement management to be effective, it needs to strategically carry out activities such as supplier selection, demand forecasting, material requirements planning, order management, production planning, warehouse management, reverse logistics, and waste management. All these activities are interrelated key elements for both the supplier and the hotel. Mismanagement of one can lead to mismanagement of the others. Therefore, it may be necessary to seek support from experts in the execution of these activities. For this purpose, awareness of food waste should be created throughout the hotel management, from top management to the lowest unit, and a waste-preventing organizational culture should be established.

### **Conclusion**

The places where food is most wasted are mass consumption areas, including restaurants, accommodation establishments, catering companies, event venues, and more. Factors such as overproduction by the business, ordering excess supplies, serving large portions to consumers, and consumers taking more food on their plates than they can consume contribute to food waste. Additionally, the inability of the supplier to provide flexibility and not conducting activities such as storage, transportation, and handling in suitable conditions for the product content can lead to the occurrence of this waste.





Dergi Anasayfası: [ATA Dergisi](#)

# Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi

## Journal of Eurasia Tourism Research

Journal Homepage: [JETouR](#)



### Alfa Kuşağı'nın Turizmdeki Tüketici Davranışı

#### Consumer Behaviour of Generation Alpha in Tourism

Begüm Dilara EMİROĞLU<sup>1,\*</sup>

<sup>1</sup>Asst. Prof., Department of Gastronomy and Culinary Arts, College of Tourism and Hotel Management, Sırnak University, Sırnak, Türkiye

#### MAKALE BİLGİSİ

Derleme

*Makale Süreci:*

Gönderim : 17 Eylül 2023  
Düzeltilme : 16 Ekim 2023  
Kabul : 16 Ekim 2023  
Yayınlanma : 29 Ekim 2023

*Anahtar Kelimeler:*

Kuşak teorisi  
Kohort analizi  
Alfa kuşağı  
Tüketici davranışı  
Turizm endüstrisinde  $\alpha$  kuşağı

#### ÖZ

Nesil, aynı dönemde doğmuş ve yaşamları boyunca benzer tutum, davranış, değer ve deneyimlere sahip akrayan kişiliği geliştirmiş insanları ifade etmektedir. 2010 yılına kadar genel olarak sessiz kuşak, baby boomer, X, Y ve Z olmak üzere beş kuşak bulunmaktadır. Z kuşağından sonra gelen Alfa kuşağı, app kelimesinin yaygınlaştığı ve ipad ve instagram gibi bugün tüm dünyada popüler olan ürünlerin dünyaya tanıtıldığı bir yıl olan 2010'da doğmuştur. Alfa Kuşağı şimdiye kadar ki en bilgili, kültürel açıdan en zengin ve teknolojik açıdan en donanımlı kuşak olarak nitelendirilmektedir. Kuşak teorisi her kuşağın benzer tutum, beklenti, davranış ve deneyimlere sahip olduğunu ileri sürmektedir. Her neslin kendi içinde benzer tutum ve davranışlara sahip olması tüketici davranışı üzerinde büyük bir etki barındırmaktadır. Bu nedenle günümüz turizm ve seyahat sektöründe faaliyet gösteren işletmeler alfa kuşağının davranışlarını anlamak için büyük bir çaba göstermektedir. Alfa Kuşağı henüz herhangi bir işe yada mesleğe sahip olmamasına rağmen, ailelerinin satın alma kararlarını ve seyahat kararlarını etkileyebilme gücüne sahiptirler. Ancak literatürde Alfa Kuşağı'nın tüketici davranışı ve turizm endüstrisindeki seyahat kararlarını nasıl etkilediklerine ilişkin oldukça kısıtlı çalışma bulunmaktadır. Bu nedenle, bu araştırma ikincil verilerden yararlanarak Alfa Kuşağı'nın turizm endüstrisindeki tüketici davranışını incelemeyi amaçlamaktadır.

[Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi](#) yayıncı [Bayram KANCA](#) tarafından [CC BY-NC-SA 4.0](#) ile lisanslanmıştır.

#### ARTICLE INFO

Review Article

*Article history:*

Received : 17 September 2023  
Revised : 16 October 2023  
Accepted : 16 October 2023  
Available : 29 October 2023

*Keywords:*

Generation theory  
Cohort analysis  
Generation alpha  
Consumer behaviour  
Gen Alpha in the tourism industry

#### ABSTRACT

Generation refers to people who were born in the same period and have developed peer personalities with similar attitudes, behaviours, values and experiences throughout their lives. Until 2010, there were generally five generations: silent, baby boomer, Generation X, Y and Z Generation Alpha, which came after Generation Z, was born in 2010 when the word app became widespread and products that are popular all over the world, such as iPad and Instagram, were introduced to the world. Therefore, this generation is described as the most knowledgeable, culturally rich and technologically equipped generation ever. Generational theory suggests that each generation has similar attitudes, expectations, behaviours and experiences. The fact that each generation has similar attitudes and behaviours has a great impact on consumer behaviour. Therefore, businesses operating in today's tourism and travel industry make great efforts to understand the behaviour of Generation Alpha. Although Generation Alpha does not yet have a job or profession, they have the power to influence their family's purchasing decisions and travel decisions. However, there are very limited studies in the literature on the consumer behaviour of Generation Alpha and how they influence travel decisions in the tourism industry. Therefore, this research aims to examine the consumer behaviour of Generation Alpha in the tourism industry by using secondary data.

[Journal of Eurasia Tourism Research](#) by [Bayram KANCA](#) is licensed under [CC BY-NC-SA 4.0](#)

## 1. INTRODUCTION

Generation refers to a category of people born in the same age, shaped by the same times and affected by the same social markers (Tavares et al., 2018: 226). According to generation theory, each generation was born in a similar period, they have experienced the same social events and external influences and they have acquired the same attitudes, behaviours, values and experiences (Li et al., 2013: 148; Huang and Lu, 2017: 7). Therefore, each generation

\*Sorumlu yazar / Corresponding author



0000-0002-3668-1632 (B. D. EMİROĞLU)



begum-88@outlook.com (B. D. EMİROĞLU)

is different to other generations in terms of their characteristics, interests, skills, values, expectations and beliefs (Tavares et al., 2018: 226; Komodromos, 2019: 8).

Generalizations of a generation's core values and attitudes exist, and this provides clues for behaviour. According to generation theory, each generation has similar behaviour and consumption patterns that are among themselves but different from previous and subsequent generations (Li et al., 2013: 148). In this respect, cohort theory posits that individuals born during the same period and grew up in the same socioeconomic climate have similar consumer needs, wishes, and attitudes (Valkeneers and Vanhooymissen 2012: 54). Therefore, cohort analysis also has the potential to predict the future travel behaviour of different generations of travellers (Gray et al., 2002: 127).

Generation Alpha consists of people born after 2010 (Expedia Group, nd.:3; Mccrindle, n.d). This generation's members are acknowledged as children of Gen Y and Z (Travel Technology & Solution, n.d). Alpha Generation was born in 2010 when the iPad was released, Instagram was created, and the term app became the word of the year (Mccrindle, n.d.). Therefore, this generation is the most technologically knowledgeable generation among all the generations (Travel Technology & Solution, n.d).

Gen Alpha children have a significant influence on their family purchase decisions (Alberton Record, 2022). Especially tourism and travel industry, travel technology, travel habits, travel trends, and even travel mobility depend on generational differences that exist between groups of people. Therefore, one should look at Gen Alpha and consider the future of the travel industry and whether they will change the travel industry (Travel Technology & Solutions, n.d.). However, there are very limited studies in the literature on the consumer behaviour of Generation Alpha and how they influence travel decisions in the tourism industry. Therefore, this research aims to examine the consumer behaviour of Gen Alpha in the tourism industry by using secondary data. Ethics Committee approval is not required for this study because of it has used secondary data in accordance with the ethical principles and publication policy of the journal.

## 2. COHORT THEORY AND THE GENERATION ALPHA

The idea of generation was derived from generation theory (Li et al, 2013: 148). According to generation theory, a generation is described as "community of people who were born in a similar period, experienced similar life events during this period and were affected by these events, thus acquired a collective memory and developed a peer personality with similar attitudes, behaviours and values throughout their lives" (Huang and Lu, 2017: 7).

One of the most distinguishing identities in generation theory is the years of birth (Goh and Lee, 2018: 21). Due to the same lifespan, each generation has experienced the same social events and external influences in their formative years and therefore they have acquired the same life experiences (Li et al., 2013:148). Therefore, members of each generation are different to members of other generations in terms of their characteristics, values, interests beliefs and expectations (Tavares et al., 2018: 226).

Generation theory emphasizes the fact that each generation has its own set of influence and generality, and thus characteristics and qualities (Tavares et al., 2018: 226). The theory claims that each generation is influenced by unique social and economic forces that create a distinct perspective from those that developed during a different period (Self et al., 2019: 4129). Generations are generally divided into 5 groups: Generation Mature or Silent (from 1925 to 1945), Generation Boom or Baby boomers (from 1946 to 1964), Generation X (from 1965 to 1980), Millennials or Generation Y (from 1981 to 2000) and Generation Z (from 2001 to present) (Kusmayadi et al., 2017: 3; Dolot, 2018: 44; Setiawan et al., 2018: 2; Vieira et al., 2020: 2). However, there is no consensus on defining the age range of the generations mentioned above (Dolot, 2018: 44). According to generation theory, members of each generation are different in terms of their characteristics, values, interests, beliefs and expectations (Li et al., 2013: 147).

**Table 1:** Significant Events That Occurred During The Formative Years of Each Generational Group.

Baby Boomers	Gen X	Gen Y	Gen Z
➤ Martin Luther King's assassination	➤ Economic crisis	➤ Environmental shocks	➤ Climate change and natural disasters
➤ Woodstock	➤ Women's rights movements	➤ Terrorist acts	➤ Financial crisis
➤ Civil rights movements	➤ Collapse of the Soviet Union	➤ High school violence and shooting	➤ 9/11 attack
➤ Women's rights movements	➤ Persian Gulf war		➤ Legalized gay marriage
➤ Vietnam War	➤ AIDS epidemic		➤ Rise of young billionaire entrepreneurs
➤ OPEC oil embargo	➤ Fall of the Berlin Wall		➤ First Afro-American President
➤ JFK assassination	➤ Iran hostage crisis		➤ Ongoing racial and ethnic tensions
➤ Watergate	➤ Challenger Blast		➤ School shooting attacks Suicide bombings Terrorist acts
	➤ Energy crisis		
	➤ Watergate		

Source: Sakdiyakorn et al., 2021: 9-10.

Generation Alpha comes after Generation Z. This generation generally consists of children of Generation Y and Z (Travel Technology & Solution, n.d). Gen Alpha consists of people born after 2010, and the number of

members of this generation is expected to reach 2 billion people by 2025 (Expedia Group, n.d.: 3; Mccrindle n.d.: 3-7). Generation Alpha began to emerge in 2010 when the iPad was released, Instagram was created, and the term app became the word of the year (Mccrindle, n.d.). Therefore, the most well-known feature about Gen Alpha is that it is the most technologically knowledgeable generation among all the generations that came before it (Travel Technology & Solution, n.d.). Their focus on technology makes them the most globally connected generation ever. They are considered global, moving and social as they will travel, study and work between multiple careers and different countries (Mccrindle, 2020: 7). Alpha Generation defines the generation as the most knowledgeable, most educated, most technologically advanced and richest generation ever (Gauthier, 2019). In the coming years, Generation Alpha is expected to be the largest generation. This generation will live longer than previous generations and will be more culturally diverse than them (Mccrindle, 2020: 7).

Mark Mccrindle, who is a demographer, social researcher and manager of Mccrindle Research, coined to alpha label. In a study conducted by Mccrindle, Australian people were asked what name the next generation should take, and most people suggested A, which is the first beginning of the alphabet since the alphabet has come to an end with Generation Z. However, since Generation Alpha represents a brand new generation born in a completely new century, returning to the beginning of the alphabet was not considered right for this new generation. This all happened right after the 2005 Atlantic hurricane season. There were so many hurricanes at that time that normal alphabetic names were exhausted and names starting with the Greek alphabet, such as hurricane alpha and hurricane beta, began to be used for the first time. This is also how scientific naming works. Therefore, by this scientific naming of using the Greek alphabet instead of the Latin alphabet, after progressing through Generations X, Y and Z, researchers decided that the next group would be Generation Alpha and stated that this generation does not represent a return to the past, but the beginning of something new. When we look at the generation definitions, each generation generally covers 15 years. Therefore, Generation Alpha is expected to last from 2010 to 2024, and the beta generation to follow is expected to cover the years from 2025 to 2039. After the Beta Generation, Generations Gamma and Delta are expected to come, respectively (Mccrindle, 2020: 3-8).

Gen Alpha kids were born in an era of tablets, smartphones, and other electronic devices and grew up in a technology-focused world. Therefore, they are the first people who have truly witnessed the real digital world. 2010, the year in which Alfa members were born, coincided with the year when the word "app" became the word of the year and became widespread with the introduction of the iPad and Instagram, which are currently the world's most preferred social media application and brand. Their lives revolve around technology, from entertainment to gaming to connecting with their peers and even education in the wake of the COVID-19 pandemic. It is known that Generation Alpha has now mastered the touch screen by the age of 2 and can easily navigate various applications on smartphones (Jha, 2020: 2). Therefore, Generation Alpha is more skilled in using technology than other generations (Travel Technology & Solution, n.d.). Similarly, Generation Alpha, who spent their childhood with voice assistants like Alexa and Siri, voice-activated speakers, or in-home robots, are increasingly using voice in their online interactions. Some Alpha members ask toy robots like Cozmo if they can open the door, while others offer food to the devices (Spectra, n.d.).

A study conducted by Wunderman Thompson has revealed that the generation of alpha is a group that is thoughtful and has strong values. When it comes to what is most important in life, Generation Alpha members rank family (71%), friends (43%), happiness (31%), health (19%), school/education (17%), games (16%), money (15%), telephone (13%), food and drink (12%), music (10%), iPad/tablet (8%), sports (7%), entertainment (7%), and TV (6%), social media (5%) and fame (2%). It has been observed that digital tools fall into the second part of the priority list. So even though Alphas value their tablets and phones, they think family and friends are more important (Wunderman Thompson, n.d.:7-8). Likewise, Iberdrola (n.d.) states that the characteristics of Generation Alpha are mobile, digital, social, visual and global. Raja et al. (2021:251) divided the characteristics of Generation Alpha into three groups: intellectual, technological and behavioural, as can be seen in Table 2.

**Table 2:** Characteristics of Alpha

Intellectual Characteristics	Technological Characteristics	Behavioural Characteristics
➤ Advanced thinkers	➤ Does not care about data privacy	➤ Stubborn
➤ Learning is highly personalised	➤ Raised as screenagers	➤ Lazy
➤ Information seekers	➤ Possesses high technical and specialised skills	➤ Independent
➤ Active learners	➤ Takes pride in being tech-savvy	➤ Confident
➤ Less academic effort	➤ Interacts with AI	➤ Don't care attitude
➤ Involvement in self-research	➤ Tech-savvy	➤ Strong influence
	➤ Digitally alert	
	➤ Shares technological knowledge with others	
	➤ Hyper-connected through social media	

Source: Raja et al., 2021:251.

Research conducted by Beano Studios found five important features of Generation Alpha (Beano Studios, 2020):

- **Digital Masters:** Generation Alpha is significantly ahead of their digital native Millennial parents in all things that are digital and online.
- **New Old Fashions:** Although they are proficient in digital technology, they still care about spending time with family.
- **Creative Entrepreneurs:** Preparing to become 'architects' of newfound technology-enabled creativity.
- **Activists:** Generation Alpha kids are active activists, taking part in school strikes and protests against single-use plastics.
- **Post-Stereotypes:** They are the generation that judges people based on who they are, not what they are.

The features that differentiate Generation Alpha from other generations are as follows (Nagy and Kolcesy, 2016: 113; Nuttall, 2022; Wixecommerce, 2023):

- It is a generation that attaches importance to education. Approximately 43% of alphas think it is important to go to college. This shows that this generation will be the most educated ever.
- They do not discriminate based on gender.
- They have a very courageous nature to support causes they believe in (e.g. Alphas between the ages of five and nine have already participated in a march or protest in support of causes they believe in).
- They are family and future-oriented.
- They believe in causes that are beyond themselves (approximately over 60% of Alphas want to protect people from bullying, while others are concerned with climate change and environmental issues).
- They spend more time online.
- It is the generation that is more technological and curious about technology compared to other generations.
- They will have less human contact than previous generations.
- They will be a more entrepreneurial generation.

### **3. CONSUMER BEHAVIOR OF GENERATION ALPHA AND TOURISM INDUSTRY**

Consumer behaviour refers to the act of choosing, buying, and utilizing a product or service to fulfill one's wants or needs (Huang and Lu, 2017: 8). Cohen et al. (2014: 872-875) indicated that perceptions, attitudes, personality, motivations, trust, self-concept, decision-making values, satisfaction and loyalty are the most significant key concepts of consumer behaviour. In this context, pre-travel, during and post-travel mental activities such as information source, travel activity preference, motivation, destination selection and destination evaluation are all included in consumer behaviour (Huang and Lu, 2017: 8). Consumer behaviour is affected by many factors such as includes cultural (habits, values, attitudes etc.), economic (price, purchasing power etc.), personal (education, lifestyle, gender, age etc.), social (e.g. family and position in society etc.), and psychological (perception and skills etc.) (Juvan et al., 2017: 24). According to generation theory, each generation is expected to exhibit similar behaviour and consumption patterns that are similar among themselves but different from previous and subsequent generations. Generalizations of a generation's core values and attitudes exist, and this provides clues for behaviour (Li et al., 2013: 148).

Generation Alpha is now seen as brand influencers, a consumer segment and a target market (McCrindle, 2020: 6). They prefer to live a luxurious life and have spending power. Although alpha kids have independent choices, they are technology-oriented. It is predicted that this generation will use artificial intelligence in all their purchasing plans in the future (Thomas et al., 2020: 78). For example, within 10 to 20 years, Generation Alpha will use a mobile device, tablet or computer (21%), a physical store (19%), their minds (11%) and a voice assistant (9%), and 8% of Alphas will experience virtual reality and augmented reality (AR). They want to shop with reality (Wunderman Thompson, n.d.:21). It is estimated that Generation Alpha will be the most sought-after target consumers by marketers in the current period. Therefore, marketers are expected to develop technology and invent innovative products for Gen Alpha (Thomas et al., 2020: 78).

Members of Generation Alpha are expected to increase their influence on their parents' decisions (Thomas et al., 2020: 82). According to research conducted in the United States, four out of every five children of Generation Alpha have a significant influence on their family purchase decisions, and each year, \$500 billion in purchases are impacted by children under the age of 12 (Alborton Record, 2022). These experiences are reflected in the retail world as well. 81% of millennial parents in the US say their children influenced their final purchasing decisions. 70% of millennial parents stated that they shop for their child's favourite character or TV series. Frankly, generation alphas are already influencing e-commerce purchasing decisions even if they don't yet own a wallet (Wixecommerce, 2023). 46% of children under 16 in the US and UK have direct access to an Amazon Prime account, and the site is this generation's favourite place to spend Money (Spectra, n.d.). Similarly, a study conducted by Wunderman Thompson

found that most children have heard of Amazon and 72 % have expressed their liking for it as a company. Amazon is one of the most recognized and loved brands for Generation Alpha. It was revealed that 90% of 13-16-year-olds and respectively 88% of 10-12-year olds and 74% of 6-9-year olds have heard of Amazon (Wunderman Thompson, n.d.: 16-17).

Technology is utilized by consumers for a variety of consumption-related tasks and entertainment purposes, such as gathering information, making purchases, and sharing experiences and opinions. The widespread usage of technology by an increasing number of consumers may maybe more apparent in product categories like tourism. To be effective in tourism marketing, one must have a comprehensive understanding of how technology changes and, as a result, shapes tourism consumer behaviour. Today, tourists can obtain travel information and share their travel experiences via social networking sites, technology-mediated outlets of companies and destinations, and blogging and micro-blogging/video-sharing websites. With the increase in content on these media and the presentation of information evolving to be more inventive and user-friendly, tourists' dependence on online resources is likely to increase. For example, social media has a significant impact on tourism consumer behaviour. It serves as a platform for both information sharing and tourist experiences among consumers (Cohen et al., 2014: 889). Social media is also very effective on Gen Alpha. Most Alphas (57%) state that seeing advertisements on social media encourages them to purchase these products (Wunderman Thompson, n.d.:14).

Travel technology, travel habits, travel trends, and even travel mobility depend on generational differences that exist between groups of people. These differences can sometimes lead to big consequences in the travel industry, such as where they go, what they do, and how they achieve their travel goals. Considering all this, one should look at Gen Alpha and consider the future of the travel industry and whether they will change the travel industry (Travel Technology & Solutions, n.d.).

Generation Alpha may be thought of as still kids, but their digital knowledge is much better than previous generations, making them extremely valuable in the age of travel technology (Smartvel, 2023). With travel being a racing game for companies in the industry, some major players like Expedia are wasting no time crunching the numbers and understanding the behaviour of Gen Alpha travellers across the touchpoints of their journeys (Smartvel, 2023). In a study titled "Generation Alpha & Family Travel Trends" conducted by Expedia Group on parents with children or grandchildren born after 2010 in Australia, USA, Canada, Japan, China, Germany, Brazil, Mexico, United Kingdom and Australia, the following results were obtained (Expedia Group, n.d.:1-40):

- Generation Alpha takes more than three family trips a year, and the majority of these trips are domestic, with an average of 6.9 days.
- During family trips, families mostly want to go to a place where there will be activities for the whole family, where their young children will enjoy, where they are child-friendly, where they do not have to worry about the safety of their children and where children demand it.
- While travelling, Gen Alpha mostly engages in activities such as watching online videos, taking photos or videos, playing games, video calls with family and friends from home, text messages, researching nearby activities, reading online articles and using social media.
- 60% of travel ideas come from both adults and children.
- Families mostly prefer theme parks, outdoor activities, water activities and historical places during their holidays.
- Family travel decisions are influenced by children.
- Generation Alpha's views on travel are influenced by what they see, images or information highlighting kid-friendly activities/attractions, travel-related images or information they see on TV, things they hear from friends and/or things they learn at school and things they hear from other family members.
- Even if Gen Alpha influences the travel decision, adults make the final decision.

**Table 3:** An Overview of The Key Characteristics of Generation Alpha As Hotel Chain Customers.

They are likely to focus on new experiences and experiments
Likely, they were quite experienced with travel and technology from a very young age.
Because they have access to anything, anywhere, anytime, they are likely to seek innovation, and originality, or have a strong desire to produce it.
They will underestimate technology more than ever
Chain hotels will offer them a more diverse and complex product than ever before.

Source: Sima, 2016: 472.

Generation Alpha is expected to be more enthusiastic about personalized vacation destinations and travel experiences than Millennials or Generation Z (Bagci, 2020). Gen Alpha has been very experienced in travel and technology from a very young age. Since they can access everything, from anywhere, at any time, they seek innovation, and originality or have a strong desire to produce it (Sima, 2016:472). Therefore, the tourism and travel

industry must take this desire of Gen Alpha into account and offer trips not only to popular destinations but also to more remote destinations. Smaller towns, more rural areas and places previously overlooked by major tourist destinations will become more popular as Generation Alphas desire to find unique experiences off the beaten path (Bağci, 2020).

HomeAway, in partnership with YouGov, an independent market research firm, conducted a survey with 2,813 children (ages 6 to 18) and parents in the United States and Europe and found the following key findings (HomeAway, 2015:1-3):

- 85% of parents in the US, 76% in the UK, 86% in France, 95% in Germany and 94% in Spain tell their children about where they want to go on holiday recognizes the right.
- The majority of parents in the U.S. let their children decide about vacation activities (77%), itinerary (53%) and even the type of destination (49%).
- Family togetherness is seen as important by children. Half of the children surveyed see family togetherness as the top priority for holiday travel.
- More than half of children (55%) want to invite their friends to their holidays.
- Approximately one-third of children (32%) would like to bring their pets on their ideal holiday, while 22% say it annoys them to leave their pets at home on holiday.
- US kids are looking for adventure on their holidays and want an exciting place to stay.
- Children mostly want to experience new adventures on holiday (60 %) and do things they cannot do at home while on holiday (63 %).
- Kids want to stay in unique accommodations with a hilltop castle (37 %) or treehouse (29 %), among other options like planes, boats and trains.
- In the USA, 37 % of children and 75 % of parents want places with pools during their holidays. 21 % of children want a pool with water slides.
- While 54% of children between the ages of six and 12 and 27% of young people between the ages of 13 and 18 prefer travel destinations with theme parks, young people prefer to go to a country abroad as their destination choice.

#### **4. RESULT AND IMPLICATIONS**

Generation describes a group of people who were born in the same period and were influenced by the same social and external influences during their formative period and therefore acquired similar experiences. Each generation has similar attitudes, values, expectations and behaviours that distinguish it from other generations. These differences between generations also affect their consumer behaviours.

Generation Alpha, who was born in the 2010s and later, is expected to be the longest-living, most knowledgeable and culturally rich in world history. Generation Alpha was born in the years when the most popular products such as iPad and Instagram were introduced to the whole world, and this made them the most technologically equipped and knowledgeable generation compared to other generations. In addition, this generation is characterized as a generation that is very thoughtful and sensitive to social events and also attaches great importance to family and friendship.

Each generation has similarities in terms of wants, needs, attitudes, values, expectations and experiences, and this affects their consumer behaviour. These differences between generations are also reflected in the consumer behaviour of Gen Alpha. Although Generation Alpha has not yet gained economic independence, they can influence their families' purchasing decisions. The consumer behaviour of Gen Alpha is highly influenced by technology, sustainability concepts and influencers in the technological world.

When it comes to tourism and travel, parents take into account the decisions of Generation Alpha and family trips are shaped according to the demands of the Alpha members. The travel decisions of Generation Alpha are greatly influenced by the images they see online highlighting activities for children and the information they hear from their friends. Generation Alpha is generally interested in personalized products during their holidays and cares about different adventurous activities that they cannot do at home. That's why Generation Alpha is more interested in theme parks, outdoor activities, water activities and historical sites, kid-friendly activities and unique accommodations such as airplanes, towers and treehouses. For all these reasons, understanding the travel behaviour of Gen Alpha is very important for the future of the tourism and accommodation industry and for gaining a competitive advantage.

By looking at the consumer behaviour of Generation Alpha, it may be useful for companies operating in the tourism and travel industry to implement the following strategies to effectively reach Gen Alpha:

- Gen Alpha is a generation that is technology-oriented and spends a lot of time on technology. To effectively reach Gen Alpha, videos, social media, games and online entertainment environments should be rearranged in line with their wishes and needs.
- Gen Alpha is interested in personalized holiday products that include more fun and adventure. Therefore, companies need to add child-friendly activities to their services and products and organize their physical environments for children.
- Gen Alpha is interested in unique and unusual destinations. Therefore, travel companies need to offer trips not only to popular destinations but also to more unique and different destinations in their holiday programs.
- In addition, the travel decisions of Gen Alpha may be affected by the influencers they see on social media. Considering this situation, tourism marketers need to use social media phenomena and create their marketing strategies in this direction to effectively reach Gen Alpha
- To effectively reach alpha children, innovative advertisements on TV, advertising, social media and online environments, using Disney, Spider-Man and various cartoon characters popular with children can be an effective strategy. Additionally, giving toys of such characters as gifts can increase loyalty to companies.

## ACKNOWLEDGEMENTS

This research did not receive any specific grant from funding agencies in the public, commercial, or not-for-profit sectors.

## CONFLICTS OF INTEREST

The author certify that they have NO affiliations with or involvement in any organization or entity with any financial interest (such as honoraria; educational grants; participation in speakers' bureaus; membership, employment, consultancies, stock ownership, or other equity interest; and expert testimony or patent-licensing arrangements), or non-financial interest (such as personal or professional relationships, affiliations, knowledge or beliefs) in the subject matter or materials discussed in this manuscript.

## AUTHORS' CONTRIBUTIONS

B. D. E.: Conceptualization, Review of Literature, Methodology, Data curation, Analysis and interpretation, Writing- Original draft preparation. Writing- Reviewing and Editing, Funding Project Management, Consulting, Final approval.

## ETHICAL STATEMENT

Ethics Committee approval is not required for this study in accordance with the **Ethical Principles and Publication Policy** of the Journal of Eurasia Tourism Research (JETouR) because of it has used research data before 2020 and produced from doctoral studies.

## REFERENCES

- Alberton Record (2022, 13 April). *Gen Alpha: The next economic force*. Alberton Record. <https://albertonrecord.co.za/322037/gen-alpha-the-next-economic-force/>
- Bagci, B. (2020, 2 January). *Active role of Generation Alpha in family trips*. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/active-role-generation-alpha-family-trips-bulut-bagci>
- Beano Studios (2020, 9 June). *The future's bright: the future's Gen Alpha*. Beano Studios. <https://www.beanostudios.com/post/the-future-s-bright-the-future-s-gen-alpha-1>
- Cohen, S. A., Prayag, G., & Moital, M. (2014). Consumer behaviour in tourism: Concepts, influences and opportunities. *Current issues in Tourism*, 17(10), 872-909. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.850064>
- Dolot, A. (2018). The characteristics of Generation Z. *E-mentor*, 74(2), 44-50.
- Expedia Group (n.d). *Generation Alpha & family trends*. Expedia Group Media Solutions. <https://go2.advertising.expedia.com/family-travel-trends-generation-alpha-typ.html>
- Gauthier, M. (2019, 12 August). *Gen Alpha: Littlest travelers have big impact on family trips*. <https://www.wexinc.com/insights/blog/wex-travel/consumer/gen-alpha-littlest-travelers-have-big-impact-on-family-trips/>
- Goh, E., & Lee, C. (2018). A workforce to be reckoned with: The emerging pivotal Generation Z hospitality workforce. *International Journal of Hospitality Management*, 73, 20-28. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.01.016>
- Gray, L.P., Kerstetter, D. L., & Warnick, R. (2002). Forecasting travel patterns using Palmore's cohort analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 13(1-2), 125-143. [https://doi.org/10.1300/J073v13n01\\_09](https://doi.org/10.1300/J073v13n01_09)
- Homeaway (2015, 18 May). *New HomeAway survey reveals the strong influence of kids on family travel plans*. Globenewswire by notified. <https://www.globenewswire.com/en/news-release/2015/05/18/736698/32179/en/New-HomeAway-Survey-Reveals-the-Strong-Influence-of-Kids-on-Family-Travel-Plans.html>

- Huang, Q., & Lu, Y. (2017). Generational perspective on consumer behavior: China's potential outbound tourist market. *Tourism Management Perspectives*, 24, 7-15. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.07.008>
- Kusmayadi, H. Wiweka, K., Kurniawati, R., & Adnyana, I. N., Jakarta, S.T.P.S. (2017). *The profile and behavior of smart tourist\*(Generation Z) in making decisions and travelling*. World Research Summit for Tourism and Hospitality (4th), 8-11.12. 2017. Orlando, USA.
- Iberdrola (n.d.). *Generation Alpha will lead a 100% digital world*. Iberdrola. <https://www.iberdrola.com/talent/alpha-generation>
- Jha, A. K. (2020). Understanding Generation Alpha. <https://doi.org/10.31219/osf.io/d2e8g>
- Juvan, E., Omerzel, D. G., & Maravic, M. U. (2017, May). *Tourist behaviour: An overview of models to date*. In Management International Conference (pp. 24-27). Italy: Monastier di Treviso.
- Komodromos, I. (2019). New generation of consumers in the tourism industry: Secondary Research. *International Journal of Entrepreneurship and Innovative Competitiveness – IJEIC*, 1(1) 1-27.
- Li, X., Li, X. R., & Hudson, S. (2013). The application of generational theory to tourism consumer behavior: An American perspective. *Tourism Management*, 37, 147-164. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.01.015>
- McCrinkle (2020). *Understanding Generation Alpha*. McCrinkle Research Pty Ltd.
- McCrinkle (n.d.). Understanding Generation Alpha. <https://mccrinkle.com.au/article/topic/generation-alpha/generation-alpha-defined/>
- Nagy, A., & Kolcsey, A. (2017). Generation Alpha: Marketing or science?. *Acta Technologica Dubnicae*, 7(1), 107-115. <https://doi.org/10.1515/atd-2017-0007>
- Nuttall, C. (2022, 20 Semptember). Baby boomer, Gen Z, Millennials, they get talked about a lot. But what about Generation Alpha? Who are they?. GWI. <https://blog.gwi.com/marketing/us-gen-alpha-characteristics/>
- Raja, M. A. S., Gurung, D. J., & Vincent, T. N. (2021). Market segmentation framework for Generation Alpha cohorts. *Productivity*, 62(3), 248-254. <https://doi.org/https://doi.org/10.32381/PROD.2021.62.03.04>
- Sakdiyakorn, M., Golubovskaya, M., & Solnet, D. (2021). Understanding Generation Z through collective consciousness: Impacts for hospitality work and employment. *International Journal of Hospitality Management*, 94, 102822. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102822>
- Self, T. T., Gordon, S., & Jolly, P. M. (2019). Talent management: A Delphi study of assessing and developing GenZ hospitality leaders. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(10), 4126-4149. DOI: 10.1108/IJCHM-11-2018-0915
- Setiawan, B., Trisdyani, N. L. P., Adnyana, P. P., Adnyana, I. N., Wiweka, K., & Wulandani, H. R. (2018). The profile and behaviour of 'digital tourists' when making decisions concerning travelling case study: Generation Z in South Jakarta. *Advances in research*, 17(2), 1-13. DOI: 10.9734/AIR/2018/43872
- Sima, C. (2016). Generations BB, X, Y, Z, a—the changing consumer in the hospitality industry. In *The Routledge Handbook of Hotel Chain Management* (pp. 471-479). New York: Routledge.
- Smartvel, (2023, 8 February). The iltimate travel trends for 2023. Smartvel. <https://blog.smartvel.com/blog/generation-alpha-travel> .
- Spectra (n.d.). *Shakeout: 6 trends shaping Generation Alpha*. Spectra. <https://www.spectrapartnership.com/shakeout-6-trends-shaping-generation-alpha-part-1/>
- Tavares, J. M., Sawant, M., & Ban, O. (2018). A study of the travel preferences of Generation Z located in Belo Horizonte (Minas Gerais – Brazil). *e-Review of Tourism Research (eRTR)*, 15(2-3), 223-241.
- Thedrum.com (2022, 17 March). *What is Generation Alpha, and why is it the most influential generation in CX?*. Open Mic. <https://www.thedrum.com/profile/infobip/news/gen-alpha-the-most-influential-generation-for-cx#:~:text=Generation%20Alpha%20are%20kids%20born,greatest%20spending%20power%20in%20history>
- Thomas, M. R., & Shivani, M. P. (2020). Customer profiling of Alpha: The next generation marketing. *Ushus Journal of Business Management*, 19(1), 75-86. DOI: 10.12725/ujbm.50.5
- Travel Technology & Solution (n.d.). *How is Generation Alpha changing the travel industry?*. Travel Technology & Solution. <https://www.tts.com/blog/who-is-generation-alpha-and-are-they-going-to-change-the-travel-industry/>
- Valkeneers, G., & Vanhooissen, T. (2012). Generations living their own life: The differences in lifestyle and consumer behaviour between busters and baby boomers. *Journal of Customer Behaviour*, 11(1), 53-68. <https://doi.org/10.1362/147539212X13286273975274>
- Vieira, J., Frade, R., Ascenso, R., Prates, I., & Martinho, F. (2020). Generation Z and key-factors on e-commerce: A study on the portuguese tourism sector. *Administrative Sciences*, 10(4), 103. <https://doi.org/10.3390/admsci10040103>
- Wixecommerce (2023, 19 January). Let's talk about the Gen Alpha consumer. WixCommerce. <https://www.wix.com/blog/ecommerce/2023/01/gen-alpha-consumer>
- Wunderman Thompson (n.d.). *Generation Alpha*. Wunderman Thompson Commerce.



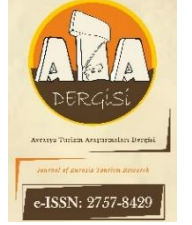


Dergi Anasayfası: [ATA Dergisi](#)

# Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi

## Journal of Eurasia Tourism Research

Journal Homepage: [JETouR](#)



### Kavram ve Örneklerle Turizm Politikaları ve Planlaması

#### Tourism Policies and Planning with Concepts and Examples

Nurullah Cihan AĞBAY<sup>1,\*</sup>

<sup>1</sup>Asst. Prof., Department of Gastronomy and Culinary Arts, Kanık School of Applied Sciences, Bitlis Eren University, Bitlis, Türkiye

#### MAKALE BİLGİSİ

Kitap İncelemesi

*Makale Süreci:*

Gönderim : 3 Ekim 2023  
Düzeltilme : 17 Ekim 2023  
Kabul : 19 Ekim 2023  
Yayımlanma : 29 Ekim 2023

*Anahtar Kelimeler:*

Turizm politikası  
Turizm planlaması  
Kamu politikası

#### ARTICLE INFO

Book Review

*Article history:*

Received : 3 October 2023  
Revised : 17 October 2023  
Accepted : 19 October 2023  
Available : 29 October 2023

*Keywords:*

Tourism policy  
Tourism planning  
Public policy

#### ÖZ

Kitap 2021 yılında Detay Yayıncılık tarafından basılmıştır. Yazar, hangi durum için yapılsa yapılsın turizm politika ve planlama sürecinin kapsamlı bir değerlendirme ve analiz gerektirdiğini belirtmekte ve ilgili konularda örnekler vererek teorik bilgilerle genel bir çerçeve çizmeyi amaçlamaktadır. Turizm politikası ve planlamasının hem kavramsal açıdan hem de süreç açısından ele alındığı kitap ilgili politikaların tarihsel gelişimine ve sahip olması gereken özelliklerine dikkat çekmektedir. Turizm politikasının amaçları turizmin olumlu ve olumsuz etkileri temelinde açıklanırken, politika sürecinde kullanılan araçlara ayrıca yer verilmektedir. Turizm planlaması aşamasında kullanılan yaklaşımlar örneklerle açıklanmakta, turizm plan türleri turizm politikası yapım sürecindeki alternatifleri göstermektedir. Kamu politikaları yapılırken genel olarak amaçlara ulaşmak için strateji ve planlar belirlenir. Bu bağlamda kitapta Türkiye'nin turizm politikaları, stratejileri ve planları kronolojik olarak ele alınmaktadır.

[Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi](#) yayıncı [Bayram KANCA](#) tarafından [CC BY-NC-SA 4.0](#) ile lisanslanmıştır.

#### ABSTRACT

The book was published by Detay Publishing in 2021. The author states that the tourism policy and planning process requires a comprehensive evaluation and analysis, no matter what the situation is, and aims to draw a general framework with theoretical information by giving examples of relevant subjects. The book, in which tourism policy and planning are discussed both conceptually and in terms of process, draws attention to the historical development of the relevant policies and the characteristics they should have. While the aims of tourism policy are explained on the basis of the positive and negative effects of tourism, the tools used in the policy process are also included. The approaches used in the tourism planning phase are explained with examples, and tourism plan types show the alternatives in the tourism policy-making process. When making public policies, strategies are generally determined to achieve goals. In this context, Turkey's tourism policies, strategies and plans are examined chronologically in the book.

[Journal of Eurasia Tourism Research](#) by [Bayram KANCA](#) is licensed under [CC BY-NC-SA 4.0](#)

## 1. GİRİŞ

Dünya üzerinde ulaşım imkânlarının artması, turizm potansiyellerinin özellikle iletişim kanalları aracılığıyla daha fazla sergilenmesi, turistik deneyimlerin paylaşım yöntemlerinin çoğalması beraberinde daha fazla turistik hareketler getirmektedir. Bu hareketlilikle birlikte turizmin gerek ekonomik ve sosyal gerekse kültürel ve çevresel olumlu ve olumsuz etkileri de artabilmektedir. Dolayısıyla, turizm politikası geliştirmek için dikkate alınması gereken farklı boyutlar söz konusudur. Bu noktada, Türkiye'de turizm politikaları ile ilgili yayımlanan kitaplarda ekonomi, çevre, ulaşım, dış politika, toplumsal yapı gibi birçok parametrenin kullanıldığı (Batman vd., 2018; Küçükaltan vd., 2015), bölgesel veya ulusal boyutta farklı yönetim yaklaşımları ile turizm politika ve planlamalarının yapılabildiği açıklanmıştır (İçöz vd., 2019; Demirkol & Çetin, 2014). Yakın tarihte yayımlanan kitapta da yazar (Çavuşoğlu Paksoy, 2021) hangi durum için yapılsa yapılsın turizm politika ve planlamasının kapsamlı bir değerlendirme ve analiz gerektirdiğini belirtmekte ve ilgili konularda örnekler vererek teorik bilgilerle genel bir

\*Sorumlu yazar / Corresponding author



0000-0001-9689-4608 (N. C. AĞBAY)



ncagbay@beu.edu.tr (N. C. AĞBAY)

çerçeve çizmeyi amaçlamaktadır. Kitapta sekiz ayrı bölüm, sonuç ve önerilerin yer aldığı toplamda dokuz başlık yer almaktadır.

Bu çalışmada “*Kavram ve Örneklerle Turizm Politikaları ve Planlaması*” kitabı incelenmiştir. Çalışma, derginin etik ilkelerine ve yayın politikasına uygun olarak ikincil veriler kullanıldığı için etik kurul onayı gerekmemektedir.

## 2. KİTAP İNCELEMESİ

Yazar, birinci bölümde turizmi kavramsal açıdan ele almakta bunu yaparken turizmin geliştirilmesi için göz önünde bulundurulması gereken unsurlara yer vermektedir. Turizmde arz ve talebin önemi düşünüldüğünde, yazarın turizm politika ve planlaması sunumu öncesinde turizm sistemi ve turizmin nasıl sınıflandırıldığına yer vermesi önemli bir detaydır.

İkinci bölümde turizm planlaması ve politikalarının gelişimi kronolojik bir yaklaşım ile ele alınmaktadır. Bu bölümde yazar, sanayi devrimi ile birlikte gelişmeye başlayan turizmin iktisadi paradigmalarda arz ve talep yönlü dönüşümünü dönemler itibariyle açıklamaktadır. Ayrıca, turizmin akademik olarak politika konusu ile ele alınmadığına dikkat çeken yazar, kamu politikalarını ve nihayetinde devletin turizm politikasındaki yeri ve etkisini tartışmaktadır.

Kitabın üçüncü bölümü turizm politikasını ve taşıması gereken özellikleri aktarmaktadır. Bölümde, kavramsal olarak turizm politikası açıklanırken turizmin doğası gereği ulaştırmadan çevreye, eğitimden kamu sağlığına kadar farklı politika alanları ile etkileşim içerisinde olduğu ve dolayısıyla turizm politikasının entegre özelliği öne çıkarılmaktadır.

Dördüncü bölüm turizm politikasının amaçlarını kapsamlı bir şekilde incelemektedir. Yazar bu bölümde, turizmin dünya genelinde ekonomik etkilerini ve destinasyonlarda bırakacağı muhtemel sosyo-kültürel etkileri olumlu ve olumsuz yönleriyle aktararak turizm politikasının geliştirilmesi aşamasında değerlendirilmesinin altını çizmektedir. Ayrıca, yerel halkın turizme bakış açısını Doxey’in tolerans modellemesi ile tartışan yazar (Bkz. Paksoy Çavuşoğlu, 2021: 87-90) turizm ve çevre ilişkisini açıklamakta, eko turizm kavramına dikkat çekerek ilgili alanda yerel ve küresel politika örnekleriyle konuyu pekiştirmektedir.

Kitabın beşinci bölümünde turizm politikasının araçlarına yer verilmektedir. Bu bölümde, Turizm politikası sürecinde yer alan ana otorite olarak devlet ve devletin rolü, politikanın hukuki kaynakları ile birlikte turizm endüstrisi temsilcilerinin/baskı gruplarının önemi aktarılmaktadır. Bununla beraber, farklı ülkelerde turizm endüstrisinin ihtiyacı olarak çatı yapı şeklinde ortaya çıkan ulusal turizm idareleri ile ilgili örnekler yer almaktadır.

Altıncı bölümde turizm planlaması, türleri, yaklaşımları ve örnekleri kapsamlı bir şekilde ele alınmaktadır. Kavramsal olarak incelenen turizm planlaması ile birlikte planlama sürecinde paydaşlar ve yer alması gereken öğeler aktarılmaktadır. Bu bölümde, özellikle uluslararası yazında yer alan, farklı araştırmacılar tarafından belirtilen çerçevelerde, amaçlara göre hangi planlama yaklaşımlarının kullanılabileceğinin örneklerle anlatılması dikkat çekerken bununla birlikte yazar okuyucuya planlama sürecindeki alternatifler hakkında bilgi vermektedir.

Kitabın yedinci bölümünde Türkiye’de turizm politikaları ve planlama sürecine yer verilmiştir. Öncelikle, Türkiye’de turizmin tarihsel gelişimi dönemler itibariyle açıklanırken Covid-19 Pandemisinin turizmde bıraktığı etki de kısaca anlatılmaktadır. Turizm politikaları planlı dönem öncesi ve planlı dönem başlıklarıyla incelenirken hükümetlerin dönemsel politikaları hedefleri-öncelikleri bağlamında ele alınmaktadır. Türkiye’de turizm ile ilgili politikaların daha çok arz yönlü geliştirilmesi buna nazaran talep arttırmaya yönelik hamlelerin eksik ve yavaş olması rasyonel bir şekilde eleştirilmektedir.

Sekizinci bölüm bir önceki bölümün devamı niteliğinde olup Türkiye’de turizm politikalarında örnek proje ve planlara yer vermektedir. Türkiye turizm tarihinde önemli olan Güney Antalya Turizm Gelişim Projesi (GATGP) ve ayrıca Turizm Stratejisi 2023 vizyonu ve stratejileriyle birlikte detaylı olarak anlatılmaktadır. Kitabın son bölümünde yazarın turizm politika ve planlaması ile ilgili değerlendirme ve önerisi yer almaktadır.

## SONUÇ

Kitapta yer alan başlıkların bölümlerle uyumlu olduğu ifade edilebilir. Yazarın her bölümde içeriğe uygun kavramsal açıklamalarda bulunması, bunu yaparken gerek ulusal gerekse uluslararası kaynaklardan yararlanması göze çarpmaktadır. Yabancı kaynaklardan alıntı ve aktarımların özenli olması yazarın akademik yazım ve dil kurallarına hâkim olduğu izlenimini vermektedir. Bu nedenle kitabın okuyucular açısından anlaşılabilir olduğu söylenebilir. Konuların örneklerle zenginleştirilmiş olması politika ve planlama sürecinde farklı model ve yaklaşımların kullanılabileceğini göstermektedir. Kitap, turizm politikası ve planlaması derslerinde kaynak kitap olarak kullanılabileceği gibi ilgili alanda çalışma yürüten araştırmacı ve uzmanlar için de bir rehber niteliği taşımaktadır.

## TEŞEKKÜR

Bu araştırma, hiçbir kamu, ticari veya kar amacı gütmeyen kurum ya da kuruluştan herhangi bir finansman desteği almamıştır.

## MENFAAT UYUŞMAZLIğI

Yazarın, herhangi bir kurum ya da kuruluş ile finansal çıkar içeren bir ilişkisi ya da katılımı (hibe; eğitim bursları; konuşmacı bürolarına katılım; üyelik, istihdam, danışmanlıklar, hisse senedi sahipliği veya diğer öz özkaynak payları; ve uzman tanıklığı veya patent lisans düzenlemeleri); bu çalışmada tartışılan konu veya materyallerle ilgili mali olmayan çıkarları (kişisel veya mesleki ilişkiler, bağlantılar, kanaatler veya inançlar gibi) bulunmamaktadır.

## YAZARLARIN KATKILARI

N. C. A: Kavramsallaştırma, Yazın taraması, Analiz ve yorumlama, Yazma - orijinal taslak hazırlama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme, Danışmanlık, Nihai onayın verilmesi.

## ETİK BEYAN

Bu alışma için Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi (ATA Dergisi) **Etik İlkeler ve Yayın Politikası** doğrultusunda Etik Kurul onayına ihtiyaç duyulmamaktadır.

## KAYNAKÇA

- Batman, O., Türkay, O. & Ulama, Ő. (2018). *Turizmde politika ve stratejiler*, Değişim Yayınları: İstanbul.
- avuőoęlu Paksoy, P. (2021). *Kavram ve örneklerle turizm politikaları ve planlaması*, Detay Yayıncılık: Ankara.
- Demirkol, Ő. & etin, G. (2014). *Turizm politikaları ve alternatif yönetim yaklaşımları*, 2. Basım, Değişim Yayınları: Sakarya.
- İçöz, O., Var, T. & İlhan, İ. (2019). *Turizm planlaması ve politikası* (3. Basım), Detay Yayıncılık: Ankara.
- Küçükaltan, D., eken, H. & Mercan, O. Ő. (2015). *Değişik perspektifleriyle turizm politikası ve planlaması*. Detay Yayıncılık: Ankara.

## **EXTENSIVE SUMMARY**

### **Introduction**

Increasing transportation opportunities worldwide, exposure of tourism potentials, primarily through communication channels, and methods of sharing touristic experiences bring about more touristic movements. With this mobility, tourism's economic, social, cultural, and environmental positive and negative impacts may increase. Therefore, different dimensions need to be considered when developing tourism policy. At this point, in the books published on tourism policies in Turkey, many parameters such as economy, environment, transportation, foreign policy, and social structure are used (Batman et al., 2018; Küçükaltan et al., 2015), with different management approaches at regional or national scale. It has been explained that tourism policies and planning can be made (İçöz et al., 2019; Demirkol and Çetin, 2014). In the recently published book, the author (Çavuşoğlu Paksoy, 2021) states that tourism policy and planning requires a comprehensive evaluation and analysis, no matter what situation it is made for, and aims to draw a general framework with theoretical information by giving examples on relevant subjects. The book includes eight chapters and nine titles, including conclusions and recommendations.

### **Book Review**

The first part deals with tourism from a conceptual perspective and includes the elements that should be considered for tourism development. Considering the importance of supply and demand in tourism, it is essential detail that the author includes the tourism system and how tourism is classified before presenting tourism policy and planning.

In the second chapter, the development of tourism planning and policies is discussed with a chronological approach. In this chapter, the author explains tourism's supply and demand-side transformation, which started to develop with the Industrial Revolution, with economic paradigms by periods. In addition, the author points out that tourism needs to be academically addressed as a policy issue and discusses public policies and, ultimately, the place and impact of the state in tourism policy.

The third part of the book explains the tourism policy and the features it should have. While explaining tourism policy conceptually in the chapter, it is emphasized that tourism, by its nature, interacts with different policy areas, from transportation to the environment, from education to public health, and, therefore, the integrated feature of tourism policy.

The fourth chapter comprehensively examines the objectives of tourism policy. In this chapter, the author conveys the economic effects of tourism worldwide and its socio-cultural possible impact on destinations, with its positive and negative aspects, and underlines that it should be evaluated during tourism policy development. In addition, the author, who discusses the local people's perspective on tourism with Doxey's tolerance modeling (See Paksoy Çavuşoğlu, 87-90), explains the relationship between tourism and the environment, draws attention to the concept of ecotourism and reinforces the subject with local and global policy examples in the relevant field.

The fifth chapter of the book covers the tools of tourism policy. The state and its role as the leading authority in the tourism policy process, the legal sources of the policy, as well as the importance of tourism industry representatives/pressure groups, are conveyed. However, there are examples of national tourism administrations emerging as umbrella structures as a need of the tourism industry in different countries.

In the sixth chapter, tourism planning, its types, approaches, and examples are discussed comprehensively. Along with tourism planning, which is examined conceptually, stakeholders and the elements that should be included in the planning process are explained. In this section, it is noteworthy that the planning approaches that can be used according to the objectives are explained with examples, especially in the frameworks specified by different researchers in the international literature, while the author also gives information to the reader about the alternatives in the planning process.

The book's seventh chapter includes tourism policies and the planning process in Turkey. First, while the historical development of tourism in Turkey is explained by periods, the impact of the COVID-19 pandemic on tourism is also briefly described. While tourism policies are examined under the headings of pre-planned period and planned period, periodic policies of governments are discussed in the context of their goals-priorities. It is rationally criticized that tourism-related policies in Turkey are developed more supply-oriented, whereas the moves aimed at increasing demand need to be completed faster.

The eighth chapter continues the previous chapter and includes sample projects and plans for tourism policies in Turkey. The South Antalya Tourism Development Project (GATGP), vital in the history of tourism in Turkey, and the Tourism Strategy 2023 are explained in detail together with its vision and strategies. The last part of the book includes the author's evaluation and suggestions regarding tourism policy and planning.

## **Conclusion**

It can be stated that the titles in the book are compatible with the chapters. It is noteworthy that the author makes conceptual explanations appropriate to each chapter's content and uses national and international sources while doing this. The careful use of quotations and quotes from foreign sources gives the impression that the author has mastered the rules of academic writing and language. Therefore, it can be said that the book is understandable for readers. The fact that the topics are enriched with examples shows that different models and approaches can be used in the policy and planning process. The book can be used as a reference book in tourism policy and planning courses, as well as a guide for researchers and experts working in the relevant field.