



e-ISSN: 2718-045X

TURİZM

Çalışmaları

Dergisi

Journal of Tourism Studies

CİLT 5, SAYI 2, ARALIK 2023

e-ISSN: 2718-045X

ANKARA ÜNİVERSİTESİ
BEYPAZARI MESLEK YÜKSEKOKULU

TURİZM ÇALIŞMALARI DERGİSİ
JOURNAL OF TOURISM STUDIES

BİLİMSEL HAKEMLİ DERGİ

2023

CİLT / VOLUME: 5

SAYI / ISSIE: 2

Turizm Çalışmaları Dergisi (TUCADE), Ankara Üniversitesi Beypazarı Meslek Yüksekokulu tarafından yayımlanan bilimsel hakemli bir dergidir.
Yılda iki kez, yaz (Temmuz) ve güz (Aralık) döneminde yayımlanan derginin dili Türkçe ve İngilizce'dir.
Dergide yayımlanan yazıların bilimsel, etik ve hukuki sorumluluğu yazar(lar)ına aittir.
Yazılardan kaynak gösterilerek alıntı yapılabilir.

•••

Journal of Tourism Studies is a scientific refereed journal published in Turkish and English twice a year by The Beypazarı Vocational School of Ankara University.
All views expressed in this journal are those of authors and do not necessarily represent the views of and should not be attributed to The Beypazarı Vocational School of Ankara University.

Sahibi/Owner

Prof. Dr. Harun BAYRAKTAR

Ankara Üniversitesi Beypazarı Meslek Yüksekokulu Adına, Müdür V.

Editör/Editor

Öğr. Gör. Dr. Azade Özlem ÇALIK

Editör Yardımcıları/Assistant Editor

Dr. Öğr. Üyesi Filiz ÇETİNKAYA KARAFAKI

Öğr. Gör. Zeynep Sıla ÖZŞEN

Yayın Kurulu / Editorial Board

Dr. Öğr. Üyesi Özgür GÜLDÜ

Dr. Öğr. Üyesi Yalçın GÜÇER

Öğr. Gör. Dr. Fuat ATASOY

Öğr. Gör. Dr. Gül Seçil TAHMAZ

Öğr. Gör. Dr. Emir Hilmi ÜNER

Öğr. Gör. İsmail KARAKUŞ

Öğr. Gör. Eda SELİMOĞLU

Öğr. Gör. Behiyenur ÜNAL KİRAZCI

Öğr. Gör. Yusuf GÖRGÜLÜ

Danışma Kurulu/Advisory Board

Prof. Dr. Umut AVCI (Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi)

Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT (Balıkesir Üniversitesi)

Prof. Dr. Galip AKIN (Yozgat Bozok Üniversitesi)

Prof. Dr. Hüseyin ARASLI (Doğu Akdeniz Üniversitesi)

Prof. Dr. Kemal BİRDİR (Mersin Üniversitesi)

Prof. Dr. Meryem BULUT (Ankara Üniversitesi)

Prof. Dr. Cihan ÇOBANOĞLU (University of South Florida)

Prof. Dr. Carol KLINE (Appalachian State University)

Prof. Dr. Pars ŞAHBAZ (Hacı Bayram Veli Üniversitesi)

Prof. Dr. Zafer ÖTER (İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi)

Prof. Dr. Emrah ÖZKUL (Kocaeli Üniversitesi)

Doç. Dr. Duygu EREN (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)

Doç. Dr. Mustafa AKSOY (Hacı Bayram Veli Üniversitesi)

Doç. Dr. Sevda BİRDİR (Mersin Üniversitesi)

Doç. Dr. Tolga BOZKURT (Ankara Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Afife Başak OK (Ankara Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Georgina KARADAŞ (Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Nehir VAROL (Ankara Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Tolga UZUN (Karabük Üniversitesi)

Adres/Address

Milli Egemenlik Caddesi Gazi Paşa Mahallesi No: 226
06730 Beypazarı / ANKARA

İletişim/ Communication

tucade@ankara.edu.tr

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

Hakemler/Reviewers

Turizm Çalışmaları Dergisi/ Journal of Tourism Studies

Yıl/Year: 2023 Cilt/Volume: 5 Sayı/Issue: 2

¹Pınar TEMİZKAN, *Osman Gazi Üniversitesi*

²Menekşe CÖMERT, *Hacı Bayram Veli Üniversitesi*

⁴Sinan KURT, *Ege Üniversitesi*

²Gülsel ÇİFTÇİ, *Trakya Üniversitesi*

²Duygu YETGİN AKGÜN, *Anadolu Üniversitesi*

³Yalçın GÜÇER, *Ankara Üniversitesi*

²Hürriyet ÇİMEN, *Ardahan Üniversitesi*

²Serap AKDU, *Gümüşhane Üniversitesi*

¹Emrah ÖZKUL, *Kocaeli Üniversitesi*

¹Özlem ALTUNÖZ, *Hacı Bayram Veli Üniversitesi*

¹Prof. Dr., ²Doç. Dr., ³Dr. Öğr.Üyesi, ⁴Dr., ⁵Arş. Gör., ⁶Öğr. Gör.

İçindekiler/Contents

Makaleler/Articles

Araştırma Makalesi

İhsan Erol ÖZÇİL

1

The Importance of Street Food in Gastronomy: North Cyprus Street Tastes

Gastronomide Sokak Yemeklerinin Önemi: Kuzey Kıbrıs Sokak Lezzetleri

Araştırma Makalesi

Oğuz ÇAM
Hakkı ÇILGINOĞLU

13

Kastamonu İli Cide İlçesinin Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi

Evaluation of the Tourism Potential of the Kastamonu Province Cide District

Araştırma Makalesi

Yusuf GÖRGÜLÜ

27

İsrail ve İran Mutfak Kültürü ve Gelenekleri Üzerine Betimleyici Bir Araştırma

A Descriptive Study on Israeli and Iranian Culinary Culture and Traditions

Araştırma Makalesi

Vahit Oğuz KİPER

47

Social Barriers Against Implementation of Tourism Planning: Case Study of Sapanca

Turizm Planlamasının Uygulanmasının Önündeki Sosyal Engeller: Sapanca Örneği

İnceleme Makalesi

Hatice AKTÜRK
Nurten ÇEKAL

55

Türkiye’de Gastronomi ve Turizm Rehberliği Alanında Yapılan Çalışmaların Bibliyometrik Analizi

Bibliometric Analysis of Studies Conducted in the Field of Gastronomy and Tourism Guidance in Turkey

The Importance of Street Food in Gastronomy: North Cyprus Street Tastes

Gastronomide Sokak Yemeklerinin Önemi: Kuzey Kıbrıs Sokak Lezzetleri

İhsan Erol ÖZÇİL¹

Abstract: In the world of gastronomy, the importance of street food is increasing day by day. Especially in culturally rich regions, street flavors appeal to the taste perception of local people and tourists. North Cyprus street flavors reflect the rich culinary culture of the region. Traditional cooking methods, the use of local ingredients, and the continuation of cultural heritage help to preserve and enrich the authenticity of these flavors. Additionally, the wide range of flavors offered by street food caters to everyone's palate, providing options suitable for all tastes. North Cyprus street flavors have been traditionally produced for centuries and have been carried through to the present day, holding significant importance both culturally and in terms of tourism. This study aims to focus on the importance of North Cyprus street flavors using a descriptive research model, highlighting the cultural and tourism significance of these flavors. Additionally, it aims to preserve and document forgotten or overlooked traditional street foods and beverages belonging to Cypriot culture, as part of the intangible cultural heritage, and to pass them on to future generations.

Keywords: Gastronomy, street food, Northern Cyprus

Öz: Gastronomi dünyasında, sokak yemeklerinin önemi her geçen gün daha da artmaktadır. Özellikle kültürel açıdan zengin bölgelerde, sokak lezzetleri yerel halkın ve turistlerin tat algısına hitap etmektedir. Kuzey Kıbrıs sokak lezzetleri, bölgenin zengin mutfak kültürünü yansıtmaktadır. Geleneksel pişirme yöntemleri, yerel malzemelerin kullanımı ve kültürel mirasın devamı, bu lezzetlerin özgünlüğünü korumakta ve zenginleştirmektedir. Ayrıca, sokak lezzetlerinin sunduğu geniş yelpaze, herkesin damak zevkine uygun seçenekler sunmaktadır. Kuzey Kıbrıs sokak lezzetleri, yüzyıllar boyunca geleneksel olarak üretilmiş ve günümüze kadar taşınmış olup hem kültürel hem de turizm açısından büyük bir öneme sahiptir. Bu çalışmada durum saptayıcı / betimleyici araştırma modelinden yararlanılarak, Kuzey Kıbrıs sokak lezzetlerinin önemine odaklanıp, bu lezzetlerin kültürel ve turizm açısından değeri vurgulanmasını, unutulmuş geleneksel sokak yiyeceklerini Kıbrıs kültürel mirası korumak ve kayıt altına alıp, gelecek nesile bırakmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, sokak lezzetleri, Kuzey Kıbrıs

¹ Dr. Öğr. Üyesi. Kıbrıs Amerikan Üniversitesi, İşletme ve Ekonomi Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, e- posta: i.ozcil@auc.edu.tr, ORCID No: 0000-0002-7717-1794

Geliş Tarihi/Received Date: 04.04.2024
Kabul Tarihi/Accepted Date: 27.06.2024
Yayınlanma Tarihi / Published Date: 08.07.2024

1. Introduction

The concept of street flavor has become one of the topics of interest among gastronomy researchers in recent years (Karsavuran, 2018). Because street flavors not only prompt people to explore and discover local cuisines but also help them learn about the qualities of the cultures they represent. Therefore, street flavors can be considered as a reflection of a society's cuisine (Choudhury et al., 2011).

Street flavors are considered a significant part of a vast cultural heritage worldwide and are recognized as an essential element of gastronomic experiences. These flavors are typically local and traditional foods offered at street corners, markets, festivals, and stalls scattered throughout the city. Street flavors not only offer a unique culinary experience with distinctive tastes, aromas, and stories but also serve as a space for cultural interaction and sharing.

Gastronomy is not only about fulfilling people's nutritional needs but is also considered an expression of a society's cultural identity (Lupton, 2020). Street flavors constitute an important aspect of this cultural identity because the foods served on the streets of a country, region, or city reflect the history, geography, traditions, and lifestyle of that community (Smith, 2018). For instance, a taco stand may reflect the vibrant and colorful streets of Mexico, a kebab shop may represent Turkey's rich and diverse culinary culture, or a noodle stall could mirror the dynamism of street life in China (Jones, 2019).

The significance of street flavors should be assessed not only as a culinary richness but also as an economic and societal impact (Smith and Brown, 2021). Street flavors contribute to the economic development of local small businesses and vendors. Additionally, street food stalls bring people together, encourage social interaction on the streets, and strengthen community solidarity (Garcia et al., 2017).

Street flavors are not just meals; they are also significant components that make up the fabric of a society. Preserving and celebrating this value contributes to the strengthening of cultural diversity and human connections. Particularly in North Cyprus, street flavors are associated with its unique culture, historical heritage, and delicious cuisine.

Street food plays a crucial role in the culinary landscape, offering a vibrant reflection of a region's culture, history, and social dynamics. In the realm of gastronomy, street food is not merely about sustenance but an immersive experience that captures the essence of local life. This is particularly evident in North Cyprus, where the street food scene is a testament to the island's rich cultural heritage and diverse culinary influences (Kocabaş and Karaca, 2020).

In North Cyprus, the street food culture is a mosaic of flavors, blending Turkish, Greek, and Middle Eastern influences, resulting in a unique gastronomic identity. Dishes such as "köfte" (spiced meatballs), "şiş kebab" (skewered meat), and "hellim" (grilled halloumi cheese) are staples that not only satiate hunger but also tell stories of tradition and community. The bustling markets and street vendors serve as social hubs where locals and tourists alike can engage with the island's culinary traditions firsthand (Smith, 2013).

North Cyprus cuisine is characterized by its use of fresh, local ingredients, often sourced from the island's fertile lands. The emphasis on simplicity and flavor is evident in dishes like "mücendra" (lentils with rice), "kolokas" (a root vegetable stew), and "pilavuna" (a traditional cheese pie). Seafood also plays a significant role, with dishes like grilled octopus and calamari being popular among locals and visitors. These dishes not only reflect the island's agricultural and maritime resources but also its culinary traditions that have been passed down through generations.

The accessibility and affordability of street food make it an integral part of daily life, providing quick and delicious meals that cater to a wide audience. Moreover, street food vendors often use locally sourced ingredients, which supports local agriculture and promotes sustainability. This culinary practice highlights the significance of fresh, seasonal produce and reinforces the connection between food and the land (Yılmaz and Demir, 2018).

Festivals and markets in North Cyprus further celebrate its rich culinary heritage. Events such as the Olive Festival in Zeytinlik and the Grape Festival in Yeşilirmak showcase the island's diverse produce and traditional recipes, fostering a sense of community and cultural pride. These gatherings not only allow for the preservation of traditional cooking methods but also promote culinary tourism, drawing food enthusiasts from around the world to experience the flavors of North Cyprus firsthand.

Street food in North Cyprus is more than just a gastronomic delight; it is a cultural experience that enriches the local heritage and offers invaluable insights into the island's way of life. Understanding and appreciating street food can lead to a deeper connection with the region's cultural fabric and contribute to the preservation of its culinary traditions.

This study aims to examine Cyprus street delicacies in terms of a gastronomic product and to evaluate them in terms of their content, history, way of making, places where they are sold, people, and businesses that sell them.

2. Theoretical Framework

2.1. Gastronomy

Gastronomy is the study and application of knowledge concerning food and beverages from cultural, artistic, and scientific perspectives. This discipline encompasses not only cooking techniques and recipes but also the history of foods, their cultural meanings, nutritional values, sensory characteristics, and psychological impacts on humans (Jonsson et al., 2005). Gastronomy analyzes all factors involved in the process from food production to consumption.

One of the primary goals of gastronomy is to optimize the flavors and presentations of foods. To achieve this, gastronomy interacts with various disciplines such as chemistry, biology, sociology, anthropology, and the arts. For instance, molecular gastronomy employs scientific methods to understand the chemical and physical transformations of food and applies this knowledge to create innovative dishes (This, 2006). While this represents the scientific aspect of gastronomy, the artistic aspect focuses on the aesthetic presentation of food and enriching the dining experience.

From a cultural perspective, gastronomy investigates a society's eating habits, rituals related to food, and the sociocultural meanings of foods (Flandrin and Montanari, 2013). In this context, gastronomy is a vital tool for understanding the identity and traditions of a country or region. The historical development of foods is shaped by various factors such as geography and trade routes. Therefore, gastronomic studies adopt an interdisciplinary approach to examine and understand the evolution of foods by considering historical and geographical contexts (Santich, 2004).

Through its relationship with nutritional science, gastronomy also plays a crucial role in promoting healthy eating habits. Topics such as how to create a balanced diet and the effects of different food groups on the body are focal points of gastronomic research (Brillat-Savarin, 2009). Additionally, issues like food safety and sustainability fall within the scope of gastronomy. This includes efforts to reduce the environmental impacts of food production and promote sustainable agricultural practices (Pollan, 2008).

Gastronomy is a multifaceted and broad field that aims to increase knowledge about all aspects of food. As both a scientific and artistic discipline, gastronomy seeks to enhance quality and experience in the process from food production to presentation. In this context, research in the field of gastronomy adopts a comprehensive and holistic approach by collaborating with various disciplines such as nutritional science, cultural studies, and sustainability.

2.2. Street Foods in the Field of Gastronomy Tourism

Gastronomy tourism, a specialized sector within the broader tourism industry, emphasizes exploring destinations through their culinary traditions and food experiences. Street food, in particular, offers a unique lens into local cultures, providing authentic and often affordable culinary experiences.

Street food is an integral part of many cultures, reflecting the flavors, traditions, and lifestyles of local communities. It often mirrors the history, climate, and agricultural practices of a region. For instance, the use of specific spices, cooking methods, and food types can reveal much about a culture's trade history and social customs. Street food also serves as a bridge between locals and tourists, offering a taste of everyday life and fostering cross-cultural interactions (Everett and Aitchison, 2008).

Street food significantly enhances the travel experience, making it a central element of gastronomy tourism. Food tours and culinary festivals centered around street food are increasingly popular, attracting food enthusiasts who seek authentic and immersive experiences. Street food markets become cultural hubs where tourists can engage with local vendors and learn about the culinary traditions of the area. This not only enriches

the tourist experience but also supports local economies and promotes cultural exchange (Ellis, et al., 2018). Nowadays, with the increase in tourists' gastronomic travels, their interest in the cuisine specific to the region they visit also comes to the fore in the festivals organized.

In this context, bringing to the fore the food and beverage elements specific to the region through festivals organized becomes a center of attraction for visitors and the host community; The aim is to ensure that the pride in the local products they wish to offer and the celebration of traditions and customs are a special attraction that contributes to the promotion of the region.

If we give examples from the USA, which attracts the most food-oriented tourists in the world; Thousands of tourists visit the 3-day Maine Lobster Festival, which has attracted the most tourists since 1948, and it is stated that foreign visitors contributed 1 million dollars. In addition, the San Francisco Street Food Festival, which hosts 50 thousand people on the street, makes significant contributions. These examples include the Garlic Festival in England, the Melbourne Food and Wine Festival in Australia, and dozens of food festivals held in France, as important attraction centers of gastronomy tourism (TURSAB, 2014). Therefore, gastronomy tourism has great material and moral importance among cultural values.

Moreover, the popularity of street food in gastronomy tourism helps preserve culinary heritage and promotes sustainable tourism practices. By focusing on local ingredients and traditional cooking methods, street food vendors contribute to the sustainability of food systems and reduce the environmental impact associated with large-scale food production and transport (Everett and Aitchison, 2008).

The economic impact of street food on local communities is substantial. Street food vendors often operate small businesses that contribute to the local economy by creating jobs and generating income. These businesses can help uplift economically disadvantaged communities by providing affordable food options and employment opportunities (Henderson, 2019). Additionally, street food markets often become social spaces where community members and tourists interact, fostering social cohesion and cultural exchange.

While street food offers many benefits, there are also health and safety concerns to address. Ensuring food safety is crucial to protect consumers from foodborne illnesses. Regulatory frameworks and hygiene standards must be implemented and monitored to maintain the safety and quality of street food (Alimi, 2016). Education and training programs for street food vendors can enhance their knowledge of food safety practices, contributing to the overall well-being of consumers.

Street foods play a crucial role in the field of gastronomy tourism, offering a flavorful journey into the heart of a destination's culture (Montanari, 2013). As gastronomy tourism continues to thrive, street food will remain a vital component, drawing food lovers from around the world to savor the diverse and delicious offerings of local cuisines.

2.3. Cyprus Culinary Culture

Cyprus is an island that stands out with its rich historical past, diverse geographical landscape, and cultural diversity. This richness has also influenced Cypriot culinary culture, bringing forth various flavors that are distinctive to the region. Cyprus cuisine has been influenced by various cultures throughout history, enriching its culinary culture through these interactions (Papadakis, 2019). Cyprus's geographical location has led to influences from Mediterranean, Middle Eastern, and Asian cuisines, resulting in a unique flavor mosaic. Cypriot culinary culture is characterized by the use of local ingredients, carefully selected spices, and cooking methods.

While Cypriot cuisine interacts with Anatolian culinary culture, the cuisines of the Greek and Turkish communities living together on the island are highly influenced by Turkish and Greek cuisine (Bağışkan, 2019). Although there are similarities between the cuisines of Cyprus, the Middle East and Anatolia, the Cypriot cuisine cannot be clearly defined under the influence of all civilizations that have existed for centuries (Yılmazbasar and Sarper, 2024).

Although there are similarities in the Cypriot Cuisine used by the communities living in Cyprus today (Turkish Cypriots, Greek Cypriots, Maronites, Armenians, and Latins), different products can be used in parallel with the feature of religion shaping culinary cultures, therefore differences may arise in food preferences (Altan, 2019). Not only the food but also the cooking methods and eating patterns of these two main communities, who have lived together as neighbors for many years, are a good example of the concept of cultural interaction (Yılmazbaşar, 2021).

The traditional Cypriot culinary culture is of Turkish, Greek, Italian, French, Lebanese, Syrian, and Armenian origin, and the unique characteristics of the products grown under the influence of the climate and vegetation on the island of Cyprus have created a unique culinary culture (Altan, 2016).

An important feature of Cypriot culinary culture is the extensive use of local products. Thanks to its fertile land, the island can cultivate a wide variety of fruits, vegetables, and herbs. For example, products such as Cyprus olive oil, the famous halloumi cheese, pomegranate molasses, and carob molasses are obtained from these lands (Koumi, 2018). These local products form the basic components of Cyprus dishes and give them a unique taste and aroma.

Cyprus culinary culture also relies on traditional cooking methods. For instance, methods like cooking in a tandır oven, grilling over charcoal, and preparing dishes like testi kebabı are commonly used (Demetriou, 2020). These methods add a unique flavor and touch to the dishes, emphasizing the uniqueness of Cyprus culinary culture.

Cyprus culinary culture is not just about providing a culinary experience; it's also a form of cultural expression. Meals bring families and communities together, celebrate traditions and rituals, and connect people. Additionally, Cyprus cuisine is a significant reason for tourists to visit the region and provides a substantial economic contribution to the tourism industry (Cyprus Tourism and Gastronomy Association, 2021).

2.4. Cyprus Street Food

Cyprus is one of the favored destinations for culinary tourism with its rich cultural heritage and unique cuisine. Street flavors, particularly, are an essential element reflecting Cyprus's cultural heritage and gastronomic diversity. The value of Cypriot street flavors in culinary tourism and their contributions to the local economy and tourism industry are significant.

Culinary tourism is a type of tourism in which travelers visit a country or region specifically to experience its food and beverage culture (Hall, 2019). This type of tourism has become popular for exploring local cuisines, tasting local products, and experiencing unique dishes crafted by local chefs. Cyprus has developed its own unique culinary culture throughout history, influenced by various cultures over time (Papadakis, 2017). Therefore, Cypriot street flavors are a reflection of this rich heritage and offer an attractive gastronomic experience for tourists.

The interest in these tours, which are called tasting tours, wine tours, local food tours, and street food tours, is increasing day by day, and some countries and destinations in the world where these tours take place are called gastronomy tourism centers. Examples of these countries are France, Spain, Asia, and South America (Akay and Güneren Özdemir, 2019).

North Cyprus street flavors are not only about providing a culinary experience but are also recognized as an expression of local culture. These flavors reflect the region's history, geography, and cultural characteristics (Üstündağ, 2018). North Cyprus street flavors also serve as important carriers of cultural heritage for the local population.

Additionally, among the prominent flavors, "kebab" is a commonly encountered taste on the streets of North Cyprus. Kebab is known for being prepared by grilling meat or served in the form of "döner," which involves meat cooked on a vertical rotisserie (Akgün, 2020; Christofi, 2020). One of the most prominent examples of North Cyprus street flavors is "hellim/halloumi" which is commonly found in traditional Cypriot markets and street stalls. Halloumi, a type of cheese specific to Cyprus, is typically consumed by grilling or used in various dishes (Ünal, 2017; Ioannou, 2018). Halloumi cheese is typically grilled and is known as a popular snack among tourists.

Cyprus street flavors not only provide a culinary experience but also contribute to the local economy. The preparation and sale of food at street stalls serve as a significant source of income for many local artisans and businesses. Additionally, the popularity of street flavors enhances tourists' interest in Cyprus, revitalizing the tourism industry (Kountouris and Farmaki, 2019; Northern Cyprus Tourism Agency, 2021).

3. Method

The study has utilized a descriptive research model, which is commonly used in qualitative research methods, to provide the researcher with a comprehensive understanding of a specific topic. Typically, this model is implemented using qualitative data collection techniques such as observation, and archival research. According to Yıldırım and Şimşek (2013), document review includes the analysis of written and visual materials containing information about the phenomena targeted to be investigated. Document review; In qualitative research, it can be used as a stand-alone data collection tool or in combination with other data collection methods (Karadağ, 2014).

3.1. Purpose of the research

In this section, our goal is to identify and document the street foods that have been part of Cyprus's gastronomic culture for centuries, ensuring they are recorded and passed down to future generations to prevent them from being forgotten. Additionally, our research aims to document the production methods of these street foods and gather information about their production in Cyprus's gastronomic culture.

3.2. Data Collection Tool and Sampling

The information gathered in the research was obtained from observations of street food sales in North Cyprus and through the review of written scientific sources. This study is a comprehensive research conducted across all of North Cyprus.

4. Results and Discussion

The findings obtained from the research include information about forgotten or overlooked traditional street foods and beverages in Cyprus, as well as details about their production methods and techniques.

Street food plays a significant role in the dining culture of Cyprus, offering a glimpse into the island's unique cuisine. Traditional Cypriot street foods, along with their local names and preparation methods, are quite popular.

- Nor böreği: The dough is kneaded and then rolled out into a thin sheet. A spoonful of filling is placed intermittently on one half of the sheet, and then the other half is folded over to cover the filling. It is cut into pieces using a coffee saucer or a cutting tool and fried in hot oil. It is typically sold at festivals and fairs.
- Golifa: Prepared from boiled wheat, boiled almonds, pomegranate seeds, sesame seeds, and anise (cumin) seeds. It is a traditional delicacy that is both natural and easy to make, consumed as a sweet or as a snack. Cypriot Turks make golifa for the prosperity and abundance of the New Year. It is typically sold at festivals.
- Pilavuna: A pastry consumed particularly during breakfast in Cyprus. It is filled with halloumi cheese, eggs, raisins, mint, and mastic (gum Arabic). Known for its sweet and sour taste. It is sold on street stalls or mobile carts, either on three-wheeled carts or bicycles with front baskets, pushed along.
- Rose syrup: A beverage that mirrors the local soda-drinking tradition in Anatolian coffeehouses, also prevalent in Cyprus. It is made by adding half a measure of sugar to one measure of water, then adding rose essence or rose water, and consumed cold. It is typically sold at festivals.
- Katmer (Gatmer): Also known as "sini gatmeri." It is prepared by rolling out a thin sheet of dough in the shape of yufka (phyllo dough), spreading clotted cream on it, adding cinnamon, and sprinkling crushed almonds inside the dough. It is typically sold on street stalls or mobile carts.
- Hellimli (Bulla): One of the foods that use Cyprus's most famous food item, halloumi. It can be likened more to a cake than a pastry. It contains halloumi along with lightly roasted onions, and it is sprinkled with sesame seeds and carob seeds on top. The one with olives is also called "zeytinli." It is sold on street stalls or mobile carts.

- Babutsa: The fruit of a cactus plant, is sold packaged in supermarkets. It can also be purchased from vendors waiting along village roadsides. Additionally, in Turkey, it is known as "dikenli incir."
- Walnut Paste: Fresh walnuts are soaked in water for 6-7 days after peeling their shells to remove bitterness. Then, they are boiled with cloves and almonds. This dessert, exclusive to Cyprus, is served with Turkish coffee or cold water. Its preparation is quite laborious. Despite its appearance resembling fig jam, its taste is much more refined. It is typically sold at festivals.
- Şamişi: A mixture of semolina, milk, and mastic (gum Arabic) is placed inside yufka (phyllo dough) and fried. It is then served with flower water and powdered sugar sprinkled on top. It is sold on street stalls or mobile carts, especially at fairs, and is considered a must-have item.
- Paluze: Made from grape juice, it is a delicious type of pudding similar in taste to grape molasses. While it may vary in taste across different regions, in Cyprus, it is known as grape pudding. It is made from red grapes and topped with almonds. It is typically sold at festivals and fairs.
- Gullurikya: A dessert unique to Cypriot cuisine, it is a type of sweet with a fairly simple preparation. The dough, made from wheat flour, water, and a small amount of salt, is cooked in grape molasses. The most crucial aspect of its preparation is the use of carob molasses, also known as Harnup molasses. It is typically sold at festivals and fairs.
- Samarella: A Cypriot meze obtained by drying goat meat, generously seasoned with salt and oregano, among pine leaves during the summer months. Pine leaves not only impart a wonderful aroma to the meat but also protect it from insects during the drying process. This delicacy, which involves a labor-intensive preparation, is typically consumed at drinking sessions. It is often sold at festivals.
- Çakıstez: A green olive specific to Cyprus. After being cracked and soaked in water, the olives are marinated with thyme, garlic, and lemon. What gives it its distinctive flavor is the addition of golyandro (coriander) seeds. After marination, it is served with extra virgin olive oil (early harvest olive oil) and coriander seeds. It is typically sold at festivals.
- Ayrelli: Ayrelli is a wild variety of asparagus, particularly obtained from villagers holding bunches of ayrelli along village roadsides. Additionally, one of the most famous activities of Cypriots is gathering ayrelli.
- Kabak Böreği (Gabak Bittası): A recipe commonly made and loved in Cypriot Turkish cuisine. Kabak böreği is typically prepared with thinly sliced zucchinis and wrapped in yufka (phyllo dough) or baklava dough. It is then fried or baked. It is typically sold at festivals and on mobile carts.
- Bomba Tatlısı (Tulumba Tatlısı): Also known as Tulumba dessert, it is a syrupy dessert. Typically sold throughout the day at various fixed locations across the city.
- Sütli Börek: A syrupy dessert made with phyllo dough, milk, semolina, and sugar. Sold on street stalls or mobile carts.
- Gayık Basta: A small pastry made with pastry dough, almonds, sugar, and breadcrumbs. It is typically sold on mobile dessert carts.
- Sesame Halva (Bastelli): A dessert made by boiling sesame seeds, honey, syrup, or molasses until it reaches a caramel-like consistency, then allowing it to cool. It is typically sold at regional fairs and festivals.
- Sulu Mahallebi: Firstly, a pudding is made by mixing starch with water. The pudding is poured into small shallow bowls and left to cool. It is then served with rose syrup, sugar, and cold water poured over the top. It is typically sold on mobile dessert carts and at regional festivals.

- Pamuk Şeker: A confectionery made by pouring powdered sugar mixed with food coloring into a special device powered by propane gas, which rapidly spins and heats the mixture, transforming the sugar into a cotton-like shape. It is typically sold at festivals.
- Elma Şekeri (Elmalı Şeker): A treat made from apple, sugar, and red food coloring. Elma Şekeri is usually sold on bicycles in the streets.
- Bulgur Köftesi: A dish made from bulgur, minced meat, onions, parsley, and spices, usually served with lemon squeezed on top. It is typically sold from bicycles with front baskets or mobile trays at festivals.
- Kabak Çekirdeği (Pasadembo): A snack made by salting and roasting sweet pumpkin seeds, sold in folded paper packaging shaped like a funnel. It is mainly sold at sports events.
- Sandviç (Sandüyük): A sandwich made with bread or sandwich bread, filled with halloumi cheese, canned beef (bolibif), sliced chicken meat, tomatoes, mayonnaise, pickles (bikla), and various pickled vegetables. It is typically sold at a fixed location throughout the city all day.
- Tahınlı (Tahınnı): A dessert made with phyllo dough, tahini, and sugar. It is usually sold from bicycles with front baskets.
- Çörek (Çöreg): A type of bread made by covering fermented dough with sesame seeds, carob seeds (garacocco), and aniseed before baking. It is sold from mobile carts or bicycles with front baskets.

Street flavors in Northern Cyprus are regarded as a significant reflection of local culture and culinary heritage. However, it is also important to compare these flavors with street foods from other regions internationally. In this context, it is essential to explore the similarities, differences, and significant points of discussion between street flavors discussed in various foreign articles and those of Northern Cyprus.

Firstly, in the international comparison of street flavors in Northern Cyprus, similarities and differences with street foods from other Mediterranean countries are notable. For example, meat-based dishes such as "souvlaki" and "gyro," commonly found among Greece's street flavors, are also widely consumed in Northern Cyprus. Additionally, the unique Cypriot cheese, "halloumi," sets Northern Cyprus' street flavors apart from those of other Mediterranean countries (Öztürk, 2018).

Furthermore, when compared to street flavors from Middle Eastern countries, similarities and differences emerge in Northern Cyprus' street flavors. For instance, "falafel" and "shawarma," commonly found among Lebanon's street flavors, are also popular in Northern Cyprus. However, there are differences between Northern Cyprus' street flavors and Middle Eastern cuisine; for example, noticeable distinctions can be observed in the use of spices and cooking methods (Demetriou, 2021).

An important point of discussion arising from these comparisons is the impact of Northern Cyprus' street flavors on the tourism industry. Foreign articles often mention that street flavors in other countries serve as significant attractions for tourists and make substantial contributions to tourism revenues. In this context, it is suggested that more effective strategies should be developed for promoting and marketing Northern Cyprus' street flavors and strengthening infrastructure to enable tourists to experience these flavors (Hall, 2019; Smith and Gössling, 2020).

Therefore, the international comparison of street flavors in Northern Cyprus highlights the significance and uniqueness of these flavors. Compared to street flavors from other countries, Northern Cyprus' distinct flavors and cultural heritage have the potential to make significant contributions to the tourism industry. Therefore, it is essential for local governments and tourism authorities to take a more active role in promoting and developing street flavors.

5. Conclusion and Recommendations

Street food has become a significant aspect of food culture and serves as an important attraction for the tourism industry due to its affordability, easy accessibility, deliciousness, variety, and cultural characteristics. Since street food is prepared quickly and generally consumed on the go, it offers more opportunities for

interpersonal communication and social interaction. Consuming street food in this manner allows tourists to discover local flavors and the food culture of the region. It also provides opportunities to interact with local people, observe the regional culture, and fully experience the local way of life. Therefore, street food plays a crucial role in the development of tourism in a region.

Northern Cyprus street flavors hold a significant place in the gastronomy world. These flavors are not just meals but also a form of cultural expression. While Northern Cyprus street flavors occupy an important place in the daily lives of local people, they also offer an attractive gastronomic experience for tourists.

When it comes to gastronomic tourism products; It consists of a food and beverage product specific to a region, facilities or events where these products are offered, and visits (tours) to the places where these products are produced (Nesterchuk et al., 2021). As can be understood from this definition, street delicacies should be seen as a tourism product.

The Northern Cyprus street flavors examined in this article reflect the region's rich culinary culture. Traditional cooking methods, the use of local ingredients, and the continuation of cultural heritage help preserve and enrich the authenticity of these flavors. Additionally, the wide range of street flavors offered caters to everyone's palate, providing options suitable for all tastes.

An important component of Northern Cyprus street flavors is their contribution to the local economy. The food sold at street stalls serves as a significant source of income for many small businesses and artisans. Additionally, the popularity of street flavors enhances tourist interest in the region and brings vibrancy to the tourism industry.

Street delicacies, which are served almost all over the world, create a unique economic structure. For example, it is known that people in Latin America today spend approximately 30% of their budget on street food (FAO, 2011; Badrie et al., 2013; Sezgin and Şanlıer, 2016).

Therefore, it is important for local authorities to support and encourage street flavors. More effective strategies should be developed for the promotion and marketing of street flavors. Promotional events should be organized to facilitate tourists' and locals' access to street flavors, and street food stalls should be given more space in tourist areas.

In many countries in Asia and Africa, street food is considered an important tourist attraction (Gupta and Sajnani, 2020). In addition, festivals and events dedicated to street food in countries such as China, Thailand, and Taiwan lead to thousands of tourists coming to these countries to experience the said delicacies (Jeaheng et al., 2023). On the other hand, interest in street food is increasing day by day in North America and Europe (Potapov et al., 2022).

Ensuring compliance with hygiene standards and conducting regular quality control is important. Knowing that street flavors are reliable and healthy increases consumer confidence and ensures the sustainability of the sector.

Preserving the traditional recipes and cooking methods of street flavors and passing them on to future generations is important. To ensure the continuity of cultural heritage, it is essential to encourage the local community to preserve and support these traditions.

The contributions of street flavors to the tourism industry should be evaluated, and this potential should be utilized more effectively. Gastronomic tours should be organized to allow tourists to experience street flavors, and collaborations with local restaurants should be increased.

Northern Cyprus street flavors are an important element reflecting the region's rich cultural heritage and culinary culture. Preserving, supporting, and promoting these flavors will not only contribute to the local economy but also significantly enhance the development of tourism.

References

- Alimi, B. A. (2016). Risk factors in street food practices in developing countries: A review. *Food Science and Human Wellness*, 5(3), 141-148.
- Altan, Z. (2016). *Kıbrıs Mutfağını ve Kültürünü Öğreniyorum*. İstanbul: Olgu Basım.
- Altan, Z. (2019). *Ada Mutfağımız / Tarihsel Süreç İçerisinde Otantik Kıbrıs Mutfağı*. İstanbul: Olgu Basım.

- Akay, S. N., & Güneren Özdemir, E. (2019). Gastronomi turizminin destinasyon çekicilik unsuru olarak incelenmesi: Şirince köyü örneği (Master's thesis, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi).
- Akgün, H. (2020). "Kuzey Kıbrıs'ta Kebap Kültürü ve Lezzet Turizmi Potansiyeli." *Kıbrıs Kültür ve Turizm Dergisi*, 12(2), 45-58.
- Badrie, N., Joseph, A., Chen, A. (2013). An observational study of food safety practices by street vendors and microbiological quality of streetpurchased hamburger beef patties in Trinidad, West Indies. *Internet Journal of Food Safety*, 3, 25-31.
- Bağışkan, T., (2019). *Kıbrıs'ın Geçmişine Yolculuk, Kıbrıs Türk Yazarlar Birliği Sayısı*.
- Brillat-Savarin, J. A. (2009). *The Physiology of Taste: Or Meditations on Transcendental Gastronomy* (1825). Dover Publications.
- Christofi, M. (2020). "Exploring the Authentic Souvlaki Experience: A Case Study of Cyprus Street Food." *Journal of Gastronomic Studies*, 15(2), 78-91.
- Choudhury, M., Mahanta, L., Goswami, J., Mazumder, M. ve Pegoo, B. (2011). "Socio-Economic Profile And Food Safety Knowledge And Practice Of Street Food Vendors In The City Of Guwahati, Assam, India". *Food Control*, (22): 196-203.
- Cyprus Tourism and Gastronomy Association. (2021). "Cyprus Culinary Culture and Contributions to the Tourism Industry." KTGB Publications.
- Demetriou, A. (2020). "Traditional Cooking Techniques in Cypriot Cuisine." *Journal of Culinary Arts*, 10(2), 45-58.
- Demetriou, A. (2021). "Cultural Significance of Street Food: A Comparative Study of Middle Eastern and Mediterranean Countries." *International Journal of Food Studies*, 8(2), 45-58.
- Ellis, A., Park, E., Kim, S., & Yeoman, I. (2018). What is food tourism? *Tourism Management*, 68, 250-263.
- Everett, S., & Aitchison, C. (2008). The Role of Food Tourism in Sustaining Regional Identity: A Case Study of Cornwall, South West England. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), 150-167.
- FAO. (2011). The place of urban and peri-urban agriculture (UPA) in national food security programmes. <http://www.fao.org/docrep/014/i2177e/i2177e00.pdf>.
- Flandrin, J.-L., & Montanari, M. (Eds.). (2013). *Food: A Culinary History*. Columbia University Press.
- Garcia, M., et al. (2017). "Street Food in Urban Ecosystems: A Review." *Journal of Urban Ecology*, 3(1), 1-12.
- Gupta, V., & Sajani, M. (2020). A study on the influence of street food authenticity and degree of their variations on the tourists' overall destination experiences. *British Food Journal*, 122(3), 779-797.
- Hall, C. M. (2019). *Food and Wine Tourism: Integrating Food, Travel and Territory*. CABI.
- Henderson, J. C. (2019). Street food and tourism: A Southeast Asian perspective. *Tourism Review*, 74(2), 193-204.
- Ioannou, A. (2018). "The Significance of Halloumi Cheese in Cypriot Cuisine." *Cyprus Food Culture Journal*, 12(1), 45-56.
- Jeaheng, Y., Al-Ansi, A., Chua, B. L., Ngah, A. H., Ryu, H. B., Ariza-Montes, A., & Han, H. (2023). Influence of Thai street food quality, price, and involvement on traveler behavioral intention: exploring cultural difference (eastern versus western). *Psychology research and behavior management*, 223-240.
- Jones, R. (2019). "Cultural Reflections through Street Food." *Food Studies Journal*, 8(2), 45-58.
- Jonsson, I. M., Pipping Ekström, M., & Gustafsson, I. B. (2005). The art of cooking: A study of creativity in the professional kitchen. *Creativity Research Journal*, 17(2-3), 130-141. doi:10.1207/s15326934crj1702&3_2
- Karadağ, R. (2014). Okuma ilgisi, tutumları ve alışkanlığı konusunda yapılmış çalışmaların lisansüstü tezlere dayalı analizi: YÖK ve ProQuest veri tabanları örnekleme. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 35(35), 1-17.

- Karsavuran, Z. (2018). "Sokak Yemekleri: Farklı Disiplinlerin Yaklaşımı ve Gastronomi Turizmi Alanında Sokak Yemeklerinin Değerlendirilmesi". *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 6 (1): 246-265.
- Kocabaş, S., & Karaca, Ö. (2020). Culinary Culture in North Cyprus: A Blend of Traditions and Modernity. *Journal of Gastronomy and Tourism*, 5(2), 123-135.
- Koumi, S. (2018). "The Importance of Local Products in Cypriot Cuisine." *Mediterranean Journal of Food Studies*, 5(1), 110-125.
- Kountouris, Y., & Farmaki, A. (2019). "The Economic Impact of Street Food Vendors in Cyprus." *Journal of Tourism Economics*, 24(3), 215-230.
- Lupton, A. (2020). "The Cultural Significance of Food." *International Journal of Cultural Studies*, 15(3), 321-335.
- Montanari, M. (2013). *Italian Cuisine: A Cultural History*. Columbia 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(4), 1871-1885.
- Northern Cyprus Tourism Agency. (2021). "Northern Cyprus Tourism Report: Local Delicacies and Contributions to the Tourism Industry." KKTA Publications.
- Öztürk, E. (2018). "Gastronomic Tourism and Local Street Foods: A Comparative Analysis of Mediterranean Countries." *Journal of Gastronomic Studies*, 13(2), 110-125.
- Papadakis, M. (2019). "Culinary Influences on Cypriot Cuisine Throughout History." *Journal of Food History*, 15(3), 321-335.
- Papadakis, M. (2017). "Culinary Traditions of Cyprus: A Historical Overview." *Mediterranean Journal of Culinary History*, 5(2), 110-125.
- Pollan, M. (2008). *In Defense of Food: An Eater's Manifesto*. Penguin Press.
- Potapov, P., Turubanova, S., Hansen, M. C., Tyukavina, A., Zalles, V., Khan, A., & Cortez, J. (2022). Global maps of cropland extent and change show accelerated cropland expansion in the twenty-first century. *Nature Food*, 3(1), 19-28.
- Santich, B. (2004). The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. *International Journal of Hospitality Management*, 23(1), 15-24. doi:10.1016/S0278-4319(03)00070-3
- Sezgin, A. C., Şanlıer, N. (2016). Street food consumption in terms of the food safety and health. *Journal of Human Sciences*, 13(3), 4072-4083.
- Smith, A. F. (2013). *Street Food Around the World: An Encyclopedia of Food and Culture*. ABC-CLIO.
- Smith, J. (2018). "Street Food and Cultural Identity." *Gastronomy Quarterly*, 25(4), 87-102.
- Smith, A., & Gössling, S. (2020). *Food and Wine Tourism: A Paradigm Shift*. Springer.
- Smith, T., & Brown, K. (2021). "The Economic Impact of Street Food Vendors in Urban Areas." *Journal of Urban Economics*, 40(2), 215-230.
- This, H. (2006). *Molecular Gastronomy: Exploring the Science of Flavor*. Columbia University Press.
- Ünal, E. (2017). "Kıbrıs Hellim Peyniri: Tarihi ve Kültürel Özellikleri." *Kıbrıs Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 110-125.
- Üstündağ, F. (2018). "Kuzey Kıbrıs'ta Sokak Lezzetleri ve Kültürel Miras." *Kıbrıs Kültür Araştırmaları*, 15(2), 78-91.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yılmazbaşar, A. (2021). *Kuzey Kıbrıs Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Tespiti ve Geliştirilmesinin Değerlendirilmesi (Master's thesis, Eastern Mediterranean University (EMU)- Doğu Akdeniz Üniversitesi (DAÜ))*.
- Yılmazbaşar, A., & Sarper, F. (2024). Geleneksel Kıbrıs Mutfağından Bir Örnek: Golifa (Koliva) (An Example of Traditional Cypriot Cuisine: Golifa (Koliva)). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 12(1), 1-28.

Yılmaz, H., & Demir, G. (2018). The Role of Street Food in Urban Culture and Tourism in North Cyprus. *International Journal of Food Studies*, 7(1), 67-80.

İnternet Kaynakları

TÜRSAB Gastronomi Turizmi Raporu, Erişim Adres: https://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmiraporu_12302_3531549.pdf

Kastamonu İli Cide İlçesinin Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi

Evaluation of the Tourism Potential of the Kastamonu Province Cide District

Oğuz ÇAM¹ Hakkı ÇILGINOĞLU²

Öz: Cide ilçesi coğrafi konum olarak Kastamonu ilinin kuzeyinde bulunmakta ve Karadeniz'in kıyı şeridinde yer almaktadır. Bu çalışma, Cide ilçesinin turizm potansiyelini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Cide ilçesi Kastamonu ilinde yer almakta olup, il ve bölge açısından önemli bir turizm potansiyeline sahiptir. Çalışma, Cide ilçesinin turizm potansiyelinin mevcut durumunu ifade etmek, ilçedeki turistik ürün ve hizmetlerin tanınırlığının artırılmasını sağlamak açısından önem arz etmektedir. Çalışmanın yöntemi, nitel araştırma yöntemi; veri toplama aracı ve analizi ise doküman incelemesi tekniğidir. Yapılan bu araştırma, Cide ilçesinde pek çok turizm türünün gerçekleştirildiğini ve bu turizm türlerinin de ilçenin turizm marka ve imajının şekillenmesinde önemli bir etki sağladığını göstermektedir. Cide ilçesinde cami, plaj, hamam, koy, çeşme, kanyon, mağara, şelale, tepe, kale, yayla, deniz feneri, vadi ve müze mevcuttur. Ayrıca ziyaretçilerin konaklama ve yeme-içme ihtiyaçlarını yerine getirebilecek işletmeler bulunmaktadır. Bunlar Cide ilçesinin turizm talebinin artmasında önemli etkileri ortaya koymaktadır. Sonuç olarak Cide ilçesi önemli bir turizm potansiyeline sahiptir. Bu potansiyelin daha da etkili bir şekilde değerlendirilmesi gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: kültür, turizm potansiyeli, Karadeniz, Kastamonu, Cide.

Abstract: Cide district is geographically located in the north of Kastamonu province and is located on the coastline of the Black Sea. This study aims to reveal the tourism potential of Cide district. Cide district is located in Kastamonu province and has an important tourism potential for the province and the region. The study is important in terms of expressing the current situation of the tourism potential of Cide district and increasing the recognition of touristic products and services in the district. The method of the study is qualitative research method; data collection tool and analysis is document analysis technique. This research shows that many types of tourism are carried out in Cide district and that these types of tourism have a significant impact on shaping the tourism brand and image of the district. There are mosques, beaches, baths, bays, fountains, canyons, caves, waterfalls, hills, castles, plateaus, lighthouses, valleys and museums in Cide district. In addition, there are businesses that can fulfil the accommodation and food and beverage needs of visitors. These reveal important effects in increasing the tourism demand of Cide district. As a result, Cide district has an important tourism potential. This potential should be utilised more effectively.

Keywords: culture, tourism potential, Black Sea, Kastamonu, Cide.

¹ Bilim Uzmanı: Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği A.B.D, MSc, oguzcam911@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-3222-3367

² İlgili yazar / Corresponding author: Dr. Öğr. Üyesi Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, hcilginoglu@kastamonu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-6787-3397

Geliş Tarihi/Received Date: 14.02.2024
Kabul Tarihi/Accepted Date: 27.06.2024
Yayımlanma Tarihi / Published Date: 08.07.2024

Atıf/Citation: Çam, O ve Çılginoglu H. (2023). Kastamonu ili Cide ilçesinin turizm potansiyelinin değerlendirilmesi, *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 5(2), 13-26.

1. Giriş

Kastamonu ili, Batı Karadeniz’de bulunmaktadır ve hem deniz hem de ormanlık alanlarıyla coğrafi açıdan önemli kaynaklara sahiptir. 19 ilçeye sahip olan Kastamonu’nun altı ilçesinin Karadeniz’e kıyısı bulunmaktadır. Doğuda Sinop, batıda ise özellikle yerli turist alan Bartın ve Karabük ile sınır komşusudur. Bu durum söz konusu ilin bilinmesi ve tanınması açısından önem taşımaktadır. Aşağıda Kastamonu il haritası verilmektedir.



Şekil 1: Kastamonu İli Haritası **Kaynak:** Google Görşeller, 2021.

Cide ilçesi; coğrafi konum olarak Kastamonu ilinin kuzeyinde bulunmakta ve Karadeniz’in kıyı şeridinde yer almaktadır. Cide ilçesi; hem deniz hem de orman kaynakları bakımından zengindir. Yüz ölçümü 652 km², 2023 yılına göre nüfusu ise 22.965’tir (Kastabil, 2024). Batıda Kurucaşile, doğuda Şenpazar, güneyde Pınarbaşı ve Azdavay ilçeleri, kuzeyde Karadeniz ve kuzeydoğuda da Doğanyurt ilçesi bulunmaktadır (İbret vd., 2015; Çalıklı vd., 2018: 224).

Cide’nin ekonomisi genel olarak hayvancılık, balıkçılık, ormancılık ve tarıma dayanmaktadır. Ayrıca Cide’de yer alan tersanelerin imalat açısından ilçe ekonomisine kayda değer katkılarda bulunmaktadır. Küçük tekne imalatı Cide’de önemli denebilecek bir konuma sahiptir (T.C. Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı [KUZKA], 2013: 2).

Bu araştırma, Cide ilçesinin turizm potansiyelini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Cide ilçesi, Kastamonu şehrinde yer almakta olup, il ve bölge açısından önemli bir turizm potansiyeline sahiptir. Konuya ilişkin olarak Kastamonu şehrinin turizm potansiyeline sahip olduğu (Çam ve Çılgınoğlu, 2020) ve Cide ilçesinin de bu potansiyelden kendine düşen payı aldığı düşünülmektedir. Bu araştırma, Cide ilçesinin turizm potansiyelinin mevcut durumunu ifade etmek, ilçedeki turistik ürün ve hizmetlerin tanınırlığının artırılmasını sağlamak açısından önem arz etmektedir. Tanıtım ve pazarlama çalışmalarının Cide ilçesinin tanınırlığının artırılması bakımından önemli ve etkili olduğu tahmin edilmektedir. Tanıtım ve pazarlama çalışmaları denince ön plana çıkan bir konu, destinasyonların turizm imajıdır. Destinasyonların turizm imajı, turistler üzerinde

önemli bir etki uyandırmaktadır. Bir destinasyon olarak Cide de turizm konusunda önemli bir imaja sahiptir. Böyle bir destinasyonun turizm potansiyelinin kapsamlı bir biçimde ifade edilmesi önemlidir.

2. Cide

Cide, farklı uygarlıklara ev sahipliği yapmış bir ilçedir. Cide’de daha önce Osmanlılar, Candaroğulları, Bizanslılar, Romalılar, Henetler, Paflagonyalılar ve Gasgasların yaşadıkları bilinmektedir (Soğuksu Çevre Köyleri Kültür Yardımlaşma ve Dayanışma Derneği, 2021).

Cide, manevi değerler bakımında zengin bir ilçedir. İlçeye ait manevi değerler ile ilgili birtakım bilgiler aşağıda verilmektedir (Avcı ve Koç, 2019):

- Cide’de bir sene Hızır günleri ve Kasım günleri olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. 6 Mayıs gününde Hızır günleriyle birlikte yaz ayı da başlamakta, o gün, baharın geldiği gün olarak kabul edilmekte ve 8 Kasım’a kadar devam etmektedir. 8 Kasım’dan 6 Mayıs’a kadar olan zaman da Kasım günleri ismiyle kış mevsimini meydana getirmektedir. 6 Mayıs günü, kış mevsimi zamanının sona ererek sıcak yaz günlerinin başlaması anlamına gelmekte ve söz konusu gün kutlanarak bayram (Hıdırellez Bayramı) yapılmaktadır.
- Cide’nin köylerinde kurak geçen dönemlerde yağmur duasına çıkılmaktadır. Kurbanlar kesilmekte ve yağmur yağması amacıyla dualar edilmektedir.
- Cide’de köylüler köy meydanlarında toplanarak bayram kutlamalarıyla ilgili görüşmeler yapmakta, kendi aralarında para toplamakta ve toplanan bu paralarla ikram edilecek malzemeleri satın alarak samimi bir ortam içerisinde bayramı geçirmektedirler. Kadınlar ve erkekler farklı evlerde toplanmakta, sohbet etmekte ve pişirilen yemekleri yemekteydirler. Ramazan ayına has güllaç ve hurma evlerin olmazsa olmazıdır. Cide’de aşure günü bayram günü gibi kutlanmaktadır. Konuklar davet edilmekte, başta aşure olması koşuluyla türlü yemekler konuklara ikram edilmektedir. Bu faaliyet her köyde, her mahallede yapılmaktadır.
- Cide’de kandil gecelerinde camilerde mevlit okutulmaktadır. Ayrıca bu zamanlarda oruç tutmak isteyen kişiler oruç tutmaktadırlar. Kandil simidi yapılarak komşulara dağıtılmakta, kalanı camiye verilmekte, camiye gelen insanlara ikram edilmektedir.
- Cide’de cenazesi olan kişiler evlerinde mevlit okutmaktadırlar. Daha sonra pilav, tatlı vb. yiyecek ve türlü içecekler ikram edilmektedir. Gül suyu ise mevlidin olmazsa olmazıdır.
- Anadolu’nun diğer yörelerinde olduğu gibi Cide’de de nazara inanılmakta ve bu duruma karşı Kur’an-ı Kerim’de bulunan nazar duaları okunmakta, insanlar nazar değmesi olarak adlandırılan negatif enerjiden korunmak için üzerlerinde nazar boncukları bulundurmaktadırlar.
- Cide ilçesinde ve bölgede hacca giden insanları çoğunlukla aileleri uğurlamaktadır. Bu insanların yakınları otobüsler ile toplu bir halde havaalanına gitmektedirler. Hacca gidecek insanlar ziyaret edilerek kendilerine armağanlar verilmektedir. Hacdən dönen insanlar da yakınları tarafından karşılanmaktadır. Uğurlamalar ile karşılamalar mevlitler ile yapılmaktadır. Hacdən dönen insanlar ziyaret edilmektedir. Gelen kişilere yemekler ikram edilmektedir.
- Cide’de Mevlana geleneği olarak “Şeb-i Aruz” günlerinde sema gösterileri düzenlenmektedir.

Cide ilçesinde yaşanan ve benimsenen manevi değerler, hem toplumsal hem de kültürel değerlerin unutulup kaybolmaması noktasında önem taşımaktadır. Manevi değerler denince akla ilk olarak kültürün geldiği tahmin edilmektedir. Kültür, turistlerin turistik davranış ve hareketlerinde etkili ve önemli olan bir unsurdur. Bu unsurun mevcudiyetinin kaybedilmesinin de turistlerin özellikle de kültür turizmine önem veren turistlerin turistik talep sayısının azalmasına sebebiyet vereceği düşünülmektedir.

Cide zengin mutfak ve yemek kültürüne sahip olması vesilesiyle gastronomi konusunda önemli bir potansiyel taşımaktadır. Cide çeşitli yerel tatlara sahiptir. Cide'nin denenmesi önerilen yerel gıda ürünlerinden bazıları aşağıda verilmektedir (Hümay, 2019):

- Kömeç: Mısır hamurunun ekmek biçiminde mancar yaprağına sarılması ve pişirilmesiyle gerçekleştirilen yerel bir lezzettir. Değirmen kömeci ise hazırlanan kömecin kızgın küle gömülüp pişirildiği şeklidir.
- Hoşafklar: Bölge üzerinde olabildiğince çok tüketilen hoşafklar; kestane, kızılıçık, üzüm, erik, ayva, armut ve elma gibi meyvelerin kaynatılmasıyla sağlanmaktadır.
- Dolmalar: Yaprak, lahana, biber, kabak, pırasa ve mancarla sarılarak gerçekleştirilen yerel dolmalar bölgeye has biçimde yapılmaktadır.
- Tarhana çorbası: El emeğiyle üretimi yapılan tarhanaların ısıtılıp çorba haline getirildiği yerel lezzetler arasında bulunmaktadır.
- Doldurulmuş tavuk: Cide'nin en kayda değer yemeği olan doldurulmuş tavuk, düğün ve bayram sofralarında ikram edilmektedir.
- Armut ballandırma: Armutların mevsiminde toplanması, pişirilmesi ve saklanmasıyla hazırlanmaktadır.

Bunun dışında kuyruklu sarma, yumurtalı börek, kabak böreği, zırva, malak tatlısı ve ceviz helvası Cide mutfağında ön plana çıkan yiyecek ürünleridir (Kastamonu Valiliği, 2009; Aydoğdu vd., 2019; Büyükmehmetoğlu, 2020: 31-36; Çam ve Çılgınoğlu, 2021: 185-187).

3. Yöntem

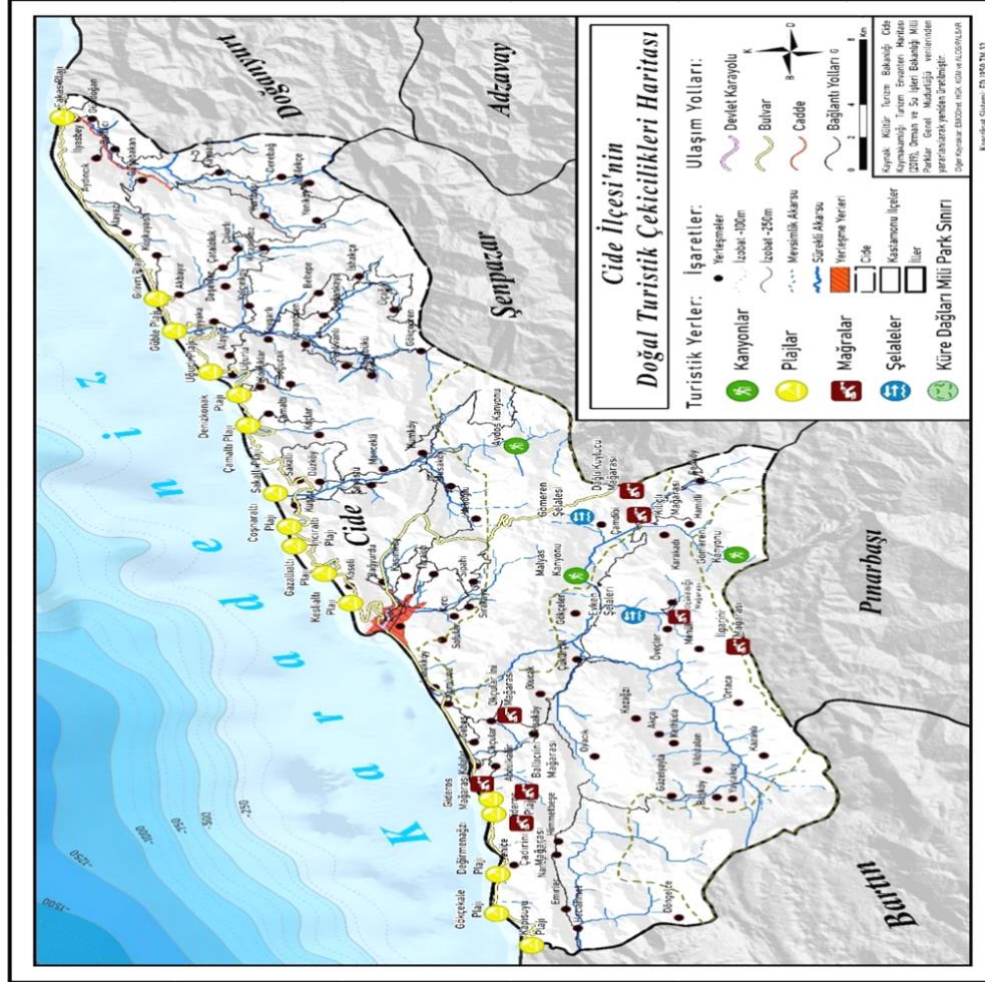
Bu araştırmanın yöntemi, nitel araştırma yöntemidir. Bilimsel araştırma yöntemlerinden olan nitel araştırma yönteminin araştırmanın tasarlanması ve yapılmasında araştırmacıya esneklik sağladığı bilinmektedir. Araştırmanın her evresi içerisinde bulunulan duruma göre yeni metot ve yaklaşımlar geliştirme, araştırma kurgusunda değişiklikler gerçekleştirme nitel araştırmanın temelini meydana getirmektedir (Neuman, 2012: 228; Karataş, 2015: 64). Araştırma konusunun nitel araştırma yöntemine daha uygun olduğu düşünüldüğünden bu yöntem kullanılmıştır. Araştırmanın veri toplama aracı ve analiz tekniği, doküman incelemesi tekniğidir. Doküman incelemesi tekniği, araştırma verilerinin birincil kaynağı olarak türlü dokümanların toplanması, değerlendirilmesi, analiz edilmesi olarak tanımlanabilen bilimsel bir araştırma tekniğidir (Sak vd., 2021: 228). Araştırmanın verileri makale, bildiri, tez, ajans verileri, il müdürlükleri verileri, internet verileri vb. kaynaklardan elde edilmiştir. Elde edilen veriler sistematik bir biçimde sınıflandırılmış ve akıcı olarak ifade edilmeye çalışılmıştır. Çalışmada genel olarak Cide ilçesinin turizm potansiyelini ortaya koymak için genelden özele doğru bir anlatım tarzı tercih edilmiştir. Öncelikle Cide'ye dair belli başlı bilgilerin aktarımı sağlanmıştır. Daha sonra ise araştırmanın detaylı bilgilerine yer vermeye çalışılmıştır. Bu noktada konu bilgilerinin bölümlendirilmesine ve parça-bütün ilişkisine dikkat edilmiştir. Araştırma konusunun Cide ilçesi özelinde turizm konusunda değer taşıdığı düşünülmüştür. Zira araştırma konusu kapsamında doğrudan bu noktaya odaklanılmıştır.

4. Bulgular

Bulgular, doğal turistik değerler ve beşeri, kültürel turistik değerler olmak üzere iki başlıkta incelenmiştir.

4.1. Doğal Turistik Değerler

Cide'nin doğal turistik çekicilikler açısından zengin olduğu görülmektedir. İlçenin doğal turistik çekiciliklerine yönelik bir harita aşağıda (şekil 2) gösterilmiştir.

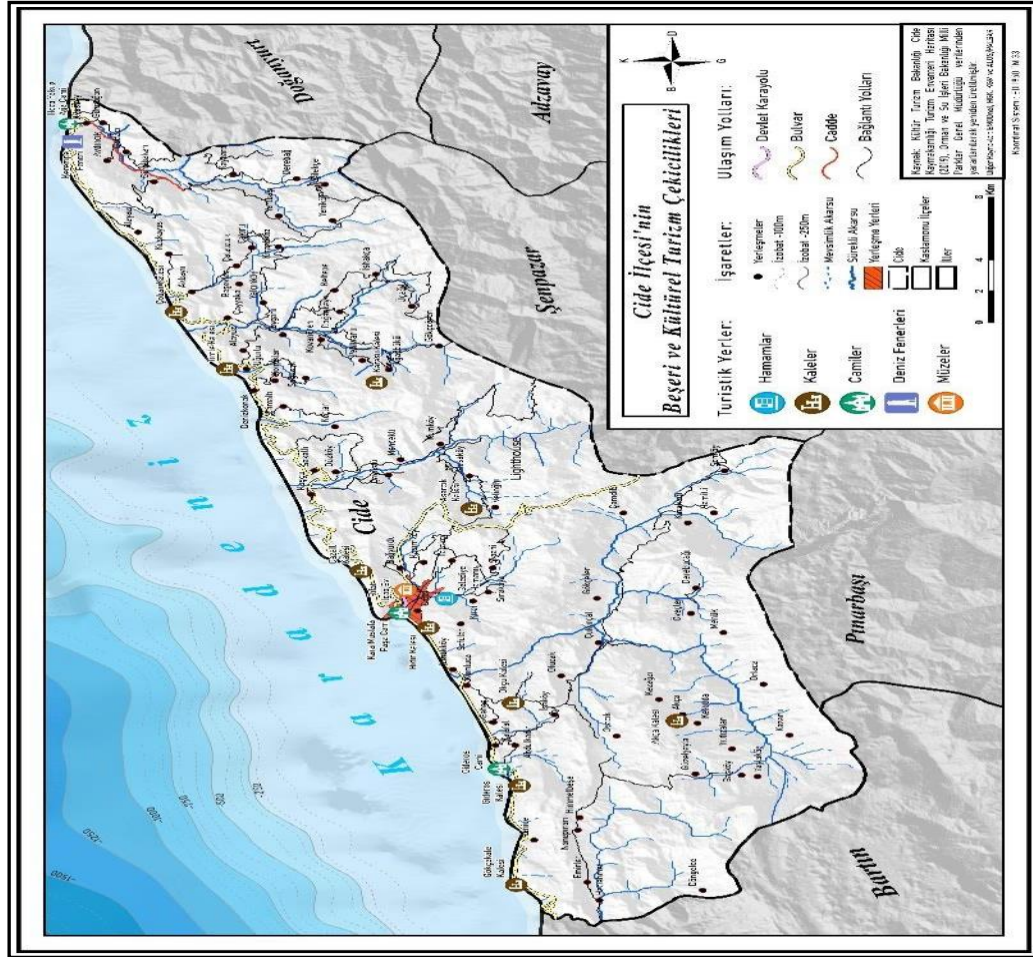


Şekil 2: Cide İlçesinin Doğal Turistik Çekicilikleri Haritası **Kaynak:** Yavru, 2021:102.

Şekil 2'de görülen Cide'nin doğal turistik çekiciliklerinden bazıları Armutlu Çayırı, Loç Vadisi ve Seyir Alanı, Tuğ Tepesi ve Seyir Alanı, Muna Tepesi ve Seyir Alanı, Evken Şelaleleri, Uzungöl Şelalesi, Ilgarini Mağarası, Dağlı Kuylucu Mağarası, Kılıçlı Mağarası, Okçular İni, Gideros Mağaraları, Gideros Koyu, Değirmenağzı Şelalesi, Valla Kanyonu, Gömeren Kanyonu, Malyas Kanyonu, Aydos Kanyonu, Kısık Kanyonu, Küre Dağları Milli Parkı, 90 kilometre uzunluğunda deniz kıyısı ve 11 kilometre uzunluğunda kesintisiz plajıdır (bunlar; Aydos Yalısı [Sakallı], Bedi Yalısı [Çamaltı], Çoşnaraltı, Değirmenağzı, Fakaz Yalısı [İlyasbey], Gayva Yalısı [Denizkonak], Gazallıaltı, Girivli Yalısı [Akbayır], Gökçekale, Guble Yalısı [Çayyaka], Kapısu, Köselialtı ve Timne Yalısı [Uğurlu]) (Solak, 2017; Aydoğdu, 2018; Konak, 2018; Erdoğan, 2020; Cide Belediyesi, 2021; Özden, 2021; Seyyah Defteri, 2021; T.C. Cide Kaymakamlığı, 2021; Yavru, 2021; Mutlu, 2022: 199).

4.2. Beşeri ve Kültürel Turistik Değerler

Cide'nin beşeri ve kültürel turizm çekicilikleri açısından zengin olduğu görülmektedir. Cide ilçesinin beşeri ve kültürel turizm çekicilikleri haritası aşağıda (şekil 3) gösterilmiştir.



Şekil 3: Cide İlçesinin Beşeri ve Kültürel Turizm Çekicilikleri **Kaynak:** Yavru, 2021:122.

Şekil 3'te görülen Cide'nin beşeri ve kültürel turizm çekiciliklerinden bazıları Kerempe Feneri, Rıfat Ilgaz Müzesi, Kara Mustafa Paşa Camii, Hacı Yakup Ağa Camii, Gideros Camii ve Çeşmesi, Cide Belediye Hamamı, Akça Kalesi, Asarcık Kalesi, Gazallı Kalesi, Gökçekale Kalesi, Hıdır Kalesi, Karasu Kalesi, Okçu(lar) Kalesi (Bu yapı literatürde "Okçu Kalesi" ve "Okçular Kalesi" olarak geçmektedir), Timle Kalesi, Çoban Kalesi ve Gideros Kalesi'dir (Yalçınkaya, 2011; Çalımlı vd., 2018; Gür, 2019; Cide Kargo, 2021; Özden, 2021; Soğuksu Çevre Köyleri Kültür Yardımlaşma ve Dayanışma Derneği, 2021; Sözcü, 2021; Cide Kaymakamlığı, 2021; Yavru, 2021). Cide'de yaklaşık 10 adet kale bulunmaktadır. Bu durum Cide'nin kale zenginliğini göstermektedir.

Cide ilçesinin beşeri ve kültürel turistik değerleri dendiği zaman akla iki adet festival gelmektedir. Bu festivaller, Cide Rıfat Ilgaz Sarı Yazma Kültür ve Sanat Festivali ile Cide Uluslararası Kültür, Sanat ve Gençlik Festivali'dir. Bu festivallere ilişkin bilgiler aşağıda verilmektedir (Ateş ve Oktay, 2019: 21, 30):

- Cide Rıfat Ilgaz Sarı Yazma Kültür ve Sanat Festivali Cide sahil festival yerinde 7-8-9 Temmuz günlerinde Cide Kaymakamlığı, Cide Belediyesi ve sivil toplum örgütleri tarafından yapılmaktadır. Bu festival ilk olarak 1995 senesinde yapılmıştır. Ancak festival kendi ismini 2004 senesinde duyurmaya başlamıştır. Tanıtım reklamlar, afişler, festival el ilanları, festival davetiyeleri, belediye

resmi web sayfası ve sosyal paylaşım siteleri ile yerel basın ilanlarıyla yapılmaktadır. Katılımcılar çoğunlukla ilçe içerisinde yaşamını sürdüren halk, Ankara, İstanbul gibi büyük şehirlerde yaşamını sürdüren, yaz aylarını Cide ilçesinde geçirenler ve yerli turistlerden meydana gelmektedir. Katılımcıların sayısı 20.000-60.000 arasında değişmektedir. Bu etkinliğin programı ise şu şekildedir: İlk gün; festival yürüyüşü (Rıfat Ilgaz'ın evinin önünden belediye meydanına doğru bir yürüyüş), çelenk sunuş, açılış konuşmaları, halk oyunları gösterisi, kokteyl ve söyleşi (Rıfat Ilgaz Kültür ve Sanat Evi), konser, havai fişek gösterisidir. İkinci gün; panel, bisiklet yarışı, konserlerdir. Üçüncü gün; Piri Reis denizcilik yarışmaları, güzellik yarışı, ses yarışı, konserdir.

- Cide Uluslararası Kültür, Sanat ve Gençlik Festivali'nin birincisi 1-2-3 Ağustos 2017 tarihlerinde, ikincisi de 11-20 Ağustos 2018 tarihleri arasında yapılmıştır. Cide Belediyesi tarafından düzenlenen bu festivalin ana teması yirmi farklı dalda başarı ödülleri vererek Kastamonu ilinde ve Cide ilçesinde yer alan gençleri, iyilikte, güzellikte, doğrudan azmetme becerisi amacıyla yarıştırmaktır. Bu dallardan birtakımları turizm, kültürel değerlerin sonraki nesillere aktarımının yapılması ve yaşatılması, eğitim, örnek oluşturması gerekli olan davranışlar, genç girişimci ve hizmette kalitedir. Bu etkinliğin programı ise şu şekildedir: meşhur sanatçıların konserleri, dans ve halk oyunları gösterileri, imza günleri ve söyleşiler, gençlere yönelik yapılan yarışmalar, çocuklara yönelik yapılan eğlence programları, ödül törenleri, Sepetçioğlu folklor gösterisi, konser, tiyatro gösterisidir.

Cide ilçesinin beşeri ve kültürel turistik değerleri dendiği zaman akla gelen bir diğer konu, konaklama işletmeleri ve kamu misafirhanelerinin varlığıdır. Cide ilçesinde bulunan turizm işletmesi belgeli tesisler tablo 1'de verilmektedir.

Tablo 1: Cide'de Bulunan Konaklama İşletmeleri

OTEL ADI – ODA SAYISI – YATAK SAYISI
Salcıoğlu Otel (oda sayısı: 19; yatak sayısı 38)
Cide Beşiktaş Belediyesi Dinlenme Tesisleri (oda sayısı: 22; yatak sayısı 44)
Yalı Otel (oda sayısı: 15; yatak sayısı 30)
AEG Pansiyon (oda sayısı: 12; yatak sayısı 24)
Bakcaklar Pansiyon (oda sayısı: 12; yatak sayısı 24)
Güven Kasap Pansiyonları (oda sayısı: 4; yatak sayısı 8)
Çalım Aile Pansiyon (oda sayısı: 4; yatak sayısı 8)
Nehir Pansiyon (oda sayısı: 1; yatak sayısı 2)
Yıldız Pansiyon (oda sayısı: 5; yatak sayısı 10)
Bora Pansiyon (oda sayısı: 4; yatak sayısı 8)
Gündoğdu Pansiyon (oda sayısı: 10; yatak sayısı 20)
Otel Salapurya (oda sayısı: 27; yatak sayısı 54)
Elit Konak Evleri (oda sayısı: 3; yatak sayısı 6)
İzgi Aile Pansiyonu (oda sayısı: 4; yatak sayısı 8)
İlyada Pansiyon (oda sayısı: 12; yatak sayısı 24)
Kılıç Aile Pansiyon (oda sayısı: 3; yatak sayısı 6)
Işık Pansiyon (oda sayısı: 5; yatak sayısı 10)
Selen Pansiyon (oda sayısı: 3; yatak sayısı 6)
Evin Pansiyon (oda sayısı: 4; yatak sayısı 8)
Nil Pansiyon (oda sayısı: 3; yatak sayısı 6)
Can Berk Aile Pansiyonu'dur (oda sayısı: 2; yatak sayısı 4)
Cide Konukevi - Kastamonu Üniversitesi Uygulama Oteli (oda sayısı: 22; yatak sayısı 44) - Kamu Misafirhanesi
Bayram Yusuf Aslan Turizm Uygulama Oteli - Cide Uygulama Oteli (oda sayısı: 30; yatak sayısı 60 – Kamu Misafirhanesi

Kaynak: Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2024a, 2024b

Bu bilgilerden hareketle Cide'nin turizm işletmesi belgeli tesisleri ve kamu misafirhanelerinin fazla sayıda oda ve yatak kapasitesine sahip olduğu görülmektedir. Ancak söz konusu bu oda ve yatak kapasitesinin artırılmasında fayda vardır. Çünkü bir ilçenin turizm arz ve kapasitesi ne kadar fazla olursa o ilçenin turizm konusundaki potansiyel ve öneminin de o denli fazla olabileceği düşünülmektedir.

4.3. Turistik Değerler Üzerine Genel Değerlendirmeler ve Turistik Çekicilikler Üzerine Bir SWOT Analizi

KUZKA (2011), Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2018) ile Akkuş ve Akkuş'un (2019: 155-159) çalışmalarından edinilen bilgilere göre Cide ilçesinde değerlendirilen veya değerlendirilebilecek turizm değerleri; inanç turizmi, tarih ve kültür turizmi, etkinlik turizmi (festival, panayır, yarış, şampiyona), deniz-kıyı turizmi ile tabiat turizmi ve doğa sporlarına ilişkin değerlerdir (yayla turizmi, milli parklar ve korunan alanlar, tabiat parkları ve anıtları, kamp-karavan turizmi, yaban hayatı turizmi [av turizmi, kuş gözlemciliği vb.], botanik turizm [yenilebilir yabani meyve toplama], kırsal turizm, jeolojik oluşumlar [akarsu, kanyon, mağara, şelale vb.], orman kaynakları [muhafaza ormanı, gen koruma ormanı, tohum bahçesi, tohum meşçeresi], mesire alanları, dağ-doğa yürüyüşü, kaya tırmanışı, bisiklet-dağ bisikleti, olta balıkçılığı, rüzgâr-su sörfü, su altı dalış, jeep safari/foto safari).

Cide ilçesinin turistik çekiciliklerine dair SWOT analizi aşağıdaki tabloda verilmektedir:

Tablo: 2 Cide İlçesi Turistik Çekiciliklerinin SWOT Analizi

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler	Fırsatlar	Tehditler
Küre Dağları Milli Parkı Valla Kanyonu'nun çıkış noktası olan Loç Vadisi'nin ve Seyir Terası, Alternatif turizm türleri ve değerleri yönünden zengin (kanyon, şelale, mağara, deniz, rafting, trekking, av, yaban hayatı izleme, kültür, gastronomi vb. turizm türleri ve değerleri potansiyeli), Çevresine göre çeşitli iklim özellikleri gösteren Kılıçlı Mağarası, Türkiye'nin en derin mağaralarından biri olan Ilgarini Mağarası, Türkiye'nin ağız en geniş dikey mağarası (Dağlı Kuyluca Mağarası), Zengin fauna ve flora, Loç Vadisi'nin yoğun bitki türliliği, Doğal bir liman olan Gideros Koyu'nun yoğun bitki örtüsü ve çevresinin ağaçlar (kestane, kayın, çam) ile kaplı doğal örtüsü, Tarihi ve kültürel yönlerden zengin olması (İpek Yolu üstünde kayda değer bir liman olması, Homeros'un "İlyada" adlı eserinde isminin geçmesidir), Gideros Koyu ve tarihi	Konaklama alanında yatak kapasitesinin yetersizliği, Yöresel halkın beraber turizme katkı sağlama probleminin (bilhassa konaklama hizmeti hususunda bireysel hareket etmesi), Yöre halkının dinlenme, eğlenme, kültürel alan ve doğal alan anlayışı hususunda geliştirilmesi gerekliliği, Hikâyeleri ortaya çıkarılmamış birden fazla turistik değerinin olması,	Turistik ürün yönünden zengin, Boş zaman ve rekreasyon potansiyelinin yüksek Mağara, kanyon, trekking ve kültürel gezilere olan rağbetin artması, Tur programlarının tertip edilerek turizm potansiyelinin artması, "Marina Projesi" ile "Turizm Tesisleri Projesi"nin hazırlanması, Çevre şehir ve ilçelerin Cide'nin kültürel ve doğal alanlarına yönelik projeler oluşturması ve uygulamaya geçirmesi Yöresel halkın ilçenin turizm potansiyelinin farkında olması, Alternatif turizm potansiyelinin ortaya	Turizm endüstrisine yönelik yatırım probleminin bulunması, Turistik yerlere yönelik yön levhaları ve tabelaların eksikliği, Arkeolojik tanımları eksik kültürel ve doğal kaynak değerlerinin bulunması, Yabancı turist eksikliği ve yerel kalkınma problemlerinin bulunması, Tanıtım ve pazarlama eksikliği, Yasal mevzuatlar sebebiyle birtakım turistik yerlerin değerlendirilememesi, Çevre köylerde bulunan halkın göç etmesidir.

kalıntıları (Gideros Kalesi ve Hamamı ile Gideros Mağaraları), Ahşap ev mimarisi, Kültür Sarayı'nın yer alması ve bu alan içerisinde sinema, tiyatro gibi faaliyetlerin gerçekleşmesi, Tersanesinde İstanbul padişahlarının değerlendirdikleri bir ahşap mimari örneği olan Saltanat (Sultan) kayıklarının yapımı, Kültür ve sanat temalı festivalleri Üniversite ve yerel yönetimlerin rağbeti ve katkısıdır.	Ulaşım probleminin (Cide'nin dağlık, sarp ve engebeli bir coğrafi yapıya sahip olması, ulaşım altyapısı probleminin bulunması), Altyapı problemlerinde finansal yetersizlik görülmesidir.	çıkarılıp turist sayısının artırılması ve farkındalığın meydana getirilmesi, Coğrafi işaretli ürüne sahip olmasının tanıtım ve pazarlama yönlerinden katkı sağlamasıdır.	
--	---	--	--

Kaynak: Mutlu 2022: 205-206

Yeşil ile mavinin ahenkle dans ettiği bu şirin ilçenin gelişmesi ve zenginleşmesi, turizm sektörünün her yönüyle canlanmasına bağlıdır (Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021).

5. Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Cide ilçe birçok doğal, beşeri ve kültürel turistik kaynağa sahiptir. Bu kaynaklar, Cide destinasyonunun ziyaret edilmesini güdüleyebilen kaynaklardır. Turistler bu tür kaynakları çeşitli amaçlarla (destinasyonu tanıma ve deneyimleme, eğlenme, dinlenme, tarih, kültür, inanç ve sosyal odaklı konuları daha yakından gözlemleyebilme veya irdeleyebilme, rekreasyon faaliyetlerine katılma, yüzme, turistik etkinlik ve aktivitelere katılma gibi) değerlendirmek isteyebilmektedirler. Cide ilçesinin yerel halkı söz konusu ilçenin doğal, beşeri ve kültürel turistik potansiyelini iyi bir şekilde değerlendirerek turizm konusunda önemli bir ilerleme kaydetmeyi istemektedir. Cide yerel halkının bu arzusunun altında daha iyi bir ekonomik gelişme ve kalkınma sağlamak vardır. Zira turizm, destinasyonlara ekonomik anlamda önemli bir katkı sağlayabilen bir alandır. Bu düşünceye ilave olarak Cide yerel halkının yanı sıra Cide yerel yönetimleri de söz konusu ilçenin turizm konusunda gelişmesi ve kalkınmasında önemli bir pay ve etki sahibidir.

Cide ilçesinde turizm eğitimi veren bir adet lise mevcuttur. Bu eğitim kurumu öğrencilerine turizm konusunda önemli teorik ve pratik bilgiler aktarmakta ve onları profesyonel çalışma hayatına hazırlamaktadır. Söz konusu ilçede bu tür eğitim veren kurum sayısının artırılması gerekmektedir. Zira bu durum, turistik gelişim açısından önem arz etmektedir. Bu duruma ilişkin olarak da turizm eğitimi alan kişilerin bu eğitimi almayan kişilere göre turizm bilincinin oluşumu ve gelişimi noktasında yeterlilik durumlarının daha iyi olduğu tahmin edilmektedir.

Cide'de turistik tesislerin varlık gösterdiği bilinmektedir. Cide'de turizm talebinin artması için bu turistik tesislerin artırılması ile turistik tesislerdeki ürün ve hizmet sayısının artırılması, bunların kalitesinin iyileştirilmesi ve çeşitlendirilmesi gerekmektedir. Cide'de turizm uygulama otelleri de bulunmaktadır. Bu turizm uygulama otelleri turizm sektörüne personel yetiştirmede önemli bir fonksiyon üstlenmekte ve bireylerle turizm alanıyla ilgili önemli faydalar sağlamaktadır.

İlçede pek çok turizm türünün gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu turizm türleri de ilçenin turizm markasının ve imajının şekillenmesinde önemli bir etki sağlamaktadır. İlçe, özellikle yaz mevsiminde yerli ve yabancı turistler tarafından ziyarete uğramaktadır. Bu duruma ilişkin ilçede turizmi tüm seneye yayma

çalışmalarına yoğunluk verilmesi gerekmektedir. Bunun için de diğer turistik arz kaynaklarının turizm konusunda ön plana çıkarılmasında kayda değer bir yarar vardır. Cide'nin turizm potansiyelini geliştirme noktasında pek çok alternatif turizm türünü tespit etme çalışmalarına hız kazandırılması gerekmektedir. Alternatif turizm türlerinin kullanımlarının yaygınlaştırılmasıyla birlikte ilçenin turizmden elde edeceği gelir oranının yükseleceği, ilçenin genel ekonomisine katkı sağlanacağı ve ilçenin turizm konusunda bilinirliğinin artacağı tahmin edilmektedir.

Cide için önemli turizm arz kaynaklarından birinin deniz olduğu düşünülmektedir. Bundan dolayı bu destinasyonda deniz turizmi gelişmiş durumdadır. Bu durum itibarıyla Cide'de yaz aylarında turistik hareketliliğin artması söz konusudur.

Cide doğa turizmi konusunda avantajlı konumdadır. Doğa turizmi kapsamında değerlendirilebilecek rekreasyon faaliyet ve aktiviteleri (trekking, dağ ve doğa yürüyüşleri, kaya tırmanışları, bisiklet, piknik, balık tutma, rüzgâr-su sörfü, tabiat güzelliklerini ziyaret etme, su altı dalışı, jeep safari/foto safari gibi) de söz konusu ilçenin turizm potansiyelinin tanınması ve gelişmesinde etkili olabilmektedir. Cide'de yaban hayatı turizmi kapsamında hareketlilikler sağlandığı bilinmektedir. Bu noktada gerek avcılık gerekse de gözlemcilik anlamında çeşitli eylemler içerisinde bulunulabilmektedir. Yine bu ilçede yayla turizmi, kırsal turizm, botanik turizm, kamp ve karavan turizmi gerçekleştirilebilmektedir. Bu durum da Cide ilçesini tabiat turizmi zenginliği ve çeşitliliği bağlamında önemli bir hale getirmektedir.

Cide tarih, kültür, inanç ve etkinlik turizmi çeşitlerine katılım noktasında uygundur. Zira söz konusu ilçe içerisinde bu turizm çeşitleri kapsamında potansiyel taşıyan değerler (camiler, müzeler, kaleler, çeşmeler, efsanelere konu olan alanlar, festivaller, şampiyonalar, yarışlar, panayırılar, önemli zaman kutlamaları ve anmaları gibi) vardır. Bu durum da Cide ilçesini söz konusu turizm çeşitleri noktasında bir potansiyel sahibi yapmaktadır.

Cide gastronomi turizmi için elverişlidir. Cide yöresine has ürünler, gastronomik çekim potansiyeli kapsamında önemli olarak görülmektedir. Cide'nin yöresel ürün çeşitliliği, gastronomi turizmüne katılmak isteyen turistlerin kararları ve seyahatleri üzerinde olumlu bir etki oluşturabilmektedir. Bu durum çoğunlukla yöresel ürünlere ilgi duyan ve deneyimlemek isteyen turistlerin gastronomik istek ve ihtiyaçlarıyla yakından ilişkilidir. Bu kapsamda da yöresellik unsuru bir adım ön plana çıkabilmekte ve gastro turistlerin planlama ve tercihlerinde yönlendirici bir etki sağlayabilmektedir.

Cide, turistik çekicilikler konusunda güçlü ve zayıf yönleri ile fırsatları ve tehditleri olan bir ilçe olarak dikkat çekmektedir. Cide'nin kendi güçlü yönleri ve fırsatlarının daha da iyileştirilmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanması için hem devlet yetkilileri hem de yerel halk tarafınca bilinçli olunması, uygun uygulama adımlarının atılması noktasında girişimci olunmasında bir fayda görülmektedir. Bununla beraber Cide'nin kendi zayıf yönlerini ve tehditlerini ortadan kaldırmak veya azaltmak için birtakım uygulama çalışmalarının yapımına ağırlık verilmesi gerekmektedir. Ulaşımın geliştirilmesi, etkili turizm yatırımlarının oluşturulması, geliştirilmesi ve bunlara yeterli bütçenin ayrılması, altyapı çalışmalarının iyileştirilmesi, turistik alan kullanımları konusunda yasal mevzuatlarda düzeltmeye ve iyileştirmeye gidilmesi, etkili ve verimli turizm pazarlaması çalışmalarına yoğunlaşılması, çevre düzenlemelerine dikkat edilmesi (levha, tabela, gösterge vb.), yeni konaklama işletmelerinin inşa edilmesi, konaklama işletmelerinin oda sayısının artırılması bu kapsamda örnek olarak gösterilmektedir.

Bu araştırma sonucunda ortaya çıkan, önemli olarak görülen ve verilmek istenen öneriler şunlardır:

- Cide ilçesinde turizm faaliyet ve aktivitelerini bütün bir yıla yayma çalışmalarına ağırlık verilmesi gerektiği düşünülmektedir. Cide ilçesinde alternatif turizm çeşitlerinin piyasaya sunulması, kullanımlarının yaygınlaştırılması, gerekli teşviklerin sağlanması, kişilerin özendirilmesi ve benzeri gibi hususlarda yapılan çalışmaların sayısının artırılması gerekmektedir.

- Cide ilçesinde gerçekleştirilen bazı festivaller bulunmaktadır. Bu festivaller de toplumsal kaynaşmanın artmasına destek olmakta, ilçedeki turistik, kültürel ve tarihi değerleri ön plana çıkararak ilçenin tanınmasına katkı sağlamakta, yöre halkına ve turistlere turistik açıdan mutluluklar yaşatmaktadır. Ayrıca festivaller kültürel ve turistik değerlerin tanıtılması açısından da önem taşımakta olup, etkili bir şekilde organize edilmesi gerekmektedir. Etkili bir şekilde organize edilemeyen festival ve etkinlikler turistlerin beklentilerini karşılayamamaktadır. Bu nedenle festival ve etkinlikler gerçekleştirilirken olabildiğince profesyonel olunması, koordineli bir şekilde hareket edilmesi ve zamanlamaya dikkat edilmesi önemlidir.
- Cide ilçesi, turistik açıdan tanıtım ve pazarlama çalışmalarını zenginleştirebilir ve daha etkili, albenisi yüksek ya da yaratıcı düşünceler, uygulamalar, çalışmalar ortaya çıkarabilir. Bunları gerçekleştirirken de tüm turizm paydaşlarını göz önünde bulundurarak etkileşim halinde bu çalışmaların yürütülmesi, turizm bütünlüğünün sağlanması bakımından önem arz etmektedir. Araştırmacılar Cide'deki turistik ürünlerin tanınırlığı ve turistik ürünlerin ilçe turizminin tanıtılmasındaki katkılarıyla ilgili olarak Cide yerel halkının görüşlerine başvurabilir ve yerel halkın katılımıyla projeler geliştirebilirler. Söz konusu çalışmada da araştırmacılara veri toplama aracı olarak görüşme tekniğinin kullanılmasını tavsiye edilmektedir.
- Cide ilçesinde yaşatılan ve zamanla kaybolmuş kültürel geleneklere ilişkin bir derleme çalışması meydana getirilebilir. Bu çalışma, kültürel açıdan önemli bir çalışma olarak görülmektedir.
- Ünlü kişilerin önceki zamanlarda Cide ile ilgili ifade ettikleri sözler, ilçenin ilk göze çarpan alanlarına ve en kalabalık alanlarına afiş, slogan ve benzeri gibi çalışmalarla insanların dikkatine sunulabilir. Bu algı çalışması, Cide'nin tanıtımını daha akılda kalıcı hale getirebilir.
- Yerel halkın bakış açısı doğrultusunda Kastamonu ili turizm potansiyelinin SWOT analiziyle değerlendirilmesi sağlanabilir. Bu değerlendirme kapsamında Cide ilçesinin Kastamonu ili içerisinde turizm konusunda sahip olduğu yere değinilebilir.
- Cide'yi ziyaret eden turistlerin Cide'nin halkı ve kültürü ile ilgili görüşleri tespit edilebilir.
- Cide kültürünün Kastamonu ilinin diğer ilçeleriyle gösterdiği benzerlik ve farklılıkların ne ya da neler olduğu belirlenerek bu durumun kültürel görecelik yaklaşımı kapsamında turizm odaklı irdelenmesi sağlanabilir.
- Araştırmacılar, Kastamonu ilinin diğer kıyı kesiminde yer alan ilçeleri ile Cide ilçesinin turizm potansiyelini karşılaştırma adına bilimsel çalışmalar ortaya koyabilirler.
- Cide ilçesinin turizm çekim potansiyeline etki eden soyut unsurların psikoloji disiplini kapsamında değerlendirilmesine yönelik bir çalışma girişiminde bulunulabilir.
- Cide ilçesinin altyapı ve üstyapı değerlerinin zenginleştirilmesine yönelik somut çalışmaların sayısı artırılabilir. Konuyla ilgili olarak da çeşitli uygulamalı araştırmalar ortaya konabilir.
- Cide ilçesinde yapılan festivallerin yerel kalkınmaya ve ekonomiye katkıları daha detaylı araştırılabilir. Ayrıca bu araştırmanın sosyolojik temellerinin dayanak noktaları turistik açıdan göz önüne serilebilir.
- Cide ilçesini ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin bu ziyaretlerinde etkili olan turistik faktörlerin ve beklentilerinin neler olduğu araştırılabilir. Konuya ilave olarak söz konusu turistlerin demografik özelliklerine göre bu hususların benzerlik ve farklılıklar gösterip göstermediği ortaya konabilir.
- Cide ilçesini ziyaret eden yerli turistlerin yabancı turistlerden daha fazla olduğu düşünülmektedir. Bundan dolayı ulusal ve uluslararası turizm tanıtımı ve pazarlama çalışmalarında Kastamonu ili Cide ilçesinin mevcudiyetine daha fazla yer verilebilir.

- Cide ilçesinde sunulan turistik ürün, hizmet, faaliyet ve aktiviteler söz konusu ilçenin turizm talebini artırma noktasında önemli bir yere sahip olmakta, bunların tanıtılması hususunda da gerekli çalışmaların sayısının artırılarak kalitelerinin iyileştirilmesi gerekmektedir. Örneğin; Kastamonu ili ve Cide ilçesinin dijital tanıtım platformlarında söz konusu ilçenin turistik değerlerine daha geniş yer verilebilir. Bu kapsamda yerli-yabancı turistleri Cide ilçesini ziyaret etmeye yönlendirebilecek kaynak unsurlar ön plana çıkarılabilir. Ayrıca Cide ilçesinin turizm değerlerinin tanıtılması ve pazarlanması konusunda doğa ve deniz kaynakları üzerine yoğunlaşılabilir. Bu durum Cide'yi ziyaret edecek turistlerin ön bilgi edinmelerine ve/veya memnuniyetlerinin oluşmasına zemin hazırlama noktasında olumlu etkilerinin dokunmasına katkı sağlayabilecektir.
- Cide ilçesinde bulunan ve diğer destinasyonlarda bulunmayan turistik arz kaynağı veya kaynaklarının turistik ürün çeşitlendirmesi ve alternatif turizm türleri kapsamında değerlendirilmesine yönelik nitel bir araştırma yapılabilir. Bu kapsamda Cide'nin inanç ve kültür turizmi çeşitleri konusunda önem taşıyan-sadece yöreye has-turistik arz kaynağı veya kaynakları üzerine değerlendirmelerde bulunulabilir.

Kaynakça

- Akkuş, G. ve Akkuş, Ç. (2019). Kastamonu ilçeleri temel turistik arz kaynakları envanteri: tabiat turizmi alt türleri ve doğa sporları. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 146-164.
- Ateş, S. ve Oktay, K. (2019). *Kastamonu Festivalleri*. İ. Mısırlı (Ed.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Avcı, M. ve Koç, D. E. (2019). *Kastamonu'nun Manevi İklimi*. İ. Mısırlı (Ed.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aydoğdu, A. (2018). *Kastamonu Örneğiyle Kırsal Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aydoğdu, A., Yaşarsoy, E. ve Mızrak, M. (2019). *Kastamonu Yemekleri*. İ. Mısırlı (Ed.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Büyükmehmetoğlu, N. (2020). *Yöresel Mutfak ve Gıdaların Turistik Ürün Olarak Pazarlanması: Kastamonu Örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kastamonu Üniversitesi, Kastamonu.
- Çalıklı, S., Koçoğlu, C. M. ve Aydoğdu, A. (2018). Cide'de turizmin etkileri ve yerel halk tarafından algılanması. *19. Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı*, 222-234.
- Çam, O. ve Çılgınoğlu, H. (2020). Kastamonu ili turizm potansiyeli ve inanç turizminin şehirdeki yeri ve önemi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 76-90.
- Çam, O. ve Çılgınoğlu, H. (2021). Yöresel mutfakların gastronomi turizmindeki önemi: Kastamonu mutfağı örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 176-192.
- Gür, F. (2019). *Kastamonu çeşmeleri*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Karabük Üniversitesi, Karabük.
- İbret, Ü., Aydınöz, D. ve Uğurlu, M. (2015). Kastamonu şehrinde kültür ve inanç turizmi. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (32), 239-269.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80.
- Kastamonu Valiliği. (2009). *Ağız Tadıyla Kastamonu Mutfağı*. Kastamonu: Kastamonu Valiliği Yayınları.
- Mutlu, Ç. (2022). Gizli potansiyel destinasyon olarak Cide ilçesinin turistik değerler açısından incelenmesi. *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi*, 25(2), 194-213.
- Neuman, W.L. (2012). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nicel ve Nitel Yaklaşımlar I-II. Cilt* (5. Basım). S. Özge (Çev.). İstanbul: Yayın Odası Yayınları.

- Sak, R., Şahin Sak, İ.T., Öneren Şendil, Ç. ve Nas, E. (2021). Bir araştırma yöntemi olarak doküman analizi. *Kocaeli Üniversitesi Eğitim Dergisi*, 4(1), 227-250. <http://doi.org/10.33400/kuje.843306>.
- T.C. Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı. [KUZKA]. (2011). Turizm Eylem Planı, Kuzey Anadolu Turizm’de Geleceğini Arıyor, Kastamonu.
- T.C. Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı. [KUZKA]. (2013) *Cide İlçe Analizi*.
- Yalçınkaya, U. (2011). *70 Yıldan Bu Yana Cide Sosyal Tarihi*. Kastamonu: Cide Başak Ajans Yayınları.
- Yavru, F. (2021). *Cide ilçesinin turizm coğrafyası*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Karabük Üniversitesi, Karabük.

İnternet Kaynakları

- Cide Belediyesi. (2021). Turizm. Erişim Adresi: <http://www.cide.bel.tr/oku.php?detayId2=11>. Erişim Tarihi: 14.05.2021.
- Cide Kargo. (2021). Cide-Asarcık Kalesi. Erişim Adresi: <https://www.cidekargo.com/cide-asarcik-kalesi/>. Erişim Tarihi: 20.05.2021.
- Erdoğan, Y. (2020). Gideros Koyu kamp alanı. N. Kozak (Ed.). *Online Türkiye Turizm Ansiklopedisi*, Erişim Adresi: <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/gideros-koyu-kamp-alani>, Erişim Tarihi: 31.05.2024.
- Google Görseller. (2021). Kastamonu Cide Haritası. Erişim Adresi: https://www.google.com/search?q=kastamonu+cide+haritas%C4%B1&rlz=1C1AVFC_enTR797TR797&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fir=fURs8enrM6vK9M%252CBQCxELt2Qf1PmM%252C_&vet=1&usg=AI4_-kQrk95-ggkOk9BFoDWHYq8mErgWlw&sa=X&ved=2ahUKEwjb_YfLxdjwAhXZs6QKHcNhBYYQ9QF6B-AgOEAE&biw=1366&bih=625#imgrc=fURs8enrM6vK9M. Erişim Tarihi: 20.05.2021.
- Hümay, N.E. (2019). Cide’de Ne Yenir. Cide Dernekler Federasyonu. Erişim Adresi: <http://cidederneklerfederasyonu.com/index.php/2019/10/24/cidede-ne-yenir/>. Erişim Tarihi: 18.06.2022.
- Kastabil. (2024). İlçelere Göre Nüfus Verileri (2023). Erişim Adresi: <https://www.kastabil.gov.tr/veritablolari/kastamonu/nufus/ilcelere-gore-nufus-verileri-adnks-2018>. Erişim Tarihi: 29.05.2024.
- Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2018). Turizm, Turizm Değerleri, Erişim Adresi: <https://kastamonu.ktb.gov.tr/TR-63872/turizm-degerleri.html>. Erişim Tarihi: 08-12.04.2018.
- Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2021). Cide. Erişim Adresi: <https://kastamonu.ktb.gov.tr/TR-63813/cide.html>. Erişim Tarihi: 14.05.2021.
- Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2024a). Basit Konaklama Turizm İşletmesi Belgeli Tesisler. <https://kastamonu.ktb.gov.tr/TR-338443/basit-konaklama-turizm-isletmesi-belgeli-tesisler.html>. Erişim Tarihi: 21.01.2024.
- Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2024b). Kamu Misafirhaneleri. <https://kastamonu.ktb.gov.tr/TR-338445/kamu-misafirhaneleri.html>. Erişim Tarihi: 21.01.2024.
- Konak, B. (2018). Batı Karadeniz’in İncisi: Cide. Erişim Adresi: <https://onedio.com/haber/bati-karadeniz-incisi-cide-852015>. Erişim Tarihi: 20.05.2021.
- Özden, D. (2021). Rıfat Ilgaz’ın Cide’si, Son Medya, Erişim Adresi: <https://www.sonmedya.com.tr/yazi/rifat-ilgazin-cidesi-387.html>. Erişim Tarihi: 14.05.2021.
- Seyyah Defteri. (2021). Tuğ Tepesi Seyir Terası Nerede-Nasıl Gidilir? Erişim Adresi: <https://seyyahdefteri.com/tug-tepesi-seyir-terasi-nerede-nasil-gidilir/>. Erişim Tarihi: 19.05.2021.

- Soğuksu Çevre Köyleri Kültür Yardımlaşma ve Dayanışma Derneği. (2021). Turizm. Erişim Adresi: <http://www.cidesoguksudernegi.org/sayfa/41-turizm.html>. Erişim Tarihi: 14.05.2021.
- Solak, N. (2017). Gideros Koyu Kamp Alanı Gezi Rehberi. Erişim Adresi: <https://www.kampyerleri.org/gideros-koyukamp-alani-gezi-rehberi/>. Erişim Tarihi: 17.10.2018.
- Sözcü. (2021). Cide Gezilecek Yerler: Gideros Koyu ve Diğer Doğa Harikaları ile Cide..., Erişim Adresi: <https://www.sozcu.com.tr/hayatim/seyahat/cide-gezilecek-yerler-gideros-koyu-ve-diger-doga-harikalari-ile-cide/>. Erişim Tarihi:14.05.2021.
- T.C. Cide Kaymakamlığı. (2021). Cide Turizmi. Erişim Adresi: <http://www.cide.gov.tr/cide-turizmi>. Erişim Tarihi: 14.05.2021.

İsrail ve İran Mutfak Kültürü ve Gelenekleri Üzerine Betimleyici Bir Araştırma

A Descriptive Study on Israeli and Iranian Culinary Culture and Traditions

Yusuf GÖRGÜLÜ¹

Öz: Mutfak, toplumsal etkileşimin bir ürünü olduğu kadar, toplumların ekonomik, sosyal, kültürel ve dini kriterlerle sembolik değerini inşa eden önemli bir toplumsal emek türüdür. Bu elle tutulan emeğin üretim ve tüketim koşullarını belirleyen ise o toplumda yaşayan bireylerin iş birlikleri ve çabalarıdır. Bireylerin bir emek ürünü etrafında toplanmaları, onu sahiplenmeleri, onunla ortak eylem ve ritüel pratiklerini yinelemeleri bireylerin aktif yaşamın birer parçaları olduğunu göstermektedir. Gastronomik ürünler, manevi ve tarihsel emeğin toplumsal iş birliği temelinde organize edildiği, sosyal ilişkilerle kurulan sosyal düzenin birer parçası durumundadır. Bu niteliksel ürünler sosyolojik bir gerçekliğe dayanmaktadır. Çünkü gastronomi bilimi sadece yeme ve içme eylemi olarak görülemez. Gastronomi, toplumsal sistemlerin etkileşim seyrini hızlandıran, ona kuvvet veren ve toplumun tüketim algoritmasını belirleyen önemli bir bilim dalıdır. Gastronomik ürünler, değişen sosyal, ekonomik, kültürel koşullara hızlı adapte olabilmekte ve zaman içerisinde farklı tüketim koşullarına göre yeni bir biçim alabilmektedir. Bu çalışmanın amacı İsrail ve İran mutfağının tarihsel süreç içerisinde geçirdikleri gelişimleri irdelemek, her iki mutfağın da mevcut durumlarını ortaya koymaktır. Araştırmada literatür araştırması ile elde edilen sistematik veriler, görseller ve materyaller değerlendirilmiştir. Araştırma İran ve İsrail mutfağı ile ilgili pek çok farklılıkların mevcut olduğunu göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: İran mutfak kültürü, İsrail mutfak kültürü, gelenek

Abstract: As much as cuisine is a product of social interaction, it is also an important type of social labor that builds the symbolic value of societies with economic, social, cultural and religious criteria. What determines the production and consumption conditions of this manual labor is the cooperation and efforts of the individuals living in that society. The fact that individuals gather around a product of labor, own it, and repeat common actions and ritual practices with it shows that individuals are parts of active life. Gastronomic products are a part of the social order established through social relations, where spiritual and historical labor is organized on the basis of social cooperation. These qualitative products are also based on a sociological reality. Because the science of gastronomy cannot be seen only as the act of eating and drinking. Gastronomy is an important branch of science that accelerates the course of interaction of social systems, gives strength to it and determines the consumption algorithm of the society. Gastronomic products can quickly adapt to changing social, economic and cultural conditions and can take a new form over time according to different consumption conditions. The aim of this study is to examine the developments of Israeli and Iranian cuisine throughout the historical process and to reveal the current situation of both cuisines. In the research, systematic data, visuals and materials obtained through literature research were evaluated. Research has shown that there are many differences between Iranian and Israeli cuisine.

Key Words: Iranian culinary culture, Israeli culinary culture, tradition

Geliş Tarihi/Received Date: 12.09.2023
Kabul Tarihi/Accepted Date: 27.06.2024
Yayımlanma Tarihi / Published Date: 08.07.2024

Atf/Citation: Görgülü Y. (2023). İsrail ve İran mutfak kültürü ve gelenekleri üzerine betimleyici bir araştırma. *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 5(2), 27-46

¹ Öğr. Gör. Ankara Üniversitesi. e-posta: yusufgorgulu.2107@gmail.com. ORCID No: 0000-0002-8196-0948

1. Giriş

Toplum, geçmişe dair birikimsel esasları tekrarlayarak, gelecek kuşaklara kolektif kimliği aktarma eğilimindedir. Bu türden kolektif aksiyon boyutları, ortak bir kültürel belleği meydana getirme çabası içerisinde. Gastronomi ise kültürlerin ortak eylem aksiyonlarını kolektif davranış boyutları ile şekillendiren önemli kamusal ve özel pratikler olarak görülmelidir. Gastronomik ürünlerin kamusal niteliği genel olarak ortak uzlaşma ve eylem temelinde gelişim gösteren alanlarda kendisini göstermektedir. Örneğin kültürel festivaller yeme içme kültürünün yeniden canlandırıldığı ya da toplumsal hafızanın diri tutulduğu kamusal alanlardır. Özel alanlarda ise yeme içme kültürü daha çok bireysel bir nitelikte kendi pozisyonunu koruma eğilimindedir.

Her toplum kültürel göstergelerle kendi kimliklerini inşa ederler. Bu yüzden gastronomi ürünlerinin göstergeleri; yeme içme eyleminin davranışsal boyutlarında gizlidir. Bir toplumun yeme içme alışkanlıkları, yemeklerde kullanılan malzemeler, yemeğe biçilen roller, davranışlar ve ritüellerin her biri gastronomik göstergelerdir. Bu göstergeler toplumun tarihsel süreç içerisinde geçirdiği eylem ve ritüellerle topluma mal edilmiştir. Kültür; toplumsal ilişkilerin yoğunlaşması üzerine kuruludur ve toplumun kültürel kodlara karşı kapalılığı söz konusu olamaz. Sosyokültürel akışı belirleyen ise bireyler arasındaki ortak uzlaşma ve karşılıklı gelişen bütünleşme eğilimleridir. Gastronomik ürünler, kültür bileşenli nesnelere olabildiği gibi, bu ürünlerin tüketim aşamasında sosyal pratiklerin bütünlüğüne ilişkin davranışsal kodlar egemendir. Bu yüzden gastronomik ürünler bu davranış kodlarının ortak entegrasyonu ve kabulü esasına dayalı olarak gelişim göstermektedir.

İlkel toplumlarda yeme ve içme eyleminin temel amacı hayatta kalma ve hayat idamesini sürdürmektir. İlkel toplumlarda yeme ve içme aksiyonunun amacından sapma olanağı düşüktür. Fakat gelişen teknoloji ve sanayi devrimi ile birlikte bireylerin yeme ve içme eylemlerine yüklenen anlamlarda da belirgin farklılıklar ortaya çıkmıştır. Bu yeni şekil alan ve ötekenden kopuk beslenme şekli aslında Bober'in ifadesi ile yeni toplumsal konumu ifade etmektedir. Her bir toplumsal konum, sergileme biçimlerini değişime uğratmaktadır (2014: 44). Diğer bir bakış açısı ile bireylerin tüketim envanterlerindeki bu değişim boş zaman etkinlikleri ve toplumların sosyal yapılarındaki dönüşümü ile gerçekleşmiştir. Veblen'in "Gösterişçi Tüketim" tezi sosyal yapılarındaki değişimin, tüketimin temel niteliğini ve davranışın temel boyutlarını değiştirdiği inancına dayanmaktadır. Veblen'e göre; feodal yapının hâkim olduğu sosyal yapılarda tüketimin temel nesnelere temel gıda ürünleri, kadınlar ve köleler oluştururken, modern kapitalist toplumsal sisteme geçiş ile birlikte bu tüketim nesnelere çok pahalı ürünler olarak yeni bir tüketim gerçeğini ortaya çıkarmıştır. Başka bir ifade ile tüketimin temel davranışsal boyutları fizyolojik ihtiyaçların ötesine geçmiş ve "saf gösteriş", "dikkat çekme" eşitsizlikleri hatırlatma" ve sosyal konformasyon biçimleri ile tüketim yeni bir gerçeklik halini almıştır (Güleç, 2015). Beslenme alışkanlıklarının değişimi "yeni eylemsel faillikle" ilintili bir konu gibi görünmektedir. Çünkü eylemsel faillik, kabuller ve dışlamaların boyutlarının değerlendirilmesi anlamına gelmektedir.

Pozitivizm'in öncüsü Emile Durkheim ise bu değişim süreçlerini "mekanik ve organik dayanışma" tezi üzerinden savunmaktadır. Sanayi devrimi ile birlikte yeni bir yaşam konforuna kavuşan bireyler, tüketim eylemini kolektif bir dayanışma olarak yapmamaya başlamış ve eylemsel faillik bir karmaşa ile ortaya çıkmıştır. Mekanik dayanışma olgusu ilkel iş bölümü tasarımı, genel kabuller ve kolektif eylemlerle kendisini göstermektedir. Ne zaman ki bireyler ve toplumlar arasındaki iş bölümleri, ortak eyleme yürüme faaliyetleri ayrışmaya başladı mekanik dayanışmanın tüm eğilimleri bir sapma olarak ortaya çıkmıştır (Smith, 2016: 29). Mekanikten organik bir dayanışma formuna geçen bireylerde yeme içme eyleminin temel niteliği de değişebilmektedir. Öncelikle ilk toplumlarda yeme içme eylemi kolektif bir şekilde yerine getirilirken, modern yaşamın sunmuş olduğu yeni yaşamsal çerçevelerle bu durum zamanla kırılma ve bireysel tüketim daha merkezi bir konuma yerleşmiştir.

Toplumun politik entegrasyonu ve bütünlüğü gastronomik ürünlerin yayılımı ve tüketiminde kilit bir role sahiptir. Toplumdaki politik, ideolojik davranışlar, kodlar, eylemler, mitler, ya da tutundurmalar; bazı gastronomik ürünlerin üretim ve tüketim koşullarını belirlemektedir. Hangi gastronomik ürünlerin toplumsal

kabule dayalı gelişim gösterip gösteremediği ise politik aksiyonların kabul oranına yani konjektürel gelişmelere bağlı olarak gelişmektedir (<https://www.s-ge.com/en/article/news/20183-import-ban-iran?ct>).

Gastronomi; çeşitli coğrafyalar arasındaki değiş ve tokuş esasına göre var olabilmektedir. Gastronomik ürünler çeşitli kültürlerin gastronomik ürünleri ile kaynaşabilmekte ve gastronomik ürün daha zengin ve çeşitli bir fonksiyonel biçimlenişe geçebilmektedir. Değiş tokuş esasına göre değişim ve dönüşüme uğrayan yeme içme faaliyetleri, birer kültürel zenginlik olarak görülmektedir. Bu yönüyle mübadelenin akış alanları süreklilik ve etkileşim esasına göre gastronomik ürünlere yeni bir canlılık kazandırmaktadır (Hall ve Mitchell, 73-74). Gastronomik ürünler arasındaki mübadele yoğunluğunun yüksek olduğu toplumlar da ise etnik mutfak tartışmalarının ortaya çıkabileceği de bilinen bir gerçektir.

Bu çalışmanın amacı; İsrail ve İran mutfağının tarihsel süreç içerisinde geçirdikleri gelişimleri ortaya koymak ve her iki mutfağın mevcut durumunu değerlendirmektir. Yapılan bu çalışmayı İran ve İsrail mutfağı ile sınırlandırmamızın temel nedeni, bu iki mutfağın tarihsel süreç içerisinde çeşitli toplumlarla kurdukları etkileşim sonrasında mutfaklarının nitelik açısından değişime uğramasıdır. Bu açıdan çalışmada verilerin toplanmasına yönelik doküman inceleme yönteminden yararlanılmıştır. Doküman analizi hem basılı hem de elektronik (bilgisayar tabanlı ve İnternet üzerinden iletilen) materyalleri değerlendirmek için gerçekleştirilen sistematik bir analiz ve yorumlama sürecidir (Bowen, 2009: 27; Akt: Görgülü, 2022). Doküman inceleme yöntemi; araştırma kapsamında ele alınan bir konuya ilişkin enformasyon içeren yazılı ve görsel içeriklerden elde edilen bilgilerin toplanması, bir araya getirilmesi ve bu doğrultuda bir yorumlama gerçekleştirme çabalarının bütünü olarak tanımlanabilir. “Doküman temelli analizlerde en yaygın kullanılan kaynaklar gazeteler, dergiler, akademik yayınlar” (Rapley, 2007: 11-12) olmakla birlikte yazılı ve görsel her türlü materyalin içeriklerinin sistematik bir şekilde yorumlama ve analiz sürecidir. Araştırmada literatür araştırması ile elde edilen sistematik veriler, görseller ve materyaller tablolaştırılarak her iki ülkenin mevcut durumları karşılaştırılmıştır.

Ulusal literatürde İran mutfağını ele alan akademik çalışmalara rastlamak mümkün olsa da akademik çalışmaların yeteri sayıda olmadıkları gözlemlenmiştir. Bu durum bu çalışmanın en güçlü yanını oluşturmaktadır. İran mutfağı üzerine gerçekleştirilmiş çalışmalar arasında; Çakıroğlu (2007) “İran’ın Yemek Kültürü Gelenek ve Göreneklere, Türk Mutfağı ile Karşılaştırılması”, Öksüz ve Deniz (2017) “Ankara’daki İran Restoranları: Kültürel Kimlik Üzerine Etnografik Bir Araştırma”, adlı çalışmaları ön plana çıkmaktadır. YÖK Ulusal Tez Merkezi üzerinden bir araştırma yapıldığında İran mutfağını konu alan lisansüstü teze rastlanılmamış ve bu eksikliğin giderilmesi ve literatüre katkı sunmak adına bu araştırma uygun görülmüştür. Yine İsrail mutfağı üzerine literatür taraması gerçekleştirildiğinde Mammadli (2013) “Yahudilikte Beslenme Kuralları (Kaşerut)” adlı yüksek lisans tezi ile ön plana çıkmakta olup, İsrail mutfağını konu alan araştırmaların eksikliği gözlemlenmiştir. Mammadli çalışmasında İsrail mutfağındaki beslenme kurallarını incelemiştir. Mammadli, çalışmasında hangi gastronomik ürünlerin hangi durum-koşullar altında haram ve helal sayıldıklarını dini koşullar üzerinden değerlendirmektedir (Mammadli, 2013). Öksüz ve Deniz (2017) ise çalışmasında etnik köken/kültürel kimlik ile göçmen restoranları arasındaki ilişkiyi Ankara’da bulunan İran restoranları üzerinden yürütmüştür. Uluslararası literatürde Ranta (2015) “Re-Arabizing Israeli Food Culture” adlı çalışmasında İsrail yemek kültürünün gelişiminde Arap yemek kültürünün oynadığı rolü ortaya koymaya çalışmıştır. Bu doğrultuda Ranta araştırmasında tarihsel süreç içerisinde İsrail’in doğrudan etkileşim kurduğu mutfaklardan birisi olan Arap mutfağının İsrail mutfağı üzerindeki etkisini ortaya koymuştur. Karikazi (2016) “Ethnic and Traditional Iranian Rice- Based Foods” adlı çalışmasında İran’ın etnik ve geleneksel pirinç merkezli yemekleri araştırmıştır. Karikazi çalışmasında çeşitli illerden toplanan verileri değerlendirmiş, ev halkı ile de yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Karikazi araştırmasını vilayetler ekseninde yürütmüş ve İran’da üretilen pirinç türlerini de detaylı bir şekilde incelemiştir. Bromberger (2020) “Gilan (Northern Iran) Cuisine Specificity” isimli çalışmasında Gilan kentinin yemek kültürünü ve niteliklerini ortaya çıkarmaya çalışmıştır. Grosqlik ve Avieli (2023) “The Rise and Demise of Ashkenazi Cuisine in Israel/ Palestine: The Marginalization of the Foodways of a Hegemonic Ethnicity” adlı çalışmasında Aşkenazi mutfak kültürünün İsrail ve Filistin’deki kültürel

biyografisini sorgulamıştır. Grosplik ve Avieli çalışmasında birinci dereceden kaynaklarla Aşkenazi mutfak kültürünün İsrail toplumu içerisinde geliştirdiği sosyo- tarihsel koşulları detaylı bir şekilde ele alarak etnik mutfağın karmaşık sürecini kültürel, ekonomik ve ekolojik değişkenlerle birlikte değerlendirme yoluna gitmiştir.

2. İsrail Mutfağı ve Gelenekleri

İsrail mutfağı Yahudi geleneklerine göre şekillenmiş tarihsel bir mutfak olarak bilinmektedir. İsrail tarihsel koşullar altında mutfak ile ilgili edindikleri deneyimler ve tecrübelerle kendi mutfak anlayışlarını 1970’li yıllara kadar katı bir kural ile devam ettirmiştir. Fakat 1970’li yıllardan sonra İsrail mutfağı, farklı uluslar ile girdiği sosyal etkileşim ile birlikte füzyon mutfağı niteliğine kavuşmuştur. Bu mutfağın en önemli özelliği Mizraki, Sefarad ve Aşkenaz mutfaklarının pişirme yöntemlerini benimsemiş olmasıdır. Aşkenaz yemekleri genel olarak patates, ekme, et ve kümes hayvanlarının tüketimi çerçevesinde gelişim göstermiştir. Aşkenazi Yahudileri gastronomik ürünlerinin raf ömürlerini uzatmak için kurutulmuş ürünleri tüketme eğiliminde olmuşlardır. Aşkenazi mutfağı Orta Çağ Almanya ve Fransa’ında ortaya çıksa da temel olarak Doğu ve Orta Avrupa’dan gelen bir mutfak olarak değerlendirilmektedir (whatscooking.art, 2023). Aşkenazi Yahudileri İsrail için sosyo-ekonomik ve kültürel alanda baskın bir etnik karaktere sahip olsa da İsrail mutfağı için Aşkenazilerin aynı ölçüde baskın bir yemek kültürünü İsrail’e aktardığı söylenememektedir (Grosplik ve Avieli, 2023: 2).

İsrail toplumu toplumsal hafızası yüksek bir millet olarak bilinmektedir. İngiliz Yahudi yemek kitabı araştırmacı Claudia Roden’e göre; Filistin topraklarına göç eden pek çok Avrupa Yahudi’sinin “onlara zulmü hatırlattığı gerekçesi ile pek çok gastronomik ürünü unutmak istediklerini” ve bu şekilde bir beslenme alışkanlıkları ortaya koymaya çalıştıklarını ifade etmiştir (Massad, 2021). Yine benzer bir şekilde The New York Times gazetesinde yer verilen bir makale de bu durumu özetler niteliktedir. Makaleye göre; Yahudiler Filistinli komşularının yemekleri ile kendi toprakları ve ataları arasında bir bağ kurmayı başarmışlardır (The New York Times, 2023).

2.1. İsrail’in Dini Gelenekleri İçerisinde Gastronomi Ürünlerinin Yeri ve Önemi

Yahudilerin kutladıkları bayramlar çeşitli olup tarihleri ve süreleri İbrani takvimine göre gerçekleştirilmektedir. Yahudiler bu bayram günlerinde oruç, dua ve değişen içecek ve yiyecek formatlarına göre farklı ritüelleri bir arada yaşarmaktadır.

Tevrat’ta (Yom Teruah) olarak geçen Yahudi dini bayramlarından birisi Roş Aşana bayramıdır. Roş Aşana Yahudiler arasında yeni yıl bayramı olarak bilinmektedir. Roş Aşama, gün batımı ile başlar ve tam olarak iki gün sürmektedir. Roş Aşama’dan Yom Kippur’a kadar uzanan on güne ise Tövbe günleri adı verilmektedir. Roş Aşama günlerinde İsrail’deki mevcut cemaatler eş güdümlü bayramlaşma günleri yapılı ve yardıma muhtaç olan Yahudilere yardımda bulunulur. Roş Aşama günlerinde “hurma”, “nar”, “kurutulmuş meyveler” ve “bal” gibi geleneksel ürünler tüketilmektedir. Bu bayramda koç boynuzundan yapılan Şofarlar çalınır. Şofar (borazan) ritüelleri Tövbe günlerine kadar devam etmektedir. Şofar’ın üflenmesinde belirli ritimler ön plana alınmaktadır. Yahudilere göre her bir şofar çalımı ritüelinde “kalbin uyandırılması”, “tövbe etme” ve “Sina’dan göç olayını hatırlama” anlamları ortaya çıkarılmaktadır.

Görsel 1: İsrail Dini Ritüellerinin Önemli Bir Parçası: Şofar

Kaynak: ynet, 2020.

Roş Aşama günlerinde binlerce Yahudi bir araya gelerek Ağlama duvarına giderler. Bu mekânsal alanda günahların bağışlanması ve tövbe etme ritüelleri belirli bir ritim ile gerçekleştirilir. Bu ortamda Selikhot adı verilen dualar edilir. Yahudilerin büyük bir kısmı mikveh dedikleri akarsu da yıkanıp arınma eylemini de yerine getirirler.

İsrail tarihinde ve mutfak kültürlerinde “yedi tür” önemli bir yere sahiptir. Yedi Tür, İsrail topraklarındaki İsrail oğullarının beslenmesinde ve Yahudiliğin dini geleneklerinde önemli bir rol oynamıştır. İsraililer arasında bu yedi tür ürüne karşı saygı her zaman yerine getirilmektedir. İsraililer için geleneksel nitelikteki Şavout bayramında diğer dini törenlerde bu yedi tür ürünleri görmek mümkündür. İsraililer için Şavout bayramı Sivan ayının 6. günü kutlanan Yahudi geleneksel bayramıdır. Bu geleneksel bayram, genellikle Mayıs ya da haziran ayının ilk yarısında kutlanmaktadır. Şavuot, Tanrı'nın Sina dağı'nda toplanan İsrail milletine Tevrat'ı vermesinin yıl dönümünü olarak kabul edilmektedir. Şavout bayramı üç gün sürmekte olup, süt ve süt ürünleri (peynirli krep, peynir dolgululu hamur tatlıları) bayram boyunca tüketilmektedir.

“Hem bugün burada bizimle olup Tanrı'nın Huzuru'nda duranlarla, hem de bugün burada bizimle olmayanlarla yapılmaktadır bu antlaşma.” (Devarim-29:14-15)

Görsel 2: Yedi Tür

Kaynak: (jr.co.il, 2023).

Görsel 3: İsrail Parlamento Binasında (Knesset) Yedi Tür'ün Yapısal Sunumu

Kaynak: (bje.org.au,2023)

İsrail'de pek çok dini bayram kutlanmaktadır ve bu bayramlar Yahudi kültürü ve kimliğinin temsili niteliğindedir. Örneğin Fısıh bayramı Yahudilerin Mısır esaretinden kurtuluş günü olarak kutlanmaktadır ve mayasız ekme tüketimi ile anılmaktadır. Yahudilere göre Yaradan bu esareten kurtulmanın bedeli olarak İsraililerin kuzu kurban etmelerini ve kapı sövelerine serpmelerini emretmiştir (Tevrat: Çıkış, 12:13; Walfish, 2023). Fısıh bayramında Yahudiler alkollü içecek, mayalı işlenmiş ekme, piriç, işlenmiş gıdalar ve yulaf ezmesini tüketmekten kaçınmaktadır (yjewishlearning.com, 2023).

İsrail mutfağı denilince akla gelen ilk gastronomik ürünlerden birisi de Challah ekmeğidir. Bu ekme geleneksel olarak Yahudi topluluklarında Şabat günlerinde tüketilen mayalı, örgülü yumurta ekmeğidir. Yahudiler arasında "kutlama ekmeği" olarak da adlandırılmaktadır. Sokak yemeği olarak gelişimini sürdürmüştür.

Görsel 4: Challah Ekmeğinden Bir Görünüm

Kaynak: Grablewski, 2018

Şabat İsrail'de dinlenme günüdür. Cuma günü akşam saatlerinde başlar ve cumartesi akşam saatlerine kadar sürmektedir. Bu günler ve saatlerde çalışmak kesinlikle yasaktır. Bu günlerde Sinagoglara gidilir, dua edilir. Şabat günlerinde toplu taşıma araçları bile çalışmamaktadır. Yahudi dinî inancına göre kâinatın yaratılışı altı gün sürmüş, yedinci gün ise Yaradan dinlenmeye çekilmiş ve o günü Yahudi halkına mukaddes saymıştır. Şabat günlerinde challah ekmeği, balık, et ve tatlı türleri tüketilmektedir.

Pek çok dinde kutsal olarak atfedilen Şarap İsrail'de de önemli bir tüketim envanteri olarak bilinmektedir. Şarap İsrail'de eğlencenin hüküm sürdüğü her türlü ortamlarda tüketilebildiği gibi dini toplantılarda İsraililer tarafından tüketilmektedir. Yahudilerin kutsal kitabı Tevrat şaraba atıfta bulunmaktadır. Zaten İsrail'de koşer olarak tanımlanan meyve ve sebze içecekleri alkollü olsun ya da olmasın helal olarak

nitelendirilmektedir. Tevrat'a göre şarabın kutsaliyeti Nuh'un şarap içmesi ile başlamıştır (Mammadli, 2013: 50-51).

İsrail'de 400'den fazla şarap imalathanesi mevcuttur. En çok bilinen şarap markası ise King David ve Carmel olarak bilinmektedir. Şaraplar özel günlerde ve şenliklerde manastırlarda yoğun olarak tüketilmektedir. Bu manastırlardan birisi de Lautrun Manastır"dır. "Lautrun Manastır"ı "sessizlik manastır"ı olarak bilinmektedir. Bu manastırda şarap imalathanesi bulunmaktadır ve bu şarapların şifalı oldukları anlatılmaktadır. İsrail'de yıllık şarap üretimi ortalama 300.000 şişedir (<https://www.enjoyingisrael.com>). Lautran Manastır"ı Tel-aviv Kudüs karayolunda bulunmaktadır. Manastır Aziz Benedicht Tarikatı mensupları tarafından kurulmuştur. Aziz Benedicht tarikatı üyeleri gizemli bir yaşam sürmekte ve genellikle geceleri bir araya gelmektedir. Bu organizasyonda üzüm şarabı ve et yemekleri tarikat üyeleri tarafından tercih edilmektedir. İsrail'de ağaç ve bitkilerde önemli bir kültürel ikondur. Bir ağaç dikildikten sonra bu ağacın meyvesinden üç yıl içinde faydalanılması kesinlikle haram kılınmıştır (Torah.org, 2020).

2.2. Bir Kriz Örneği Olarak İsrail Gastronomisi

Filistin mutfağı, Şam ve Halep mutfağı olmak üzere iki ana dalı içeren zengin Suriye mutfağının bir parçasıdır. Suriye, Lübnan, Ürdün ve Filistin yemeklerinin büyük çoğunluğu, yerel olarak yetiştirilen sebzelerin, tahılların ve otların eklenmesi gibi bazı yeniliklerle birlikte bu iki mutfaktan gelmektedir. Son yıllarda İsrail Filistin yemeklerini kendi yemekleri gibi sunmaktadır. Bu durum Filistinliler ve İsraililer arasındaki gastronomik kriz olarak dünya gündeminde de sık sık yer almaktadır. Örneğin Arap İsrail gastronomi krizinin önemli sembollerinden biri ise Falafel'dir. İsrail Falafel'inin tarihçesi ve kökeni hakkında tartışmalar da devam etmektedir (Hammad, 2011). Pek çok bilim insanına göre ise Falafel Mısırdan türemiş bir gastronomik ürün olarak kabul görmektedir.

Kudüs İbrani Üniversitesi'nden Prof. Dr. Shaul Stampfer'e göre Falafel ilk olarak 1930'ların ortalarında Filistin ve Beyrut' da ortaya çıkmıştır. (i24news, 2015). Falafel yemeği bir sokak yemeği olarak gelişim sürecini sürdürmüştür. Fasulye ya da nohut 'un top, tekerlek ya da disk şekline getirilerek yağda kızartıldığı bir hamurlu yemek çeşididir. Falafel'in yapım sürecinde kuru baklagillerin bir süre suda bekletilmesi ve hemen ardından öğütülüp baharatlarla kızgın yağda pişirilmesi önemlidir.

İsrail ile Lübnanlılar arasındaki gastronomi savaşının diğer bir aktörü ise Humus yemeğidir. Tel Aviv Üniversitesi'nde üniversite profesörü ve sosyal bilimler araştırmacısı olan Dafna Hirsch, Humus yemeğinin tarihsel sürecini şu şekilde değerlendirmektedir: İsrail ordusunun yemekhanelerinde humus servis edilmeye başladığından bu yana İsraililer nohut yemeye başlamışlar ve hemen ardından nüfusun geri kalanına bu ürün yayılarak ve popüleritesi artmaya başlamıştır (npr.org, 2016). Lübnan ile İsrail arasındaki bu savaşı kızgınlaştıran olay ise 2016 yılında gerçekleşmiştir. Lübnanlılar, dünyanın en büyük humus yemeğini yaparak Guinness Rekorlar kitabına girmiştir (Lazkani, 2020).

3. İran Mutfağı ve Gelenekleri

İran mutfağı entelektüel bir mutfak olmamakla birlikte çeşitli kültürlerin etkileşim ve esaslarına göre gelişim gösteren bir mutfaktır. İran mutfağı; geleneksel bir mutfak kültürüne sahiptir. Bu mutfağın en belirgin özelliği ise sürekliliğinin ve çeşitliliğinin yüksek olmasıdır. İran mutfağına duyulan sadakat İranlılar tarafından oldukça önemsenen bir konudur. İranlılar mutfak ve damak lezzetlerini sürekli değiştiren bir mutfak kültüründen hoşlanmamaktadır. İranlılar; diğer ulusların aksine yemeklerini hızlı bir şekilde hazırlamamakta ve onların damak tatları çiğ ya da yarı çiğ yemekleri tüketmeye uygun değildir. Mesela Çinliler, pek çok yemeği hafifçe soteler ve yarı pişmiş olarak tüketebilir. İranlıların ise damak tadı bayat (pişmiş) yiyecekleri pek çok baharatın harmanlanarak tüketilmesi eğilimindedir.

İran mutfağı asırlar süren bir devinim ile günümüze kadar ulaşmış ender mutfaklardan biridir. Bu mutfak ürünlerinin günümüze kadar ulaşmasında İranlıların mutfak kimliklerine karşı duydukları hassasiyet ve özen gösterilebilir.

İran mutfak yemeklerinin çoğu Sasani döneminden günümüze kadar ulaşmıştır. Kaçar döneminde ise İran yemek kültürü ve ürünleri pek çok seyahatnamede yer edinmiştir. Bu dönemde soylular ile sıradan insanların yemekleri arasında belirgin farklılıkların olduğu bir dönemdir. İran yemek kültürü pirincin yoğun kullanımı ve uzun süreli pişirilmesi ile bilinmektedir. Pek çok seyahatname pirincin İran'ın milli bir besin kaynağı olduğundan bahsetmektedir. Mazandaran, Golestan, Esfahan ve Khuzestan gibi eyaletleri pirinç üretiminin merkezi konumundadır (Karikazi, 2016). Gilan vilayeti de pirinç üretimi ve pirinçli ürünlerin tüketim oranının yüksek oluşu ile bilinen bir kenttir. Gilan kentinde pirinçli ürünler genellikle güveç ile tüketilme eğilimindedir (Bromberger, 2020).

Kaçarlar döneminde İran'a giren gastronomik ürünlerden olan Mısır'ın hikâyesini yazanlar ise Arabistan'dan gelen hacılardır. O dönemde hacılar yanlarında Mısır'ı İran topraklarına getirmişler ve İranlılar Mısır'a "Mekke Buğdayı" adını vermiştir (hamshahrionline, 2021).

İran'da Kaçarlar ve Sasaniler döneminde ateşte yapılan ve uzun süreli bir pişirme işleminden geçen İran yemekleri oldukça lezzetli bulunmaktadır. Çoğu İranlıya göre ise eski yemeklerin lezzet ağırlığının yüksek olmasının nedeni ise bakır ve çinko kaplarının yemek pişirmede oldukça fazla kullanılmasıdır (<http://shandizkaraj.ir/>, 2023). Naseri döneminde ise yenilebilir bitkilerin İran'a getirilmesi ile birlikte gastronomik ürünlerin hammadde ihtiyaçları karşılanmıştır. Kaçar döneminde İran'a altmıştan fazla yenilebilir bitkinin tüketim amacı ile ithal edildiği ifade edilmektedir. Bu ürünler arasında "domates", "patates", "havuç", "mısır" bulunmaktadır (hamshahrionline, 2021).

İran yemek kültüründe baharatların özel bir yeri vardır. Baharatlar çeşitli kokuları ile hemen hemen tüm yemeklerde tercih edilmektedir. İran'a baharat kültürü Hintlilerle olan etkileşimi sonrasında yerleşmiş ve günümüze kadar bu kültür çeşitli şekillerde muhafaza edilmiştir.

İran'da bazı yemeklerin tarihi kökeni ise tam olarak bilinmemekle birlikte bu ürünlerden en önemlisi Abgoosht'tur. Bu yemek Şiraz bölgesinde "yahni" olarak da bilinmektedir. Abgoosht orta ve alt sınıf tarafından doyurucu özelliği nedeniyle daha çok tercih edilmektedir.

1979 yılında Pehlevi'nin devrilmesi ve ardından yeni rejimin toplumun tüm kamusal alanlarını ele geçirmesi, İran'da köklü değişikliklerin meydana gelmesine neden olmuştur. İran'da kurulan yeni siyasal sistem (rejim) kendi kamusalını yaratma ve inşa etmek için pek çok kurumu yeniden düzenlemiştir. Bu ortamda yaşayamayacağını anlayan pek çok İranlı ise; başka ülkelere sığınmış ya da ülkelerini terk etmek zorunda kalmıştır. Bu dönemde kendi topraklarından ayrılan/ayrılmak zorunda kalan İranlılar kendi kültürlerini, kimliklerini, geleneklerini ve ritüellerini de başka ülkelere taşımıştır.

Son yıllarda İran mutfağının Avrupa mutfağı içerisinde yer edindiği görülmektedir. Örneğin Avrupa'da kotlet tüketimi oldukça yaygındır. Kotlet, İran'da popüler olan ve İran mutfağının sembolik mutfak kültürlerinden biridir. Kıyma veya kuzu eti ile hazırlanan Kotlet, advieh adı verilen baharat tozlarının karışımı ile yapılmaktadır.

Baharat tüketimi İran için oldukça önemli bir konudur. İran yemeklerinin karakteristik özelliğini kullanan baharatlar belirlemektedir. Bu baharatlar arasında "Safran" İran'ın ihraç ürünlerinden biridir. Safran, İran toplumunda "kırmızı altın" olarak adlandırılmaktadır. 2016 yılında dünya safran ihracatının %96'sını İran gerçekleştirmiştir (bahraman.com, 2024). İran Kırsal Kooperatifler Merkezi Teşkilatı Araştırma, İzleme ve Pazar Geliştirme Dairesi Başkanı, 2023 yılında 55 ülkeye 207.786.281 dolar değerinde 221 ton safran'ın ihraç edildiğini açıklamıştır (mojnew.com, 2024). Yemeklere kattığı lezzetin ve aromatik dengenin yanı sıra İran'da en pahalı baharat türü olarak bilinmektedir. Bu ürün yazları kurak ve kışları ılıman subtropikal iklimlerde yetişmeye uygundur (Tasnimnews, 2021). "İran Gümrük Sözcüsü Latifi" ye göre İran 2019 yılında 324 ton Safran'ı 60 ülkeye ihraç ettiklerini açıklamıştır" (İrna.ir, 2021). Negin Safranı, Sargol Safranı ve Pushal safranı birinci kalite safran olarak bilinmektedir. Bu safran türleri İran'ın ihraç ettiği ürünler arasında ilk sırada yer almaktadır.

Görsel 5: İran’da En Çok Tüketilen Safran Türleri
Nagin Safranı Sargol Safranı Pushal Safranı



Kaynak: maahto.ir, 2018 Kaynak: mahchin.net, 2021 Kaynak: mahchin.net, 2021

İranlılar, mutfaklarına bağlı, sadık insanlardır. İran mutfak kültürü ulus aşırı bir niteliğe sahiptir. İran mutfağının ulus aşırı bir niteliğe sahip olmasında İran restoranlarının önemli bir yeri bulunmaktadır. İran restoranları kimlik yönelimli kültür akışının devamlılığı esasına göre işleyen kamusal alanlardır. Kimlik yönelimli bu mekânsal alanları İranlılar göç ettikleri ülkelerde korumayı sürdürmüştür (Chehabi, 2003). Bu durum İranlıların taşıdıkları kültürel miras niteliğindeki yemek yapma alışkanlıklarını başka toplumlara yayma eğiliminde olduklarını bunun sonucunda ise etnik mutfağın göç edilen bölgelerde gelişim göstereceği söylenebilir. Etnik mutfak kavramı her ne kadar baskın hegemonik ve güç ilişkileri ile ötekiler üzerinde bir bastırma süreci olarak değerlendirilse de bu kavrama farklı perspektiflerden bakan araştırmacılar da mevcuttur. Etnik mutfak, başka etnisiteye bağlı olanlarla olmayanlar arasındaki mücadele unsuruna göre gelişimini sürdürmektedir (Grosalik ve Avieli, 2023).

İran’da sofranın kültürü oldukça katıdır ve İranlılar ister rejim taraftarları olsun isterse çağdaş ve modern olsun sofranın kültürüne oldukça önem verir. Sofra kültürlerinin kökeni ise; 1671’li yıllara kadar uzanmaktadır. İranlıların ilk sofranın kültürünü anlatan kitap (bir bölümde) Muhammed Bagir Al Majlisi tarafından kaleme alınan “Hilyat al Muttageen” adlı külliye dir. Bu külliye nin bazı bölümlerinde yemek yeme kurallarını ve nezaket biçimlerini anlatmaktadır. Ayrıca bu kitapta cuma günleri sarımsak ve soğan gibi yiyeceklerin yenmesinin iyi bir görgü kuralı olmayacağı da anlatılmaktadır.

İranlıların sofranın kültüründe sofranın dekoru ve tasarımı da her zaman önemli bir konu olmaktadır. Sofradaki bardaklar, sürahiler ile diğer unsurlar nazik ve kibar renk tonlamaları ile süslenir. Bu durum sofranın bereketi ve Allah’a olan şükür niyetine gerçekleşir.

Safevi döneminde Aşçılık (**Ashpazi Doreh- ye Safevi**) adlı kitap İran yemek kültürünü, pişirme tekniklerini ve çeşitli yemek tarifleri içeren önemli bir kaynaktır. Bu kitap İraj Afshar tarafından kaleme alınmış olup, Şah İsmail (1501-1524) ve Şah Abbas (1588-1629) dönemlerine ait yemek pişirme ve yemek tariflerini kapsayan önemli bir yapıttır (karaketab.com, 2023).

Görsel 6: İraj Afshar Tarafından Kaleme Alınan (Ashpazi Doreh-ye Safevi) Kitabı

1. Baskı

5. Baskı



Kaynak: karaketab.com, 2024

Kaynak: soroushpub.com, 2024

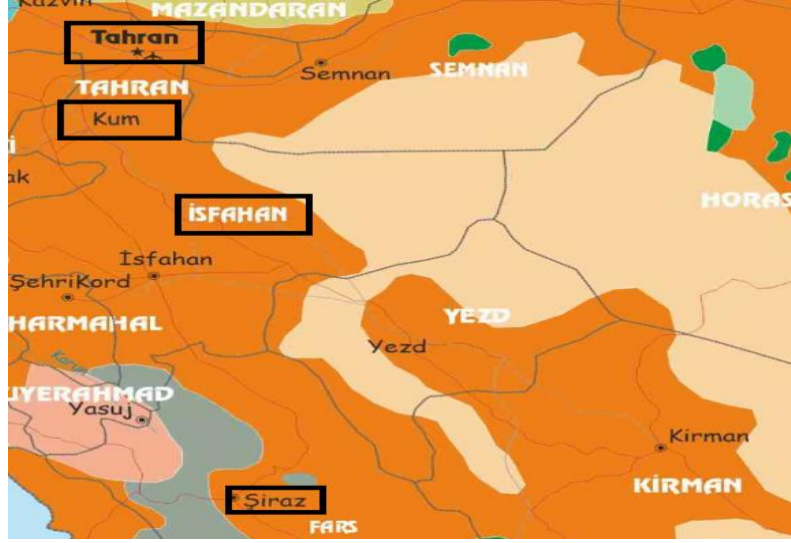
İranlı bir diğer yemek kitabı ise Nurullah Tabah ve Cemaleddin Yahya bin Hüseyin tarafından kaleme alınan “Aşçılık ve Şekerleme Üzerine İki Risale” adlı eserdir. Buna ek olarak Kaçar döneminde ismi bilinmeyen anonim bir yazar tarafından “**Jamae al-Sana’i**” adlı eserde İran’da yemek ve yemek kültürünü aktaran yazılı metinlerden biridir (foodculture.ir, 2023).

Kaçar soyundan gelen Nadir Mirza “İran Yemekleri” adlı kitabında Kaçar döneminde yer alan tüm mutfak ürünlerini detaylı bir şekilde derlemiştir. Kitapta Kaçar döneminde yemek yeme adetleri, ritüelleri, tıbbi bilgiler, sofraya kültürü ve İranlıların ünlü yemekleri tek bir kaynaktan toplanmıştır (eghtesadgardan.ir, 2011). 2019 yılında Ahmed Mücahid tarafından bu kitap tekrar düzenlenmiştir (ibna.ir, 2018).

Görsel 7: Nadir Mirza’nın Kitabesinden Bir Görünüm

Kaynak: foodculture.ir. (2023)

İran mutfağında “Abghosht” et suyu yemeğidir. Doyurucu özelliği ile orta kesim tarafından yoğun olarak tüketilmektedir. Düğünlerde, dini törenlerde, Cuma namazı sonrasında toplanan cemaate ikram edilen garnitür olarak tüketime sunulan bir gastronomik üründür. Hamedan, İsfahan, Şiraz, Tahran, Meşhed ve Kerman gibi bölgelerde tüketim oranı yüksektir.

Görsel 8: Abgoosht Gastronomik Ürünün Tüketim Haritası

İran mutfağında Kafkas yemeklerinin izleri yoğun bir şekilde görülmektedir. Bu gastronomik ürünlerin genellikle et ve et ürünleri ile yapıldığı bilinmektedir. Kafkas usulü tavuk ve et yemekleri, genellikle yoğurt eşliğinde tüketilmektedir. (nokteci.ir, 2023). Kıymalı Kafkas yemeği bu ürünlerden birisidir. Abgoosht Safeviler döneminde saray yemeği olarak bilinmektedir (blog.okala.com, 2021).

İran ile özdeşleşen ve kimlik kazanan pek çok kebab çeşidi bulunmaktadır. Bu kebab türleri İran'a özgü pişirme teknikleri, baharat kullanımı ve karakteristik özelliği ile dikkate değer emek ürünleridir. Chelow kebab uzun süre pişirilmiş pirinç ile birlikte servise sunulmaktadır. Chelow kebabı, tereyağı, sumak tozu, soğan, biber kızartması, safran, baharatlar, domates kızartması çeşitli soslar ile birlikte servis edilmektedir. Bu kebabın Kafkasya kökenli bir yemek olduğu bilinmektedir.

Anlatılara göre; Kaçar kralı Nasır El Din Şah'ın en sevdiği yemek türü dana, kuzu ya da koyun eti ile yapılan ve Kafkasya'dan getirilen Chelow kebabıdır. Bu kebab şu anda İran'ın en sevilen tariflerden biridir (Fallahi, 2017). Chelow kebabı İranlıların çeşitli baharatlarla, pirinç eleme, kaynatma süreleri, yemeğe eklenen diğer soslarla günümüzde İran mutfağının en tanınan ve bilinen bir ürünü halini almıştır. İran'da fazla tüketilen ve besin değeri yüksek İran mutfağına özgü diğer kebab türü ise Joojeh kebabıdır. Joojeh Kebab, dövülmüş/parçalanmış tavuk parçaları, safran ve limon ile tüketilen bir üründür. Bu kebab türü, safranla tatlandırılmış ve genellikle kömür ızgarasında pişirilmiş geleneksel bir tavuk kebabıdır. Joojeh genç tavuk anlamına gelmektedir ve bu kebab kaliteli sızma zeytinyağı ile mükemmel bir lezzete sahip olmaktadır. Dilimlenmiş ya da rendelenmiş soğan bu kebab türünde yoğun olarak kullanılmaktadır. Ayrıca Barg (yaprak) kebabı İran'ın en eski geleneksel kebablarından biridir ve geçmiş İran'da üst sınıf tarafından tüketilen bir gastronomik üründür. Bu kebab türünün pahalı olmasının nedeni ise koyun etinden yapılmasıdır (cookingcounty, 2023). Günümüzde yaprak kebabı tavuk eti ile yapılmaktadır. Safran, baharatlar, soğan, pirinç ve salata ile muazzam bir bütünlük oluşturmaktadır. Bu kebab türünün lezzetli olması sıvı yağların dengeli kullanımı ile olmaktadır. Diğer bir kebab türü olan Torsh Kebab ise İran'ın kuzey illerinde yaygın olarak tüketilmektedir. Sarımsak ve nar sosunun yoğun kullanılmasından dolayı ekşi kebabı adını almaktadır.

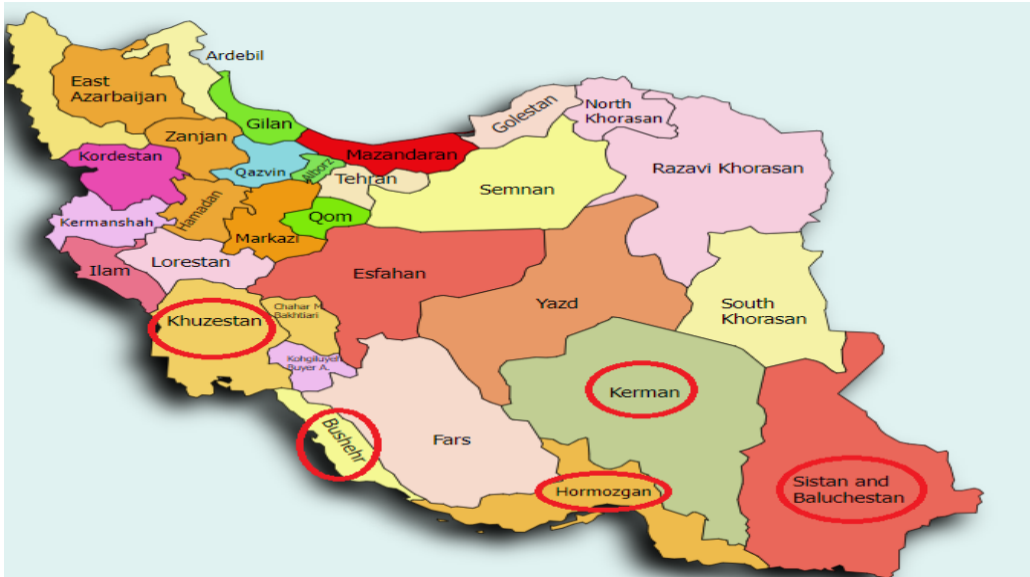
İran mutfağında güveç tüketimi de oldukça yaygındır. İran güveçlerinde dana, sığır ve kuzu eti daha fazla tercih edilmektedir. Khoresh Kangar (Enginar Güveci), geleneksel İran yemeğidir. Enginar güvecinin kronolojik tarihi hakkında bir bilgi olmamakla birlikte, dana, sığır ya da kuzu eti ile gerçekleştirilen bir yemektir. Dana, sığır ya da kuzu eti ile soğan, safran, limon, nar suyu, zerdeçal, kırmızıbiber, domates salçasının kombinasyonu ile şekil alan bir güveç çeşididir. Bu yiyeceğin yanında salata ve pirinçte tercih edilmektedir. Khoresh garch (Mantar Güveci), mantarla yapılan geleneksel İran güvecidir. Mantar güveci, soğan, sarımsak,

safran, limon suyu ve zeytinyağının karıştırılması ile elde edilmektedir. Yemeğe lezzet katması için yumurta sarıları da ilave edilebilmektedir. Yapımı oldukça kolay ve zahmetsizdir.

Müslüman ülkelerde olduğu gibi İran toplumunda da hurma ve helva önemli bir yere sahiptir. İran'da ölümün ve kayıpların ritüelleri “yas merasimleri” adı altında gerçekleşmektedir. Hurma ve helva kaybedilen kişinin mutluluğu için tüketilmektedir. Hurma için çerçeveselenen diğer bir temsil boyutu ise; hurmanın “yeniden dirilişi ve canlılığı” ifade etmesidir. “Hurma ağacının Nil ve Fırat nehirlerinin kıyı şeridindeki topraklardan geldiğine inanılmaktadır” (foofel, co, 2023).

Hurma üretimi İran ekonomisi için hayati bir öneme sahiptir. Birleşmiş Milletlerin Gıda ve Tarım Örgütünün yıllık hurma üretimi verilerine göre; İran 1,3 milyon ton hurma üretimi dünya ülkeleri arasında üçüncü sırada yer almaktadır (UN's Food and Agriculture Organization, 2021). İran'da en fazla üretim Kirman eyaletinde gerçekleşmekte onu Sistan Beluçistan, Buşehr, Hürmüzgan ve Yezd şehirleri izlemektedir (agripres.ir, 2023). Mazafati hurmaları Huzistan eyaleti ile bilinmektedir ve İran'ın Avrupa'ya ihraç ettiği önemli bir hurma çeşididir. “Medijools hurmaları, Fas kökenli bir hurmadır ve 1970'li yıllarda Kaliforniya' dan İsrail'e getirilmiştir” (fruitrop, 2016). “Hurmaların kralı” olarak adlandırılan Medijools hurmaları” (crystaldates, 2023), İran kadar İsrail içinde önemli bir ihraç ürünü olarak bilinmektedir.

Görsel 9: İran Hurma Üretimi Haritası



Kaynak: agrinet.ir, 2023

Tablo 1: İran ve İsrail Mutfagında Geleneksel Nitelikteki Gastronomik Ürünler

İsrail (1)	Bal, İncir, Nar,	Armut, Nohut,	Buğday, Arpa,	Zeytin, Hurma,	Hurma Balı
İran (1)	Helva, Hurma,	Pirinç, Ekmek,	Buğday		

İsrail ile İran mutfagında yer alan geleneksel nitelikteki gastronomi ürünler yukarıda listelenmiştir. Yapılan inceleme ve araştırma sonucuna göre İsrail mutfagında yer alan geleneksel nitelikteki gastronomi ürünlerin İran mutfagina göre daha fazla olduğu açıkça gözlemlenmiştir. Yahudi kültüründe “nar” bereketi, bolluğu, bilgeliği ve güzelliği simgeleyen bir gastronomi ürünüdür. Yahudi kültüründe “nar kabuğunu yedi” sözü, Tevrat öğrencisi Haham Meir'i anlatan Talmud'dan gelmektedir. Yahudiler arasında “Şarkıların Şarkısında güzelliği ve parlaklığı tanımladığı için nar, İsrail topraklarının kutsandığı yedi türden biridir. Şarkıların Şarkısı,

İlahiler Şarkısı ya da Süleyman'ın Şarkısı olarak bilinmektedir. Yahudilere göre bu şiir kitabesi Tanrı'nın İsrail'e olan sevgisini sembolize etmektedir (bac.org.il, 2023).

İncil'de ve Yahudi kaynaklarında “incir ağacı” barışı, huzuru ve güvenliği simgelemektedir. Yahudiler arasında İncir ağacına duyulan saygı önemli bir göstergedir. Çünkü incir ağacı Yahudilerin tarihsel süreç içerisinde geçirdikleri zorlu mücadeleleri de sembolize etmektedir. Etiyopyalı Yahudilerin İsrail'e göç etmeden önceki zorlu yaşam serüvenini anlatan ve yönetmen Almvark Davidian tarafından film endüstrisine kazandırılan “İncir Ağacı” filmi tüm Yahudiler tarafından özümsemiştir.

İran kültüründe helva yüz yıllar süren bir kültürel geçmişe sahiptir ve İranlılar arasında önem arz etmektedir. İran'da helva cenaze merasimleri, ramazan, muharrem ve İmam Hüseyin için matem törenlerinde kullanılmaktadır. Bu nedenden ötürü helva İran'da baskın olarak hüznü temsil etmektedir. İranoloji Vakfı Başkanlığı görevini yürüten Abbas Ghabari, helva'nın tarihsel köken olarak İran'a özgü bir ürün olduğunu ifade etmiştir. Ghanbari, helvanın tarihsel kökenine ilişkin şu ifadeleri kullanmıştır: “Garhan adında, yakınlarının ölüm tarihlerini yazdıkları bir defterin varlığından söz edilmektedir, Esfand'ın yirmi altısında un, yağ ve hurma kullanarak bu defterleri hazırlamışlardır. Halen İran kültürümüzde bulunan kuru helvanın bir yeri ve önemi vardır. Ardından defteri açıp ölenlerin isimlerini vererek bir miktar un alıp helvaya döktüler, Zagros bölgesinde bu gelenek hala devam etmektedir, Bakhtiari ve Lernshin bölgelerinde ise ayın son cuma günü helva pişirilmekte ve bu gelenek sürdürülmektedir” (radiogoftogoo.ir. (2020). Ölümünden sonraki hayatta ölenlerin bu ürüne ihtiyaç duyduklarını da ifade eden Ghanbari, bu ürünün bir anma yemeği olarak nitelendirilebileceğini ifade etmektedir.

“Mazandaran helvaları İran'ın en eski kültürel geçmişe sahip olan helva türleri olarak bilinmektedir. Kara Helva ve Esbe helvaları Mazandaran vilayeti ile tescillenmiş olup, bu ürünlerin tüketim koşulları hala devam etmektedir. Kara Helva ve Esbe helvaları “kültürel ve ulusal miras” listelerine eklenmiştir” (İsna.ir, 2023).

Görsel 13: Esbeh Helvasından Bir Görünüm



Kaynak: İsna.ir, 2023

Ekmeğin, başta Müslüman toplumları olmak üzere tüm toplumların yaşamında uzun zamandan beri var olan ve vazgeçilmez rolü ile ön plana çıkan gastronomik bir üründür. Ekmeğin konusu ve içeriği ile ilgili birçok atasözü ve deyim, önemi nedeniyle halk arasında popüler hale gelmiştir. İranlılar arasında “Ekmeğin getirenin imanını sorgulama”, “Bir ekmeğin ye, Yüz ekmeğin ver” deyişi- atasözü ekmeğin İran için temsiliyet boyutunun anlaşılması noktasında önemlidir. İranlılar için ilk ekmeğin ne zaman, nerede ve nasıl yapıldığına ilişkin kesin bilgiler bulunmamaktadır. Buğday ve arpa gibi ürünlerin ise Asurlar döneminde ekilmeye başlandığı ve bu dönemle birlikte ilk ekmeğin pişirme kültürünün İran'da oluşmaya başladığı çeşitli çevrelerce ifade edilmektedir. Ekmeğin fırınlarının Kaçarlar döneminde popülerliğini artırmıştır.

Ekmeğin, günlük yemek sofraları, adak sofraları, dua sofraları, ritüel sofraları ve bunların dışında tüm İran sofralarında kutsal bir gastronomi ürünü olup, birçok dini ve ritüel törende önemli bir yere sahiptir. İran kültürüne göre ekmeğin sofranın bereketidir. Büyüklerin ninnilerinde de yer bulan ekmeğin İranlılar arasında kutsaliyetin sembolleri arasında yer almaktadır. Atasözlerinden dualara ve Fars şiir ve düzyazısının büyük eserlerine kadar sözlü edebiyatta ekmeğin önemli bir yeri bulunmaktadır (hamshahrionline.ir, 2023). Kum'un Dastgerd köyünde Ramazan aylarında çörek otlu lavaş ekmeğinin üretimi ve tüketimi bir ritüele dönüşmüştür

(qompajoohi.ir, 2022). Benzer ritüellerde İran'ın diğer eyaletlerinde mevcuttur. Taftan ekmeği İran'da köklü bir geçmişe sahip olmasının yanında kırsal alanlarda daha fazla tüketim oranına sahip bir ekmeğin çeşidi olarak bilinmektedir. Ali Blokbaşı taftan ekmeği ile ilgili şu ifadeleri kullanmıştır: Eskiden köylerde taftan ekmeğini kadınlar yapardı, bugün bile köy taftancılarının bir kısmı kadındır. Taftan pişirme araç ve gereçleri de ufak farklılıklarla aynı eski köy formunda bırakılmıştır (İsna.ir, 2017). Taftan ekmeğinin tarihsel kökeni ile ilgili net bir bilgi bulunmamaktadır.

Görsel 14: Yerli Halkın Taftan Ekmeğini Pişirme Stili ve Sangak Ekmeği Üretim Koşullarını Gösteren Görsel İçerik



Kaynak: İsna.ir, 2017 kaynak: behinehnaan.vcp.ir, 2024

Tablo 2: İran ve İsrail Geleneksel Ekmeklerinin Karşılaştırılması

Ülke	Ekmek Adı	Ekmekğin Tarihçesi	Ekmekğin Niteliği	Ana Malzemeler
İsrail (1)	Challah	15.yüzyıl (Doğu Avrupa)	Örgülü bayram ekmeğidir. Dini törenlerde ve şenliklerde tüketilmektedir.	Bayaz Un Su Tuz Maya Tatlandırıcılar
İran (1)	Sangak Ekmeği	Sasani/Safeviler	Yassı ve ince ekmektir. Tam buğday unundan yapılır. Kepekli un kullanılmaktadır.	Beyaz Un Su Tuz
İran (2)	Barbar Ekmeği	Kaçarlar	Ekşi maya parçalarından yapılır. Sabah kahvaltılarında tüketilmektedir.	Beyaz Un Kuru Maya Susam Yağ Şeker Tuz

Yukarıdaki tabloda İran ve İsrail'e has geleneksel ekmeklerin karşılaştırılması yapılmış ve bu ekmeklerin tarihçesi ve niteliği üzerinde durulmuştur. Tarihsel kökeni tam olarak bilinmeyen ekmeğin türleri tabloya dahil edilmemiştir. Tabloya göre İran'da Sangak ekmeğinin kronolojik tarihçesi Sasaniler dönemine kadar uzanmaktadır. Sangak, üzerine susam, çörek otu gibi tohumlar veya her ikisinin karışımı serpilerek lezzetli hale getirilen geleneksel ekmeğin türlerinden biridir. Sangak ekmeği çakıl taşları üzerinde pişirilen bir sokak ekmeği olarak ortaya çıkmıştır. Sangak ekmeği İranlılar tarafından "milli ekmeğin" olarak nitelendirilmektedir. Sangak ekmeğini anlatan ilk yapıt, 1356 yılında Roghani tarafından kaleme "Sangak Fırını ve Sangak Ekmeğinin Bilgi ve Kültür Koleksiyonu" olarak literatürde geniş bir yer edinmiştir. Bu ekmeğin önceleri "haşhaş" kullanımı ile üretilip, tüketilirken günümüzde haşhaş kullanımı yasaklanmıştır.

Barbar ekmeği de İranlılar arasında tarihsel bir geçmişe sahip olan geleneksel bir ekmeğin türü olarak bilinmektedir. Barbar ekmeğinin tarihçesi Kaçarlar dönemine kadar uzanmaktadır. Ekşi maya parçalarından yapılan Barbar ekmeği İranlılar tarafından genellikle sabah öğünlerinde tüketilmektedir. Lavaş ekmeği de İran'da yoğun olarak tüketilen bir ekmeğin türü olarak bilinmektedir. Ancak Lavaş ekmeğinin kökeni Ermenistan'a ait olup, Ermenistan bu ekmeği UNESCO'ya kendi ülkelerinin tarihi ekmeği olarak tescil ettirmeyi başarmıştır. İki ülke arasında sahiplik konusunda dikkate değer herhangi bir kriz durumu ortaya çıkmamıştır. Ancak bu gastronomik ürünün tescillendirilmesi hususunda Ermenistan ile Azerbaycan arasında kayda değer kriz durumları ortaya çıkmıştır.

Challah ekmeği ise İsrail'e özgü örgülü bir bayram ekmeği olarak bilinmektedir. Bu ekmeğin tarihsel kökeni 15.yy'da Doğu Avrupa'da yaşayan Aşkenaz Yahudilerine kadar uzanmaktadır. Challah ekmeği ilk olarak sokak ekmeği olarak ortaya çıksa da İsrail ve diğer Yahudi mahallerinde bu ekmeğin fırınlarda üretilmeye başlanmıştır. İsrail'de dini bayram ekmeği olarak da bilinmektedir.

Tablo 3: İsrail ve İran Mutfağının Etkilendiği Mutfaklar

Ülke	Etkileyen Ülke	Coğrafi Yakınlık	Nitelik
İsrail (1)	Lübnan	506 km	Komşu- Tarihsel İlişkiler
İsrail (2)	Filistin	54 km	Komşu- Tarihsel Bağlılık
İsrail (3)	Suriye	754 km	Komşu- Tarihsel İlişkiler
İsrail (4)	Türkiye	840 km	Kültürel ve Tarihi Yakınlık
İsrail (5)	Yunanistan	921 mil	Komşu- Ticari faaliyetler
İsrail (6)	Doğu Avrupalı Yahudiler	-	Kültürel ve Irki faktörler
İsrail (7)	Yemen	2221	Tarihi temas
İran (1)	Kafkasya Mutfağı	-	Tarihi, Kültürel ve Ekonomik etkinlikler
İran (2)	Türkiye	295 km (Van)	Komşu-Ticari ve Kültürel nedenler
İran (3)	Yunanistan	2596 km	Ticari faaliyetler

Yukarıdaki tabloda İsrail ve İran mutfağının doğrudan etkilendiği mutfaklar listelenmiştir. Tabloya göre İsrail mutfağı coğrafi konumundan dolayı Lübnan, Filistin, Suriye, Doğu Avrupalı Yahudi topluluklardan ve Yemen mutfağından doğrudan etkilenirken, Türkiye ve Yunanistan mutfağından kısmi oranda etkilenmiştir. İran mutfağının en çok etkilendiği mutfak ise Kafkasya mutfağıdır. İran'da yoğun olarak tüketilen etli yemeklerin pek çoğu Kafkasya mutfağına aittir. İran mutfağı kısmi oranda Türkiye ve Yunanistan mutfağından da etkilenmiştir.

Tablo 4: İsrail ve İran'da Yasaklı Gastronomi Ürünlerin Kategorilendirilmesi

Ülke	Yasaklı Ürünler	Yasaklanma Kriterleri
İsrail (1)	Kabuklu Deniz Ürünleri	Dini Etkenler
İsrail (2)	Domuz Eti	Dini Etkenler
İsrail (3)	Sekiz çeşit çekirge dışında uçan hayvanlar haramdır.	Dini Etkenler
İsrail (4)	Yeni Dikilen Bir Ağacın Meyvesinin ilk üç yıl tüketimi haramdır.	Tarihi ve Dini Nedenler
İsrail (5)	Deve Eti	Dini Nedenler
İsrail (6)	Yırtıcı Kuşlar	-
İsrail (7)	Et ve Süt aynı öğünde Tüketilmemektedir(Dini Bayram)	Dini Nedenler
İran (1)	Alkol	Dini Nedenler
İran (2)	Domuz Eti	Dini Nedenler
İran (3)	Haşhaş	Dini Nedenler

Yukarıdaki tabloda İsrail ve İran'da yasaklı konumda bulunan gastronomik ürünlerin listeleri sunulmuştur. Genel olarak değerlendirildiğinde İsrail'de dini nedenlerden ötürü yasaklanan gastronomik ürünlerin İran mutfağından fazla olduğu açıkça gözlemlenmiştir.

Tablo 5: İsrail ve İranlıların Bayramlarında Tükettikleri Geleneksel Ürünlerin Değerlendirilmesi

Ülke	Bayram Adı	Tüketilen Ürünler	Niteliği
İsrail (1)	Şavout	Süt ve Süt ürünleri (Peynirli Krep) (Peynir Dolgulu Hamur Tatlıları)	Dini ve kültürel bir bayramdır.
İsrail (2)	Şabat	Ekmek (Challah Ekmeği) Balık Hamurlu tatlı Ürünleri	Dini ve kültürel bir bayramdır. Dünya üzerindeki Yahudilere özgüdür.
İsrail (3)	Fısıh Bayramı	Mayasız Ekmek	Dini bir bayramdır.
İsrail (4)	Roş Aşana	Kuzu Balık Hurma Hamurlu Tatlılar	Dini ve kültürel bir bayramdır.
İran (1)	Kurban Bayramı	Et ve Et ürünleri	Dünyadaki Müslüman toplumlarına özgü bir dini bayramdır.
İran (2)	Ramazan Bayramı	Hurma Tatlı ve Tatlı çeşitleri Halim Ash Reshteh , Sholeh Zard	Dünya üzerindeki Müslümanlara özgü dini ve kültürel bir bayramdır.
İran (3)	Aşure	Hurma Nazri Yemekleri Koresh Gheyeh Ghormeh Sabzi Sholeh Zard (macun)	Dini
İran (4)	Nevruz Bayramı	Ashe reshteh (Çorba)	Dini ve kültürel bir bayramdır.

Yukarıdaki tabloda İsrail ve İran milletlerinin geleneksel bayram-şenlik, festivalleri ve bu geleneksel günlerde tüketme eğiliminde oldukları gastronomik ürünlerin listeleri ortaya konulmuştur. Elde edilen araştırma verilerine göre İsraililerin dini ve kültürel bayram-şenlik- festival sayıları İranlılara göre fazladır. Ek olarak İranlıların bayramları ve özel günleri tüm Müslümanların ortak bir değeri iken, İsraililerin ortaya koydukları bu özel günler sadece dünya üzerindeki Yahudilere özgü bir niteliktedir. İranlılarda ekmek her ne kadar önemli bir gastronomik simge olsa da ekmeğin merkezi konumda bulunduğu bir dini ritüele rastlanılmamıştır. Fakat Yahudiler arasında Tanrıya şükür niyetinde gerçekleştirilen pek çok özel günlerde ekmek önemli bir sembolik figür olarak karşımıza çıkmıştır.

Tablo 6: İsrail ve İran için Kabul Gören İlk Gastronomik Kitapların Listesi

Ülke	Yazar Adı	Kitap Adı
İsrail (1)	Dr. Erna Meyer-	“How to Cook in Palestine”
İsrail (2)	İsrail Tadmor Aşçılık Okulu	The Flavours of Israel (Ranta, 2015)
İran (1)	Nurullah Tabah ve Cemaleddin Yahya bin Hüseyin-	(Aşçılık ve Şekerleme Üzerine İki Risale)
İran (2)	Nadir Mirza-	(İran Yemekleri)
İran (3)	Iraj Afshar-	Safevi döneminde Aşçılık (Ashpazi Doreh- ye Safevi)
İran (4)	Muhammed Bagir Al Majlisi-	«Hilyat al Muttageen»
İran (5)	Sayed Dawood Rogani-	(Sangak Fırını ve Sangak Ekmeğinin Bilgi ve Kültür Koleksiyonu)

Yukarıdaki tabloda İsrail ve İran için kabul görmüş ilk gastronomik kitapların listelerine yer verilmiştir. Araştırma verilerine göre İran’da ilk gastronomik kitapların İsrail’e oranla daha fazla olduğu sonucu açıkça gözlemlenmiştir. İran’da ilk gastronomik kitapların büyük çoğunluğunun Kaçarlar ve Safeviler dönemine ait oldukları ortaya çıkmıştır. İsrail’in kurulduğu (1948) yılından bu yana Yahudi mutfağına ilişkin ortaya çıkan gastronomik ürünlerin yeteri oranda olmadığı ve bunun nedeni olarak Yahudilerin tarihsel olarak karmaşık bir süreçten geçtikleri, bu süre zarfında kültürel etkileşim seyrinde yaşanan etkileşim yoğunluğuna bağlı olarak toplama bir ürün yelpazesine sahip olabileceği düşünülebilir.

Sonuç

İran mutfağını ve kültürünü yansıtan ilk gastronomik ürünler Kaçarlar ve Safeviler döneminde ele alınmıştır. Bu yazıtlarda İran sofrası kültürü, yemek pişirme esasları ve dönemin tüketim ortamını yansıttığı ifade edilebilir. Kaçarlar ve Safeviler döneminde ülkeye çeşitli yollarla giriş yapan bazı bitkilerle tüketim ortamının canlandırıldığı ve bu bitkilerden elde edilen ürünlerin İran mutfağına entegre edildiği bilinmektedir. İran mutfağında et ve et ürünleri ile tüketime sunulan gastronomik ürünlerin önemli bir yer tuttuğu, çeşitli baharatlar ve tozlarla birlikte bu ürünlerin tüketildiği ortaya konulmuştur. Araştırma sürecinde İran ve İsrail mutfaklarında uzun süreli pişirme tekniklerinin uygulandığı ve her iki ulusunda çiğ, ya da yarı çiğ gastronomik ürünleri tüketmedikleri, damak lezzetleri pişmiş ürünlere daha uygun olduğu saptanmıştır.

İran ve İsrail için dini ritüellerin ve pratiklerin gastronomik tüketimde temel belirleyici bir unsur olduğu ve tüketim koşullarının bu dini öğretiler çerçevesinde gerçekleştirildiği ifade edilebilir. İsrail’de kutsaliyet atfedilen gıdaların kamusal ve politik alanda görünürlüğü İran’ın geleneksel ürünlerine göre daha fazladır. İran geleneksel gastronomik ürünler genellikle dini ritüellerin ön planda olduğu dönemlerde görünürlük kazanmaktadır. İran mutfağı, pişirme teknikleri ve gastronomisi üzerine yazılan yapıtların köklü bir geçmişi vardır. Bu durum İranlıların mutfak kültürlerine sadakatini ortaya çıkarmaktadır. İsrail’de ise mutfak kültürleri ile ilgili yazılan yapıtların günümüze daha yakın yapıtlar olduğu sonucuna varılmıştır. Bunun nedenleri arasında İsrail’in yerel bir mutfak üretimi sürecinde Aşkenaz Yahudilerinin diğer Yahudi gruplarla farklı segmentasyonda mutfak üretimini ortaya koymaları gösterilebilir. Ayrıca dünya Yahudilerinin tek bir mutfak ve mutfak kültürü üzerinde uzlaşamamaları/birbirinden habersiz olmaları da diğer bir neden olarak düşünülebilir. Fakat 1980 ve 1990’lı yıllarla birlikte İsrail mutfağı adından söz ettirmeye başlamıştır.

Genel itibarı ile söylenebilir ki, İran’a özgü bir kimlik kazanmış olan geleneksel ürünlerin daha çok et ve et türlerinden meydana geldiği, İsrail’de ise genellikle geleneksel olarak kabul gören gıdalarla bu ürünlerin kimlik kazandıkları ortaya çıkmaktadır. Hem İran hem de İsrail’de tüketilmesi yasaklanan gastronomik ürünlerin dini etkisi büyüktür. Yani din gastronomik ürünlerinin tüketim ve üretim koşullarını belirleyen önemli bir araçtır. Kafkasya mutfağı İran mutfağının füzyon bir mutfak olmasında etkilidir. İranlılar Kafkas mutfağından et ve et

ürünleri ile yapılan gastronomik ürünleri benimsemişlerdir. Diğer mutfaklardan kısmi bir etkilenme söz konusudur. İsrail mutfağı İran mutfağına göre daha geniş bir coğrafi yayılımdan etkilenmiştir. İsrail mutfağı kültürel etkileşim sonrasında pek çok gastronomik ürünü kendi ürünü gibi ifade ederek gastronomik kriz ortamlarını yaratmıştır. İran ise gastronomik krize neden olabilecek bir kriz ortamı içerisine doğrudan girmemiştir. Elde edilen bilgilere göre İsrail ve İranlıların yarı ve tam pişmiş ürünleri tüketme eğiliminde oldukları açıkça gözlemlenmiştir.

Kaynakça

- Bober, P. P. (2014). Antik ve Ortaçağda Sanat, Kültür ve Mutfak. (Çeviren: Ülkün Tansel). 2. Baskı. Kitap Yayınevi: İstanbul.
- Bromberger, C. (2020). Gilân (Northern Iran) Cuisine Specificity. *Anthropology of the Middle East*. 15(2): 47-54. doi: 10.3167/ame.2020.150205.
- Çakıroğlu, F. (2007). İran'ın Yemek Kültürü Gelenek ve Görenekleri, Türk Mutfağı ile Karşılaştırılması. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 35 (1): 41-45.
- Grosglik, R., ve Avieli, N. (2023). The rise and demise of Ashkenazi cuisine in Israel/ Palestine: The marginalization of the foodways of a hegemonic ethnicity. *History and Anthropology*, 11-22. Routledge.
- Güleç, C. (2015). Thorstein Veblen ve Gösterişçi Tüketim Kavramı. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 38 (1): 62-82.
- Hall, M., ve Mitchell, R. (2001). *Tourism and Gastronomy*. (Ed. Anne- Mette Hjalager ve Greg Richards). 5 içinde: *Tourism as a force for gastronomic globalization and localization*. Routledge.
- Karikazi, M. V. (2016). Ethnic and traditional Iranian rice-based foods. *Journal of Ethnic Foods*, 3(2): 1-14. doi: 10.1016/j.jef.2016.05.002.
- Mammadli, B. (2013). Yahudilikte Beslenme Kuralları: (Kaşerut). (Danışman: Prof. Dr. Ahmet Güç). Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi. Bursa.
- Ranta, R. (2015). Re-Arabizing Israeli Food Culture. *Food Culture & Society*. 18 (4): 611- 627.
- Smith, P ve Riley, A. (2016). *Kültürel Kurama Giriş*. (Çeviren: Selime Güzelsarı ve İbrahim Gündoğdu). Dipnot Yayınları: Ankara.
- İnternet Kaynakları**
- Agrinet.ir. (2023). ارقام مختلف خرما در ایران. <https://agrinet.ir/iran-date-palm-guide/> adresinden erişim sağlanmıştır. (13.05.2024).
- Agripress.ir. (2023). نگاهی وضعیت تولید خرما-ایران / http://agripress.ir/07.06.2023(adresinden erişim sağlanmıştır.
- bac.org.il. (2023). להי הי האבה: עשר עובדות על שיר השירים. <https://www.bac.org.il/blog/?postID=13638> (12.05.2024). Adresinden erişim sağlanmıştır.
- Bahraman.com. (2024). ایران در زعفران مصرف مسرانه طبق 20% آمار، 20% در حال 20% حاضر، بیش از 20% از 20% تن 20% است. <https://bahraman.com/shop/blog/103/#:~:text=|20%تن20%از20%بیش20%حاضر،20%در20%حال20%آمار،20%طبق20%است>. Adresinden erişim sağlanmıştır. (13.05.2024).
- behinehnaan.vcp.ir. (2024). تاریخچه نان سنگک. <https://behinehnaan.vcp.ir/18395> - adresinden erişim sağlanmıştır. (11.03.2024).
- Bje.org (2023). <https://bje.org.au/knowledge-centre/israel/symbols-of-israel/7-species/> (02.06.2023). adresinden erişim sağlanmıştır.
- blog.okala.com. (2021). <https://blog.okala.com/types-of-iranian-abgoosht/> adresinden erişim sağlanmıştır (13.05.2024).
- Chen, N. (2012). טיפים-איך לעבור-את-הג-שבועות-בשלום-6. <https://netadieta.com/6-טיפים-איך-לעבור-את-הג-שבועות-בשלום-6/> (07.06.2023). adresinden erişim sağlanmıştır.

- Compasstravelisrael.com (2023). Useful information before traveling to Israel <https://compasstravelisrael.com/useful-information-before-traveling-to-israel> (21.06.2023). adresinden erişim sağlanmıştır.
- cookingandcooking.com (2009). (Fereni Iranian Pudding). <https://www.cookingandcooking.com/recipe.php?recname=Fereni> (21.06.2023). adresinden erişim sağlanmıştır.
- Dadfar, K. (2020). Persian Food's Beginners Guide: 13 Dishes You Must Try: <https://www.wanderlust.co.uk/content/best-persian-food/> (22.06.2023). adresinden erişim sağlanmıştır.
- Delicious.com (2020). Malabi (Israeli milk pudding) with almond and strawberry <https://www.delicious.com.au/recipes/malabi-israeli-milk-pudding-almond-strawberry-recipe/g31suvob> (02.07.2023). adresinden erişim sağlanmıştır.
- eghtesadgardan.ir. (2011). آداب و قیمت غذای ایرانیان در دوره قاجار + تصاویر. <http://eghtesadgardan.ir/fa/news/3067/> (22.06.2023). adresinden erişim sağlanmıştır.
- foodculture.ir. (2023). کتاب خوراک‌های ایرانی در زمان قاجار. <https://foodculture.ir/food-culture/> (20.07.2023) قاجار. adresinden erişim sağlanmıştır.
- Foofel.co. (2023). Iranian Dates Nutrition Facts. <https://foofel.co/iranian-dates-nutrition-facts/> (02.06.2023). adresinden erişim sağlanmıştır.
- Foofel.co. (2023). Mazafati Dates. <https://foofel.co/portfolio-item/mazafati-dates/> (02.06.2023). adresinden erişim sağlanmıştır.
- Freebik.com (2023). Passover Meal Images <https://www.freebik.com/free-photos-vectors/passover-meal> (21.06.2023). adresinden erişim sağlanmıştır.
- Grablewski, A. (2018). "Challah". <https://www.onceuponachef.com/recipes/challah.html> (22.07.2023). adresinden erişim sağlanmıştır.
- Hammad, S. (2011). Israel's falafel food fight. (Aljazeera). <https://www.aljazeera.com/features/2011/3/12/israels-falafel-food-fight> (07.07.2023). Adresinden erişim sağlanmıştır.
- Hamshahrionline (2021). خوراکی‌هایی که از دوره قاجار ایرانی شدند اسپیز زمینی و گوجه‌فرنگی از کجا آمدند؟ <https://www.hamshahrionline.ir/news/650436/> خوراکی‌هایی که از دوره قاجار ایرانی شدند سیب زمینی و گوجه‌فرنگی (21.06.2023). adresinden erişim sağlanmıştır.
- Hamshahrionline.ir. (2023). در نوازدهمین نشست مرکز تهران‌شناسی همشهری با عنوان «نان آن سال‌ها» مطرح شد. <https://www.hamshahrionline.ir/news/786932/> چرا نان نزد ایرانیان مقدس است-نان در ادبیات شفاهی و فرهنگ (13.05.2024). adresinden erişim sağlanmıştır.
- Hamshahrionline (2023) <https://www.hamshahrionline.ir/news/531567/> شرح غذاهای ایرانی به قلم شاهزاده قاجار کارنامه خورش و - (21.06.2023) . (زندگی). adresinden erişim sağlanmıştır.
- Hamshahrionline.ir. شرح غذاهای ایرانی به قلم شاهزاده قاجار | کارنامه خورش و زندگی روزمره ایرانیان
- İ24news.tv (2015). An end to the falafel war?. <https://www.i24news.tv/en/news/international/culture/94394-151203-an-end-to-the-falafel-war> adresinden erişim sağlanmıştır. (15.05.2024).
- İrna.ir. (2021). درصد زعفران ایران در سال ۹۹ به پنج کشور صادر شد ۷۹. <https://www.irna.ir/news/84324655/> درصد زعفران ایران در سال ۹۹ به پنج کشور صادر شد (21.07.2023) . adresinden erişim sağlanmıştır.
- İsna.ir. (2017). نانی که شهری شد. <https://www.isna.ir/news/97051005930/> نانی که شهری شد (23.05.2024). adresinden erişim sağlanmıştır.
- İsna.ir. (2017). نانی که شهری شد. <https://www.isna.ir/news/97051005930/> نانی که شهری شد (11.04.2024). adresinden erişim sağlanmıştır.
- İsna.ir. (2023). حلوا با قدمتی بیش از یک قرن ۱۴۰۲۰۸۲۵۱۸۲۷۴. <https://www.isna.ir/news/1402082518274> حلوا با قدمتی بیش از یک قرن ۲ (24.04.2024). adresinden erişim sağlanmıştır.
- Jr.co.il (2023). <https://jr.co.il/stamps/7species-stamps.htm> (02.06.2023). adresinden erişim sağlanmıştır.
- karaketab.ir. (2024). <https://www.karaketab.com/کتاب-نایاب/کتاب-آشپزی-دوره-صفوی/> adresinden erişim sağlanmıştır (13.05.2024).
- <https://www.karaketab.com/کتاب-نایاب/کتاب-آشپزی-دوره-صفوی/> (28.07.2023). adresinden erişim sağlanmıştır.
- Lazkani, S. (2020). Lebanon Holds the Guinness World Record For The Biggest Hummus Bowl. (The 961.com). <https://www.the961.com/hummus-world-record/> (08.07.2023). adresinden erişim sağlanmıştır.
- Maahto.ir. (2018). خرید زعفران-نگین صادراتی با قیمت روز. <https://maahto.ir/> خرید زعفران-نگین صادراتی (17.05.2024). adresinden erişim sağlanmıştır.

- Massad, J. (2021). The Theft of the Palestinian Cuisine. <https://alarabinuk.com/en/the-theft-of-the-palestinian-cuisine/> (22.07.2023). adresinden erişim sağlanmıştır.
- Mojnews.com. (2024). Iran's considerable saffron export in last year. <https://www.mojnews.com/Section-economy-4/553618-iran-considerable-saffron-export-in-last-year> adresinden erişim sağlanmıştır (18.05.2024).
- noktechi.ir. (2023). طرز تهیه خوراک قفقازی. <https://noktechi.ir/7180-khorak-ghafghazi/> (01.06.2023). adresinden erişim sağlanmıştır.
- Npr.org. (2016). Give Chickpeas A Chance: Why Hummus Unites, And Divides, The Mideast. <https://www.npr.org/sections/thesalt/2016/07/18/483715410/give-chickpeas-a-chance-why-hummus-unites-and-divides-the-mideast> (21.06.2023). adresinden erişim sağlanmıştır.
- qompajoohi.ir. (2022). رمضان در فرهنگ مردم روستای دستگرد قم، پخت نان مخصوص بیست و هفتمی. <http://qompajoohi.ir/> - رمضان در - <http://qompajoohi.ir/> adresinden erişim sağlanmıştır (14.05.2024).
- Radiogoftogoo.ir. (2020). حلوا، خوراکی که از ایرانیان باستان به یادگار مانده. <http://radiogoftogoo.ir/newsDetails/?m=175116&n=1108721> (13.05.2024). adresinden erişim sağlanmıştır.
- s-ge.com (2018). İran: Import Ban on more Than 1,300 Product. <https://www.s-ge.com/en/article/news/20183-import-ban-iran?ct> (21.06.2023). adresinden erişim sağlanmıştır.
- saroushpub.com. (2024). <https://www.saroushpub.com/fa/news/726/> کتاب-آشپزی-دوره-صفوی-انتشارات-سروش/ adresinden erişim sağlanmıştır. (14.05.2024).
- <https://www.saroushpub.com/fa/news/726/> کتاب-آشپزی-دوره-صفوی-انتشارات-سروش/ Adresinden erişim sağlanmıştır. (22.07.2023).
- Takrecipe.com (2023). <https://takrecipe.com/56-abgoosht-recipe/> (02.06.2023). adresinden erişim sağlanmıştır.
- Tappersia (2023). Muharram – One of the Muslims Sacred Months. <https://www.tappersia.com/muharram/> (21.07.2023). adresinden erişim sağlanmıştır.
- Tasnimnews. (2020). What Foods Iranians Eat during Ramadan? <https://www.tasnimnews.com/en/news/2020/04/26/2251770/what-foods-iranians-eat-duringramadan#:~:text=In%20Iran%2C%20fantastic%20stews%2C%20sweets,any%20dinner%20table%20during%20Ramadan.> (02.07.2023). adresinden erişim sağlanmıştır.
- Tasnimnews. (2021). معرفی کامل زعفران ایرانی. <https://www.tasnimnews.com/fa/news/1400/02/25/2503215/> -معرفی کامل- (21.07.2023). Adresinden erişim sağlanmıştır.
- the961.com. (2020). Lebanon Holds the Guinness World Record For The Biggest Hummus Bowl. <https://www.the961.com/hummus-world-record/> (06.06.2023) adresinden erişim sağlanmıştır.
- Walfish, D, B. (2023). Why “Passover”? On the True Meaning of Pesah-פסח. <https://www.thetorah.com/article/why-passover-on-the-true-meaning-of-pesah> (The Toran). (02.06.2023) adresinden erişim sağlanmıştır.
- Whatscooking.com (2023). Ashkenazi Flavors. <https://whatscooking.art/en/ashkenazi-flavors> (21.07.2023). adresinden erişim sağlanmıştır.
- yjewishlearning.com (2023). Passover: What is not Ok to Eat on Passover. <https://www.myjewishlearning.com/article/what-is-not-ok-to-eat-on-passover/> (02.07.2023). adresinden erişim sağlanmıştır.
- Ynet.com. (2020). מנייני החצרות של הקורונה: המדריך השלם לתוקע בשופר. <https://www.ynet.co.il/judaism/article/ByEnufZrP> (21.04.2024). adresinden erişim sağlanmıştır.

Social Barriers Against Implementation of Tourism Planning: Case Study of Sapanca

Turizm Planlamasının Uygulanmasının Önündeki Sosyal Engeller: Sapanca Örneği

Vahit Oğuz KİPER¹

Öz: Sakarya'nın Sapanca ilçesi son yıllarda önemli bir destinasyon olarak öne çıkmaktadır. Bununla birlikte bölgede turizmin olumlu ve olumsuz etkileri de belirgin bir şekilde hissedilmeye başlanmıştır. Bu makale, Sapanca destinasyonu özelinde turizm planlarının uygulanmasını engelleyen sosyal engellerin incelenmesine odaklanmaktadır. Kolektif bir bağlamda turizm politikalarının genel faydaları artırmak için neden etkili bir şekilde uygulamaya geçilemediği ve sosyal unsurların nasıl engel teşkil ettiğini açıklamayı amaçlamaktadır. Bunun için çalışmada katılımcı olmayan gözlem tekniği kullanılmıştır. Araştırmacı, bireylere ve vakalara doğrudan müdahale etmeden mevcut literatürden içgörüler elde ederek sahada uzun vadeli, objektif gözlemler gerçekleştirmiştir. Sapanca örneğinde, yerel halkın, işletmelerin ve kamu otoritelerinin, kolay ekonomik kazanımların cazibesi nedeniyle turizm planlarının uygulanmasına yönelik sosyal bir engel teşkil ettiği açıkça görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Turizm politikaları, turizm planları, turizm gelişimi, sosyal engeller, Sapanca*

Abstract: Sapanca, a district in Sakarya, has emerged as a significant destination in recent years. Alongside, both the positive and negative impacts of tourism have become markedly noticeable in the region. This article focuses on the examination of social barriers hindering the implementation of tourism policies, specifically in Sapanca destination. It aims to elucidate why, in a collective context, tourism policies cannot be effectively executed to enhance the overall benefits and how social elements act as impediments. To achieve this, the study employs the technique of non-participatory observation. The researcher conducted long-term, objective observations in the field, drawing insights from existing literature without direct involvement with individuals and cases. In the case of Sapanca, it becomes apparent that the local community, businesses, and public authorities pose a social barrier to the implementation of tourism policies due to the lure of easy and substantial economic gains.

Keywords: *Tourism policies, tourism planning, tourism development, social barrier, Sapanca*

Geliş Tarihi/Received Date: 15.05.2024
Kabul Tarihi/Accepted Date: 27.06.2024
Yayımlanma Tarihi / Published Date: 08.07.2024

Atıf/Citation: Kiper, V. O. (2023). Turizm planlamasının uygulanmasının önündeki sosyal engeller: Sapanca örneği. *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 5(2), 47-54.

¹ Dr. Öğr. Üyesi. Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, e- posta: oguzkiper@subu.edu.tr, ORCID No: 0000-0001-5558-2341

1. Introduction

Strategic planning is considered a significant activity within organizations (Whittington and Cailluet, 2008). However, it is observed that there is a limited interest in the field of tourism management within the tourism literature. One of the academics aware of this gap mentions that "strategic management in tourism literature receives relatively little attention" (Athiyaman and Robertson, 1995). Similarly, Soteriou and Roberts (1998) point out the low priority of tourism management in the tourism literature.

This situation does not align with the perception of tourism planning. Many academics working in the field of tourism planning argue that tourism developed as an unplanned activity in the last four to five decades (Inskip, 1991). Until the 1960s, tourism was evolving without a systematic planning consciousness (Tosun and Jenkins, 1996).

Gunn (1994), emphasizing the importance of tourism planning, explains the necessity of tourism planning with five fundamental reasons. Firstly, the societal impacts of tourism, both positive and negative aspects, should be taken into consideration. Second, due to increased competition among tourism destinations, strategic planning becomes even more critical. Third, tourism is a complex and multifaceted phenomenon, thus requiring careful planning and management. Fourth, tourism can harm natural and cultural resources, emphasizing the need for planning in terms of sustainability. And last, tourism affects everyone living in any environment, making the participation of the local community in tourism planning inevitable.

The main objective of this article is to examine why, despite the abundance of destination planning theories and knowledge in the tourism literature, they have not been successfully implemented at the practical level. Despite the rich theoretical foundation in the field of tourism, we aim to focus on the practical challenges and deficiencies encountered in tourism planning and management in the field. By understanding why these theories in tourism planning have not yielded the desired results, our goal is to provide a framework for developing more effective tourism management strategies.

Sapanca is a touristic town of Sakarya region, Türkiye. It was only logical to choose Sapanca destination for the research since the town has shown significant development and grown rapidly in recent years as a tourism destination in Türkiye. Sapanca Lake is a natural attractiveness with the green surrounding of the town and one other major reason for Sapanca to become popular is being close to mega city Istanbul which is nearly 1 hour away. With numerous bungalow options and camping sites, Sapanca is facing lots of negative and positive impacts of tourism.

1.1. Rationale of the Research Subject

Tourism is a sector of significant global importance, with economic, social, cultural, and environmental impacts. Tourist destinations are the focal points of tourism, and planning these destinations is a critical factor for their sustainable development. Tourism planning involves the creation of strategies to shape the future development of these destinations, while destination planning aims to implement these strategies in the field. This conceptual framework will address the fundamental relationship between tourism planning and destination planning, explaining key concepts in the literature and the primary focus of this study. Additionally, it examines how these two concepts complement each other to understand why tourism planning theories have not succeeded in practice.

1.2. Tourism Planning

Tourism planning has emerged out of the need to manage and sustainably develop the tourism sector, considering its economic, social, cultural, and environmental impacts (Bianchi, 2018; Goeldner and Ritchie, 2007; Lohmann and Netto, 2016). Effective implementation of this planning process is vital for minimizing the negative effects of tourism and promoting sustainable tourism practices (Almeida, Costa, and Silva, 2017; Bianchi, 2018). Simultaneously, tourism planning is designed to maximize the benefits of tourism for local communities and efficiently manage tourism resources (Ampong, 2018; Gibson, 2009). In this context, planning can be evaluated as a collection of ideas and principles aimed at controlling the spatial distribution over time (Inskip, 1991; Gunn and Var, 2002). Tourism planning has the potential to offer long-term benefits to both businesses and local communities by ensuring the sustainable development of tourist destinations.

The importance of tourism planning extends beyond effective management of tourist destinations; it also holds significant strategic importance in terms of community involvement and environmental sustainability. The growth of tourism provides new opportunities for local economies but simultaneously increases pressure on natural and cultural resources. Therefore, tourism planning aims to ensure that local communities derive maximum benefits from tourism while minimizing environmental damage. This planning process influences the long-term success of businesses in the tourism sector and promotes collaboration between local governments and civil society organizations responsible for managing tourist destinations, creating a culture of participation and sharing that encompasses a broader section of the community. Within this framework, tourism planning is considered an important tool for achieving both economic and social sustainability by promoting balanced growth of tourism and meeting the expectations of various stakeholders.

Despite the rapid growth of tourism, tourism planning studies have not kept pace and have not adequately adapted to practical applications, failing to contribute as expected to the development of tourism science (Costa, 2001). This was initially the case when tourism planning was limited to physical and economic projects. Early tourism plans were created in isolation and did not consider the consequences or environmental impacts of tourism activities (Yüksel, 2002). However, different approaches were developed in the field of tourism planning, and six basic planning approaches were identified: sustainable development, systematic, integrated, inclusive, ongoing, and flexible approaches (Tosun and Jenkins, 1996). One of these approaches, the inclusive planning approach, highlights four fundamental elements of tourism planning: goal setting, identifying policy alternatives, comparing input-output values, and implementing decisions (Yüksel, 2002).

Tourism planning encompasses the process of setting future goals, creating strategies, and making choices from among alternatives (Mills and Morrison, 1998:264). This process aims to offer an enhanced and enriched customer experience and satisfaction, increase economic and business success, and integrate local communities and regions while promoting the sustainable development of tourism (Gunn and Var, 2002). Tourism planning has the potential to provide long-term benefits to both tourism businesses and local communities by encouraging the sustainable development of tourist destinations. In this context, tourism planning aims to strike a balance by promoting the balanced growth of the tourism sector and meeting the expectations of various stakeholders while creating a harmonious and sustainable environment.

2. Method

2.1. Research Paradigm:

This research adopts an exploratory paradigm, aiming to gain in-depth qualitative insights into the social and cultural dynamics of tourism development in Sapanca, Türkiye.

2.2. Data Collection:

Non-participatory observation served as the primary data collection method. Between March 2021 and August 2023, the researcher directly observed the selected setting on weekdays and weekends at different times of day to capture diverse experiences. Observation technique is a widely used data collection method in the social sciences, in which the researcher systematically records the behaviors, interactions, and cultural characteristics of individuals in a specific social setting by being present in that environment (Yıldırım and Şimşek, 2018). The observer's role is a significant factor in this technique and determines how participative or non-participative the researcher is in the observed environment. Four different observation techniques shape the observer's role: complete participant observation, participant observation, semi-participant observation, and complete observer observation (Büyüköztürk, et al, 2016). The data obtained through the observation technique is recorded using field notes or observation forms. Field notes are notes written by the researcher in their own words, describing their observations, while observation forms aim to systematically record observation results based on predetermined criteria (Karasar, 2017: 157-158).

The observation technique has great potential in understanding the social context and obtaining in-depth data (Corti et al, 2014). This method may be more time-consuming and costly compared to big data usage but provides researchers with comprehensive analysis through rich and detailed data (Jagadish et al., 2014). However, the data collection process with the observation technique also comes with ethical responsibilities. Researchers must protect the privacy of the individuals they observe, obtain their consent, and take care not to harm them (Gahi, et al, 2016).

2.3. Setting and Participants:

The focus area was the central district of Sapanca, encompassing areas popular with tourists (lakefront promenade, souvenir shops, restaurants) and those frequented by locals (markets, residential neighborhoods). Observations targeted specific groups, including:

- Tourists: Solo travelers, families with children, young couples, and senior travelers were among the observed groups.
- Locals: Long-term residents, young adults, and shopkeepers were observed to understand their perspectives on tourism development.

Observation Focus Points:

- Tourism-related activities: Observation centered on how tourists engaged with various activities (boat tours, souvenir shopping, dining, lakefront strolling).
- Local businesses: Interactions between tourists and local shopkeepers, cafes, and restaurants were observed to understand economic and cultural exchange.
- Resident perspectives: Observations involved informal conversations with locals to capture their feelings towards tourism development, its impact on their lives, and their interactions with tourists.
- Infrastructure and superstructure: Changes in the built environment, including new hotels, restaurants, and shops, were documented to assess the physical landscape's transformation due to tourism.
- Tourist-local interactions: Specific attention was paid to observe everyday interactions between tourists and locals in public spaces, markets, and tourist sites to understand the nature and frequency of these encounters.

2.4. Data Recording and Analysis:

Field notes were used to capture detailed observations in the researcher's own words, including dialogues, nonverbal cues, and descriptions of the setting and atmosphere. Observations were later analyzed using thematic coding to identify recurring patterns, themes, and key insights relating to the research questions. To ensure reliability and validity, triangulation of data through diverse observation points and informal interviews with locals was employed.

3. Findings

When observing and evaluating the social barriers to the development of tourism in Sapanca, it has become evident that these barriers can be categorized into two main groups: the local population and the public authorities. To enhance the comprehension of the findings, it is deemed appropriate to present them under two distinct headings.

3.1. Social Barriers Arising from the Local Population

The social barriers to the implementation of tourism policies in Sapanca, arising from the local population, can be further divided into two distinct periods for a better understanding. In the early period, Sapanca's local population and local entrepreneurs were introduced to tourism. During this period, visitors were mainly day-trippers from neighboring provinces and Middle East Gulf Region visitors who began to visit Turkey during that time. In this period, restaurants, souvenir shops, and large-scale accommodation businesses were the pioneers in benefiting from tourism. Additionally, local government policies in the city started to change towards tourism, transforming Sapanca from a suburban town to a tourism center and altering its image.

It is estimated that in the early period, the local population of Sapanca felt the effects of tourism to a limited extent. Although traces of that period can be found, it was not directly observed by the researcher. In the mature period, the development of tourism has accelerated significantly, and the effects of tourism have become more tangible. With the mature period, there has been a rapid increase in the number of accommodation and food and beverage businesses in Sapanca. Simultaneously, promotional and marketing activities related to tourism have intensified, and Sapanca has become a well-known destination regionally.

These developments have led to an increase in property prices in Sapanca. Two factors have been observed to play a significant role in this increase. First, the demand for land for new investments has significantly increased the value of the land and property owned by the local population. Second, due to the rapidly increasing demand for tourism, especially given the favorable geographical structure of the region, day-to-day house rental and bungalow-type accommodations have become widespread. This increase in property values has led to a significant financial gain for individuals selling or renting out their properties.

This situation is seen as the most significant social barrier to the implementation of tourism policies in Sapanca. Property values in the region have increased two to four times more than in other cities, independent of inflation trends and the increase in the value of assets nationwide. The unexpected and relatively effortless income increase has created resistance among the local population to continuing tourism activities at any cost.

Another essential barrier to the effective implementation of tourism policies is the ease with which businesses can earn substantial income due to the high spending power of tourists. The majority of tourists visiting Sapanca come from the Gulf Region of the Middle East and from Istanbul. Due to the exchange rate and the high income levels of tourists from the Gulf Region, the costs of services such as food and beverage, accommodation, souvenir shopping, transportation, and car rentals in Turkey are very attractive to them. Furthermore, most of the visitors from Istanbul are individuals with limited time but high spending power, often working in high managerial positions or owning businesses with high returns. They choose to visit Sapanca because of its proximity to Istanbul, natural beauty, and privacy. This explains the generosity of domestic tourists from Istanbul when it comes to spending money.

Both of the aforementioned groups of visitors are eager to spend money, enticing local businesses to easily earn high income. This situation has led to a faster increase in prices for food and beverages, car rental and transportation services, accommodation fees, daily necessities, construction maintenance and repair labor and material prices compared to other cities. As a result, the local population wants to protect this easy and relatively high income at any cost.

3.2. Public Authority-Originated Social Barriers

Public authorities in Sapanca, which include local municipalities, district governors, and local offices with jurisdiction limited to the Sapanca area, play a critical role in the social barriers associated with tourism development. These public institutions are reliant on the local social and economic dynamics in Sapanca and acting independently or against their interests would be irrational.

As tourism activities matured, as previously mentioned, the local community expressed a strong determination to sustain this movement at any cost. This situation significantly limits the maneuvering space for local municipalities, which are directly responsible for the local residents. Nevertheless, the need for investments to cater to the demand brought about by tourism activities has increased the revenues of the municipality. Enhancing a city's infrastructure, environmental regulations, expanding social facilities, and creating recreational areas are among the standard duties of any municipality. However, these responsibilities not only generate a relatively low income for the municipality but also incur significant expenses. However, in Sapanca, this changed in tandem with the maturation of tourism. Increased land usage, land sales, and other factors have significantly boosted the municipality's revenue, and infrastructure and superstructure investments began to serve not only the local residents but also the tourists. This has accelerated the economic return of the municipality's expenditures. Moreover, the municipality could carry out the investments and expenditures it is obligated to make without experiencing significant income losses. This holds true not only for the municipality but also for local offices and public institutions. The firm determination of the local community has a considerable impact, making it challenging for public institutions to oppose the will of the local residents.

4. Discussion

Tourism planning in emergent countries is mainly focused on supply and market. Tosun and Timothy (2001) maintain that infrastructure and building such physical improvements as hotels have reinforced planning in underdeveloped countries. Tourism planning only concerns with the opening of the new branch of hotels or refining transportation infrastructure to ease access. There is an inefficient use of inadequate resources and the use of development that prioritizes economic development. The impacts of tourism development on the social, cultural, and environmental areas are ignored. This summary of lack of vision fits with the overall situation in

Sapanca region as the findings show. Especially; social, cultural and environmental impacts of tourism are either have little importance or ignored completely by the ones who benefit from tourism economically.

Cultural barriers in the literature include the history of colonialism (Sarr et al., 2020) and community awareness (Adebayo & Butcher, 2021; Wanner & Pröbstl-Haider, 2019). Other cultural barriers include mistrust (Adebayo & Butcher, 2021), power disparities (Kala & Bagri, 2018; Wanner & Pröbstl-Haider, 2019), unequal distribution of costs and benefits (Nguyen et al., 2020), and conflict of interests (Wanner & Pröbstl-Haider, 2019). Among these; community awareness, power disparities, unequal distribution of costs and benefits are worth mentioning for this paper according to findings. One can reach the conclusion that locals in Sapanca have little awareness about the sustainability of tourism and the region or even no awareness at all. Also, considering public-authority oriented barriers within this paper, being in charge comes with heavy responsibilities in both way, to the public and to the environment itself even it conflict with locals' short-term interests. Unequal distribution of costs and benefits is also one of the major concerns that this paper highlights in Sapanca region. Some locals gain unexpected financial benefits directly or indirectly while some others face the consequences of wicked activities related to tourism.

Tosun and Timothy (2003) discusses the arguments for and against community participation in tourism development, and suggests that social barriers such as lack of education, awareness, trust, and representation can prevent local people from having a meaningful role in tourism planning and decision making. Likewise, according to findings, this paper supports to question the effectiveness or even participation of locals within tourism decision-making processes.

5. Conclusion

Tourism activities bring both physical, economic, and social benefits and drawbacks. Increasing these benefits and minimizing the negatives is possible by adopting the right tourism policies and plans. However, in some cases, priorities and interests change. This study attempts to identify the social barriers that hinder the effective implementation of tourism policies and plans in Sapanca, primarily focusing on the local residents' ability to easily generate high income from housing, local businesses dealing with visitors with high spending capacity, and public authorities creating barriers for tourism policies due to increased revenues and the pressures and demands of the local community.

The concept of local residents refers to the general population living in the region. Individuals' needs range from simple to complex, and these needs are easily understandable. Until an individual's economic needs are met, it cannot be expected that they will prioritize more complex ecological and aesthetic needs. Therefore, it is entirely understandable that local residents overlook environmental and social negative effects when facing the opportunity to easily generate high income. Similarly, local businesses, established to make a profit, are operated or employed by members of the local community. Given their purpose to make a profit, they should not be expected to voluntarily accept regulations that could deprive them of their income. Local public institutions exist to meet the needs of the local community and provide services. Moreover, these institutions are accountable to the local community directly through democratic elections. Therefore, it should not be expected that they take steps contrary to the interests of the local community.

Despite all these justifications, it is not concluded that the social barriers to the implementation of tourism policies in Sapanca are logical and correct. The purpose of tourism policies is to maximize the social, economic, and physical benefits of tourism and make it sustainable. However, expecting individuals to make rational and long-term decisions on complex issues that require coordinated work from various scientific disciplines and experts is not right. Therefore, leaving decisions on such issues to the current will and interests of the local community can result in increased harm in the long run.

Theoretical Implications: The study reveals how entrenched power structures within local communities can act as social barriers to sustainable tourism policies. It sheds light on the need for recognizing and addressing power imbalances between residents, businesses, and authorities for effective policy implementation. The research suggests exploring alternative narratives for promoting sustainable tourism that resonate with local communities. Emphasis on immediate financial benefits might be less effective than highlighting long-term community well-being, cultural preservation, and environmental protection.

Practical Implications: Paper reveals that designing tourism policies that share economic benefits more equitably among local residents, businesses, and public authorities can reduce resistance to implementation. Engaging local communities in tourism planning through interactive workshops, stakeholder forums, and citizen panels can increase buy-in for sustainable policies. Also, one may try to explore alternative income sources for residents beyond tourism, such as supporting local agriculture, promoting cultural heritage, and developing creative industries. It might be useful to implement financial incentives or tax breaks for businesses that adopt sustainable practices, such as energy efficiency, waste reduction, and responsible resource management.

References

- Adebayo, A. D., & Butcher, J. (2021). Constraints and drivers of community participation and empowerment in tourism planning and development in Nigeria. *Tourism Review International*, 25(2), 209-227.
- Almeida, J., Costa, C., & Da Silva, F. N. (2017). A framework for conflict analysis in spatial planning for tourism. *Tourism Management Perspectives*(24), 94-106.
- Ampong, A. (2018). Historical trajectories of tourism development policies and planning in Ghana. *Tourism Planning and Development*, 1957-2017.
- Athiyaman, A., & Robertson, R. W. (1995). Strategic planning in large tourism firms: an empirical analysis. *Tourism Management*, 16(3), 199-205.
- Bianchi, R. (2018). The political economy of tourism development: a critical review. *Annals of Tourism Research*(70), 88-102.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E. A., Ş, K., & Demirel, F. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Corti, L., Eynden, V. V., Bishop, L., & Woodlark, M. (2014). *Managing and Sharing Research Data. A Guide to Good Practice*. Essex: Sage Publishing.
- Costa, C. (2001). An emerging tourism planning paradigm? A comparative analysis between town and tourism planning. *International Journal of Tourism Research*, 3(6), 425-441.
- Gahi, Y., Guennoun, M., & Mouftah, H. T. (2016). Big data analytics: security and privacy challenges. *IEEE Symposium on Computers and Communication* (s. 952-957). Messina: ISSC.
- Gibson, C. (2009). Geographies of tourism: critical research on capitalism and local livelihoods. *Progress in Human Geography*, 33(4), 527-534.
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. B. (2007). *Tourism Principles, Practices, Philosophies*. John Wiley & Sons.
- Gunn, C. A. (1994). *Tourism Planning: Basic Concepts, Cases*. New York: Taylor and Francis.
- Gunn, C. A., & Var, T. (2002). *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*. London: Routledge.
- Inskeep, E. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Jagadish, H. V., Gehrke, J., Labrinidis, A., Papakonstantinou, Y., Patel, J., Ramakrishnan, J. M., & Shababi, C. (2014). Big data and its technical challenges. *Communications of the ACM*, 57(7), 86-94.
- Kala, D., & Bagri, S. C. (2018). Barriers to local community participation in tourism development: evidence from mountainous state Uttarakhand, India. *Tourism*, 66(3), 318-333.
- Karasar, N. (2017). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Lohmann, G., & Netto, A. P. (2016). *Tourism Theory: Concepts, Models and Systems*. Wallingford: CABI.
- Mills, R. C., & Morrison, A. M. (1998). *Tourism Systems: An Introduction Text* (3 b.). Iowa: Kendall Hunt Publishing.
- Nguyen, H. V., Diane, L., & Newsome, D. (2020). Kinh and ethnic tourism stakeholder participation and collaboration in tourism planning in Sapa, Vietnam. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 14(4), 579-597.

- Sarr, B., Gonzalez-Hernandez, M. M., Boza-Chirino, J., & Leon, J. (2020). Understanding communities' dissatisfaction to participate in tourism in protected areas: a social representational approach. *Sustainability*, 12(9), 3677.
- Soteriou, E. C., & Roberts, C. (1998). The strategic planning process in national tourism organizations. *Journal of Travel Research*, 37(1), 21-29.
- Tosun, C., & Jenkins, C. L. (1996). Regional planning approaches to tourism development: the case of Turkey. *Tourism Management*, 7(7), 519-531.
- Tosun, C., & Timothy, D. J. (2001). Shortcomings in planning approaches to tourism development in developing countries: The case of Turkey. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13(7), 352-359.
- Wanner, A., & Pröbstl-Haider, U. (2018). Barriers to stakeholder involvement in sustainable rural tourism development experiences from Southeast Europe. *Sustainability*, 66(3), 318-333.
- Whittington, R., & Cailluet, L. (2008). The craft of strategy. *Long Range Planning*(41), 241-247.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yüksel, F. (2002). *Inter-organisational Relations and Central-Local Interactions in Tourism Planning in Belek Turkey*. Sheffield Hallam University.

Türkiye’de Gastronomi ve Turizm Rehberliği Alanında Yapılan Çalışmaların Bibliyometrik Analizi

Bibliometric Analysis of Studies Conducted in the Field of Gastronomy and Tourism Guidance in Turkey

Hatice AKTÜRK¹, Nurten ÇEKAL²

Öz: Son yıllarda teknolojinin hızla gelişmesi ile birlikte gastronomi turizmine yönelik seyahatlerin arttığı bilinmektedir. İnsanlar seyahatlerinde yerel kültürleri ve yerel lezzetleri deneyimlemek istemektedir. Bu kapsamda turist rehberleri ülkenin tanıtım elçileridir. Turist rehberlerinin gastronomiye yönelik bilgi ve deneyimlerini arttırması ülkelerin veya bölgelerin yerel yiyecek ve içeceklerini tanıtımı açısından çok önemlidir. Bu araştırma gastronomi ve turist rehberliği ile ilgili yapılan çalışmaları incelemek üzere planlanmış ve yürütülmüştür. Çalışma 2015-2022 yılları arasında Türkiye’de yayınlanmış ulusal-uluslararası makale ve ulusal bildirilerden oluşmaktadır. Bu konuda 2015 yılı öncesine ait çalışmalara rastlanmamıştır. Bu çalışmada gastronomi ve turist rehberliğiyle ilgili yapılan çalışmalar incelenmiştir. Çalışmaların yayımlandığı dergiler arasında %63’ünün farklı dergiler olduğu görülmektedir. Yıllar itibari ile en çok çalışmanın yayımlandığı yılın %31 oranı ile 2020 olduğu görülmektedir. Çalışmaların yazar sayılarına bakıldığında ise bir yazarlı çalışmaların %44 oranı ile en yüksek orana sahip olduğu görülmektedir. Çalışmaların kaynakça sayısı incelendiğinde, en yüksek oranın %47 ile 21-40 arası kaynakça sayısına sahip olduğu görülmektedir. Çalışmaların atıf sayıları incelendiğinde en çok %73 oran ile 0-5 arası atıf aldığı görülmektedir. Diğer taraftan ele alınan çalışmalarda en çok tercih edilen sayfa aralığının ise %38 oranıyla 16-20 arası olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, turist rehberliği, bibliyometrik analiz

Abstract: It is known that travels for gastronomy tourism have increased with the rapid development of technology in recent years. People want to experience local cultures and local flavors during their travels. In this context, tourist guides are the promotional ambassadors of the country. It is very important for tourist guides to increase their knowledge and experience in gastronomy in order to promote local food and beverages of countries or regions. This study was conducted to examine the studies on gastronomy, a popular type of tourism in recent years, and tourist guidance. This research was planned and carried out to examine the studies conducted on gastronomy and tourist guidance. The study consists of national-international articles and national Decrees published in Turkey between 2015-2022. There are no studies on this subject before 2015. This study allows us to interpret the status of the literature on gastronomy and tourism guidance studies in terms of certain years. It is seen that 63% of the journals in which the studies were published are different journals. It is seen that the year in which the most studies were published was 2020 with a rate of 31%. Looking at the number of authors of the studies, it is seen that studies with one author have the highest rate with 44%. When the number of references of the studies is analyzed, it is seen that the highest rate is between 21-40 references with 47%. When the number of citations of the studies is analyzed, it is seen that the highest rate is between 0-5 citations with 73%. On the other hand, it was determined that the most preferred page range in the studies was between 16-20 with a rate of 38%.

Keywords: Gastronomy, tourism guidance, bibliometric analysis

Geliş Tarihi/Received Date: 25.09.2023

Kabul Tarihi/Accepted Date: 01.07.2024

Yayımlanma Tarihi / Published Date: 08.07.2024

Atıf/Citation: Aktürk, H. ve Çekal, N. (2023). Türkiye’de gastronomi ve turizm rehberliği alanında yapılan çalışmaların bibliyometrik analizi, *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 5(2), 52-62.

¹ Dr. Öğr. Üyesi. Pamukkale Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, e- posta: hakturk@pau.edu.tr, ORCID No: 0000-0002-1516-8469

² İlgili yazar/Corresponding author: Prof. Dr. Pamukkale Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, e- posta: ncekal@pau.edu.tr, ORCID No: 0000-0002-7596-9129

1. Giriş

Gastronomi, tarihsel süreç içerisinde insanoğlunun hayatında her zaman yer almasına rağmen, popüler kültürün de etkisiyle özellikle son yıllarda insanların merak duygularını harekete geçiren alanlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde insanlar, işin mutfak kısmı ile ilgilenen sektör çalışanlarından akademik araştırmalar yapan bilim insanlarına kadar uzanan süreçte gastronomi ile ilgili pek çok farklı kavramla karşılaşmaktadırlar (Akdağ, 2021). Gastronomi, tarihsel süreçte insanların yemek kültürünü, tükettikleri besinleri ve toplumların beslenme biçimlerinin günümüze kadar geçirdiği değişimleri araştıran ve sanatsal yönü de bulunan bir bilim dalıdır (Canpolat ve Çakıroğlu, 2015). Bir başka deyişle gastronomi, bir destinasyonun yemek kültüründe yapılan yiyecek ve içeceklerin, aynı coğrafi konumdaki ülkelerin veya destinasyonların yemek alışkanlıklarından farklı olarak, o destinasyonun servis teknikleriyle sunulmasıdır (Kivela ve Crotts, 2006: 355).

Turist rehberi, turistlere bir ülkenin kültürel değerleri konusunda bilgiler veren kişidir. (Koroğlu, 2013: 92). Turist rehberi, bir destinasyonu ziyaret ederken turistlerle etkileşime giren ve turistlere yerel kültürü öğreten ve rehberlik eden kişidir. Yerel kültürün aktarılmasında, mevcut mirasın yaşatılmasında ve turistlerin destinasyondan memnun kalmasının sağlanmasında çok önemli bir rol oynayan turist rehberleri destinasyon hakkında oldukça derin bir bilgiye sahip olmalı ve uzmanlaşmalıdır (Uslu ve Kiper, 2006; Ling vd., 2011). Turist rehberlerinin bir destinasyonda doyurucu bir hizmet verebilmesi o alanda uzmanlaşmasına bağlı olup bu durum destinasyondaki performansına da olumlu katkı sağlayacaktır (Koroğlu ve Gudu Demirebulat, 2017, s.63).

Son 10 yıllık dönem içerisinde gastronomi odaklı seyahatlerin yükselişe geçmesi gerek ulusal gerekse uluslararası ölçekte popülaritesinin artması, turizm sektöründe hizmet veren önemli paydaşlar ve sektörün vazgeçilmez dinamikleri arasında yer alan turist rehberlerini gastronomi alanına yönlendirmiştir. Turist rehberleri, rehberlik hizmeti verdikleri destinasyonların; doğal, tarihi ve kültürel değerlerinin turistlere aktarılmasında ve turistlerin destinasyondan memnun olarak ayrılmasında etkili olmalarının yanında destinasyonların mutfak kültürünün, gastronomik değerlerinin, yöresel yiyecek ve içeceklerinin tanıtılmasında, geliştirilmesinde ve sürdürülebilirliğin sağlanmasında da önemli rol oynamaktadırlar (Çetinkaya ve Aktürk, 2022).

2. Gastronomi Kavramı ve Gastronomi Turizmi

Yemek yemek yaşamın devamı için yapılan birkaç temel aktivitelerden biridir. Bu sebeple gastronominin tarihsel gelişimi ile insanlığın tarihsel gelişiminin paralel bir seyir izlediği söylenebilir (Belge, 2018). Gastronomi kavramından ilk olarak Arkestratus "Gastronomi" adlı şiirinde yer vermiştir. Gastronomi, 19.yüzyılda soyluların mutfaklarının gelişmesi ve yayılmasının sağlanması amacıyla bir meslek olarak görülmeye başlanmıştır. Buna ilaveten yemek ile ilgili Mısır, Roma ve Yunan uygarlıklarına ait yazılı kaynakların da olduğu bilinmektedir. İlk çağlarda yemek ile ilgili yazılı kaynaklara bakıldığında ise “Uzmanların Ziyafeti” ve “Apicius” gibi kitapları göze çarpmaktadır (Algün, 2016, s. 10). Gastronomi kavramı Joseph Berchoux’un 1801 yılındaki *Gastronomie ou L’Homme des champs a Table* (Gastronomi ya da Tarladan Sofraya İnsan) isimli çalışmasıyla birlikte literatüre geçmiştir Croze Magnan’ın *Gastronomie a Paris* (Gastronomi Pariste) isimli çalışması 1803 yılında basılarak literatüre katkı sağlamıştır (Larousse, 2005:395). 1825 yılında Jean Anthelme Brillat-Savarin tarafından yayınlanan “Tadın Fizyolojisi (Physiologie du Gout)” konulu araştırma gastronomi alanında yapılan ilk çalışmadır. Brillat-Savarin bu çalışmada duyu, tat ve yiyecek ve içecek tüketimi arasındaki ilişkiyi araştırmıştır (Brillat-Savarin 1994),

Gastronomi sözcüğü, Yunanca gastro-(karın) ile nomos-(kanun, yönetim) sözcüklerinden oluşmaktadır (Blank, 2003). Gastronomi, ulusal veya bölgesel yemekleri birbirinden ayıran ulusal veya bölgesel yiyeceklerin tüketim ve üretim şekillerini ve hazırlama pişirme yöntemlerini inceleyen bir bilim dalıdır (Kivela ve Crotts,

2005). Richards'a (2002) göre gastronomi, yiyeceklerin hazırlanması, pişirilmesi, servis edilmesi ve tüketilmesini yansıtmaktadır. Santich (2004)'e göre gastronomi, yiyecek ve içeceklerin tüketildiği yer, zaman ve tüketim şekliyle de ilgilenmektedir. Tanımlardan yola çıkarak Gastronomi, 2000'li yıllardan itibaren popüler kavramlardan biri haline dönüşerek, tüm dünyada daha geniş çevreler tarafından benimsenen ve akademik olarak çalışmaların yoğunlaştığı saygın bir disiplin olarak kabul görmeye başlamıştır (Akdağ, 2021).

Seyahat endüstrisi içinde uzun yıllardan beri ortaya çıkmaya çalışan Gastronomi turizmi ise, yemek ziyaretçilerinin ilgisini çekecek yerleri deneyimlemesi için en iyi yollarından biridir. Turistler, yeni yerler görme, farklı kültürlerle tanışmanın yanı sıra seyahat ettikleri yörelerin yemek kültürlerini de deneyimlemek ve tanımak istemektedirler (Kesici, 2012:35). Gastronomi turizmi, potansiyeli açısından ülke ekonomisine önemli katkılar sağlayabilecek bir turizm türüdür. Son yıllarda önemi giderek artan bu turizm türü, sadece yerel konaklama ve yeme-içme tesislerine değil, yerel tarım ve hayvancılıkla uğraşanlara da ekonomik faydalar sağlamaktadır. Yerel nüfusa gelir sağlamanın yanı sıra kaliteli ürünlerin yetiştirilmesine etki ederek ülke ekonomisinin sürdürülebilirliğine katkı sunmaktadır (Wolf, 2006: 21). Gastronomi turizmi tarım, kültür ve turizme dayalıdır. Bu üç unsur bölgenin cazibesini sağlamakta, turistlere farklı deneyimler yaşatmakta ve gastronomi turizminin geleceği için bölgeyi konumlandırma fırsatı sunmaktadır (Du Rand ve Heath, 2006). Gastronomi turizmi kapsamında turistlerin %70'i yerel yiyecekleri deneyimlemekte, yedikleri yerel yiyecek ve içeceklerin reçetelerini almakta, şarap vb. gibi yerel yiyecek veya içecekleri satın alarak arkadaşları ve ailelerine tanıtmaktadırlar. Böylece bölge ve ülkenin tanıtımına katkıda bulunmaktadır (Marzella, 2008).

3. Turist Rehberliği

Turist rehberi, turistlere bir destinasyon hakkında rehberlik eden, ziyaret edilen bölgenin doğal, tarihi ve kültürel güzellikleri hakkında bilgi veren, destinasyonu tam olarak tanıtan kişidir (İrigüler & Güler, 2015). Dünya Rehberler Federasyonu Örgütü (WFTGA) turist rehberini şu şekilde tanımlamıştır: "Ziyaretçilere seçtikleri dilde rehberlik eden, bölgenin kültürel ve doğal mirasını yorumlayan, bölgedeki ilgili kurumlar tarafından kabul edilen niteliklere sahip kişidir" (Başoda vd., 2018). Turist rehberleri, hem seyahat acentesi temsilcileriyle hem de destinasyondaki yerel halk ile iletişim kurmakta önemli rol oynayan kişidir (Luoh ve Tsaur, 2013: 116). Turist rehberleri, bir ülkeyi ziyaret eden turistlerin tatilden memnun ayrılmalarına, bölgeyi tekrar tercih etmelerine ve müşteri sadakatına büyük katkı sağlamaktadırlar. Ayrıca turistler tatil yaparken güvende olmak, gezdikleri bölge hakkında detaylı bilgiye ulaşabilmek, tatil yerindeki tüm turistik mekanlara belirli bir zaman dilimi ve bütçe dahilinde en iyi hizmete ulaşabilmek istemektedir (MEB, 2013).

Turist rehberliği, bir ülkenin tüm kültürel değerlerinin ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtılmasında kültür elçiliği misyonu üstlenen bir meslek olması nedeniyle oldukça önemlidir (Ap ve Wong, 2001, s. 552). Turist Rehberliği Hizmeti; 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu kapsamında düzenlenen 26/12/2014 tarih ve 29217 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği'nde "Yerli veya yabancı turistlerin, Seyahat acentacılığı faaliyeti niteliğinde olmamak kaydıyla kişi veya grup hâlindeki yerli veya yabancı turistlerin gezi öncesinde seçmiş oldukları dil kullanılarak ülkenin kültür, turizm, tarih, çevre, doğa, sosyal veya benzeri değerleri ile varlıklarının kültür ve turizm politikaları doğrultusunda tanıtılarak gezdirilmesini veya seyahat acentaları tarafından düzenlenen turların gezi programının seyahat acentasının yazılı belgelerinde tanımladığı ve tüketiciye satıldığı şekilde yürütülüp acente adına yönetilmesi" şeklinde tanımlanmaktadır (Resmî Gazete, 2014).

4. Turist Rehberliği Perspektifinde Gastronomi

Turist rehberlerinin gastronomi hakkındaki farkındalıklarının ve bilgilerinin artırılması seyahatlere katılan turistlerin de gastronomiye yönelik eğilimlerinin artmasını sağlayacaktır. (Aslan ve Çokal, 2016). Gastronomi uzmanı rehberler, bir destinasyondaki yemek kültürü, hakkında bilgi ve deneyime sahiptir;

rehberlerin, bilinmeyen ancak korunması/yaşanması gereken geleneksel lezzetleri turistlere aktararak tanıttığı söylenmektedir (İrigüler ve Güler, 2017: 7-8). Bu durumda bir yemek turu, destinasyonun yemek kültürünü yansıtan detayları içermeli ve tanıtımına odaklanmalıdır. Grup turu olarak düzenlenen yemek turu, birbirine yakın destinasyonların yöresel lezzetlerini tanıtan bir tur olabilir. Ancak yerel özellikleri yansıtan yemek kültürünün daha az destinasyon ile turizm programlarında yer alması daha olumlu sonuçlar gösterecektir. Bu bakımdan yemek turları, kültür turlarından daha kültür ve tarih merkezli olmamalıdır (Kızılırmak vd., 2016). Bu da tur rehberlerinin yemek kültürünü tanıtmalarına ve bu alanda bilgi sahibi olmalarını gerekli kılmaktadır. Yöresel yemekleri tadan turistler farklı bir kültürü deneyimleyebilmekte ve bu da memnuniyetlerini olumlu yönde etkilemektedir (Yuan, 2015: 17). Gastronomi turları, yerel yemek kültürünü tanıtmaya, eğitmeye ve deneyimlemeye odaklanan ayrıntılar içermelidir. Ülkemizde turist rehberleri, gastronomi odaklı turların çoğunda kültürel ve tarihi değerlerin tanıtımı hakkında bilgiler vermektedir. Gastronomi deneyimi yaşamak isteyen turistler için bilgili ve donanımlı rehberlerin öncülük ettiği, yerel gastronomi kültürünü deneyimlemeye odaklı, daha az destinasyonu içeren tur programları giderek önem kazanmaktadır (Kızılırmak vd., 2016: 259).

5. Yöntem

Bu araştırmada Türkiye’de gastronomi ve turist rehberliği alanında yazılmış ulusal-uluslararası makalelerin ve ulusal bildirilerin bibliyometrik olarak incelenmesi hedeflenmiştir. Araştırmanın evrenini, Türkiye’de 2015-2022 yılları arasında yayımlanan başlığında gastronomi ve turist rehberliği kelime grubu bulunan makaleler ve bildirimler oluşturmaktadır. Araştırma da Ulakbim TR Dizin ve Google Akademik veri tabanında yer alan ulusal-uluslararası makaleler ve ulusal bildirimler taranmıştır. Tarama sırasında ‘Gastronomi ve Turist Rehberliği’ anahtar kelimeleri yer almıştır. Çalışmada 12 ulusal makale, 2 ulusal bildiri ve 1 uluslararası makale değerlendirilmiştir. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden döküman-arşiv tarama tekniği, verilerin analizinde ise betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Makaleler yayınlanan yıl, sayfa sayısı, yazar sayısı, atıf sayısı, kaynakça sayısı ve yayın türü gibi değişkenler ele alınarak incelenmiştir. Makaleler istatistik paket programı aracılığıyla sıklık ve yüzde analizlerine tabi tutulmuş ve aşağıda belirtilen değişkenler doğrultusunda ele alınmıştır:

- Makalelerin ve bildirimlerin yayımlandığı yıllara göre dağılımı,
- Makalelerin ve bildirimlerin sayfa sayısına göre dağılımı,
- Makalelerin ve bildirimlerin yazar sayısına göre dağılımı,
- Makalelerin ve bildirimlerin atıf sayısına göre dağılımı,
- Makalelerin ve bildirimlerin kaynakça sayısına göre dağılımı,
- Makalelerin ve bildirimlerin yayın türüne göre dağılımları.

6. Bulgular

Çalışmanın bu kısmında, araştırma kapsamında anahtar kelimelerle taranan ulusal-uluslararası makale ve ulusal bildirimlerle ilgili ulaşılan veriler ve bu verilerin yorumları yer almaktadır. Bu kapsamda 12 ulusal makale, 1 uluslararası makale ve 2 ulusal bildiriye rastlanmıştır.

Tablo 1: Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı (2015-2022)

Yayın Yılı	F	%
2015	1	7
2018	2	13
2019	3	20
2020	5	34
2021	2	13
2022	2	13
Toplam	15	100

Tablo 1’de görüldüğü üzere gastronomi ve rehberlik ile ilgili yapılan çalışmaların %34’ü 2020 yılında, %20’si 2019 yılında, %13’ü 2018, 2022, 2021 yıllarında, %7’si ise 2015 yılında yayınlanmıştır.

Tablo 2: Çalışmaların Sayfa Sayısı

Sayfa Sayısı	F	%
0-10	1	6
11-20	10	67
21-30	4	27
Toplam	15	100

Tablo 2’de çalışmada incelenen makalelerin sayfa sayıları 3 farklı grup altında incelenmiştir. Bu bağlamda 0-10 sayfa aralığındaki çalışmaların sayısının %6 oranında olduğu, %67’sinin 11- 20 sayfa sayfa aralığında olduğu, %27’sinin 21-30 sayfa aralığında olduğu görülmektedir.

Tablo 3: Çalışmaların Yazar Sayısı

Yazar Sayısı	F	%
1 Yazar	5	33
2 yazar	7	47
3 yazar	1	7
4 yazar	2	13
Toplam	15	100

Tablo 3’te çalışmaların yazar sayısı 4 grup altında incelenmiştir. Tek yazarlı çalışmaların %33 oranında olduğu, 2 yazarlı çalışmaların %47 oranında olduğu, 3 yazarlı çalışmaların %7 oranında olduğu, 4 yazarlı çalışmaların %13 oranında olduğu görülmektedir.

Tablo 4: Çalışmaların Atf Sayısı

Atf Sayısı	F	%
0-5	11	73
6-10	1	7
11-20	3	20
Toplam	15	100

Tablo 4’te Yayınlanan çalışmaların atf sayıları incelenmiştir. Buna göre, %73’lük oranın 0-5 atf sayısı aralığında olduğu, %7 oranında 6-10 atf sayısı aralığında olduğu, %20 oranında ise 11-20 atf sayısı aralığında olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 5: Çalışmaların Kaynakça Sayısı

Kaynakça Sayısı	F	%
0-20	1	7
21-40	7	47
41-60	5	33
61-80	2	13
Toplam	15	100

Tablo 5: Yayınlanan çalışmaların kaynakça sayısı 4 grup halinde incelenmiştir. Bu bağlamda 0-20 aralığında %7, 21-40 aralığında %47, 41-60 aralığında %33, 61-80 aralığında %13 olduğu belirlenmiştir.

Tablo 6: Çalışmaların Yayın Türü

Yayın Türü	F	%
Ulusal Makale	12	80
Ulusal Bildiri	2	13
Uluslararası Makale	1	7
Toplam	15	100

Tablo 6’da yayınlanan çalışmaların yayın türlerine bakılacak olursa, %80 oranında yayınlanan çalışmaların ulusal makale olduğu, %13 oranında ulusal bildiri olduğu, %7 oranında uluslararası makale olduğu tespit edilmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Gastronomik öğelerin ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtımında turist rehberlerinin rolü oldukça önemlidir. Bu çalışma son yıllarda popüler bir turizm çeşidi olan gastronomi ile turizm rehberliğini ortak bir çatı altında incelemek üzere yapılmıştır. Çalışma 2015-2022 yılları arasında Türkiye’de yayınlanmış makale ve bildirimlerden oluşmaktadır. Bu konuda 2015 yılı öncesine ait çalışmalara rastlanmamıştır. Bu çalışma gastronomi ve turizm rehberliği ile ilgili çalışmalar hakkında ilgili alan yazının durumunu belirli yıllar itibari ile yorumlanmasına imkân vermektedir. Çalışmaların yayımlandığı yıllar arasında en çok yayının 2020 yılında %34 oranında olduğu görülmektedir. Çalışmaların sayfa sayısı aralığına bakıldığında en çok oranın 11-20 sayfa aralığında %67 oranında olduğu görülmektedir. Çalışmaların yazar sayılarına bakıldığında 2 yazarlı çalışmalar

%47 oranındadır. Atıf sayıları incelendiğinde %73'lük oranın 0-5 arasında olduğu görülmektedir. Kaynakça sayısı 21-40 aralığında %47 olduğu tespit edilmiştir. Yapılan çalışmalarda en çok yayın türünün %80 oranında ulusal makale olduğu görülmektedir. Bu bulguların ışığında gastronomi ve turizm rehberliğine olan ilginin yıllar itibari ile araştırmacılar tarafından daha fazla araştırıldığını söylemek mümkündür. Ayrıca, araştırmacılar geleceğe yönelik yapacakları çalışmalarda makaleler yanında kitap, kitap bölümü ve tezleri de inceleme kapsamına alarak makalelerinin niteliğine olumlu katkı yapabilirler.

Gastronomi turizmi açısından oldukça önemli bir misyon üstlenen turist rehberlerinin gastronomi alanında eğitim almış gastro rehberlerden oluşması gastronomi turizmine oldukça önemli katkılar sağlayacaktır. Bu anlamda mevcut turist rehberlerine gastronomi turizmi konusunda eğitim verilmesi, yükseköğretim kurumlarında turizm rehberliği ve gastronomi bölümleri arasında çift ana dal programlarının oluşturulması, turist rehberlerinin gastronomi alanında uzmanlaşmasına olanak sağlayacak faaliyetlere yer verilmesi ve bu konuda çalışmalar yapılması gerekmektedir.

Kaynakça

- Akdağ G. (2021). Gastronomi ve Tur Rehberliği. Ozan Güler, Gürkan Akdağ & Anıl Kale (Editörler.), Disiplinlerarası Bakış Açısıyla Gastronomi (390-405). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Algün, V. (2016). Gastronomik Bir Öğe Olarak Üzümün Görsel Sanatlardaki Biçimleri: Sosyo-Kültürel ve Tarihsel Bir İnceleme. Gaziantep Üniversitesi.
- Ap J. ve Wong K. F. K. (2001). Case Study on Tour Guiding: Professionalism, Issues and Problems. *Tourism Management*, 22, 551-563.
- Aslan, Z. ve Çokal, Z. (2016), 'Profesyonel Turist Rehberinin Kültürel Değerlere Katkısına İlişkin Turist Algılamaları', *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 53-69
- Başoda, A., Aylan, S., Kılıçhan, R. & Acar, Y. (2018). Gastronomi Uzmanlığı, Turları ve Rehberliği: Kavramsal Bir Çerçeve. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(3), 1809-1926.
- Belge, M. (2018). *Tarih Boyunca Yemek Kültürü*. İstanbul: İletişim Yayınları
- Blank, F. (2003). *Gastronomy*. S. H. Katz, & W. W. Weaver içinde, *Enclopedia of Food and Culture*. New York: Scriber.
- Brillat-Savarin, J. A. (1994), *The Physiology of Taste*, Trans: A. Drayton, Penguin, Harmondsworth.
- Canbolat, E.ve Çakıroğlu, F.P. (2015). Tarihi Çarşamba kıvratması. III. Uluslararası Halk Kültürü Sempozyumu, 8-10 Ekim, Ankara.
- Çetinkaya M. Y. ve Aktürk H., 2022. *Gastronomi ve Yiyecek Tarihi Yayın Evi: Detay Yayın Editör Adı: Atilla AKBABA, Neslihan SERÇEOĞLU*
- Du Rand Ge, Heath E. (2006). Towards a Framework for Food Tourism As an Element of Destination Marketing. *Current Issues In Tourism*, 9, 206-34.
- İrigüler, F., & Güler, M. E. (2015). Türkiye'deki Profesyonel Turist Rehberlerinin Gastronomi Turizmine Bakışı. 1. In *International Gastronomic Tourism Congress* (Vol. 10, p. 2015).
- Kesici, M (2012). Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 14 (23): 33-37, 2012 ISSN: 1309-9132, www.kmu.edu.tr..
- Kivela, J. ve Crotts, J. C. (2005). *Gastronomy Tourism: A Meaningful Travel Market Segment*. *Journal of Culinary Science & Technology*2, 4(2-3), 39-55.

- Kızılırmak, İ., Oflluoğlu M. ve Şişik, L. (2016). Türkiye’de Uygulanan Gastronomi Turları Rotalarının Web Tabanlı Analizi ve Değerlendirmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 258-269.
- Kivela, J. ve Crotts, J. C. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy’s Influence on How Tourists Experience a Destination, *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30, 354– 77.
- Köroğlu, Ö. (2013). “Turist Rehberlerinin İş Yaşamındaki Rollerini Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme”, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16: 91-112.
- Köroğlu, Ö. ve Güdü Demirebulat, Ö. (2017). Rehberlikte sertifikasyon kalifikasyon ve uzmanlaşma. Ö. Güzel, V. Altıntaş ve İ. Şahin (Editörler), *Turist rehberliği araştırmaları: öngörüler ve uygulamalar İçinde* (s. 49-79). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Larousse Gastronomique. (2005). *Dünyanın En Büyük Mutfak Ansiklopedisi*, Kolektif, İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Ling, T.P, Noor, S.M, Lim, K.Y. ve Mohamed, R. (2011), ‘Tour Guides As Interpreters of Cultural Heritage in Promoting Mindful Tourists for Sustainable Tourism in Malaysia’, *Proceedings of 2nd Regional Conference on Tourism Research*. Penang, Universiti Sains Malaysia
- Luoh, H. F. ve Tsaur, S. H. (2013). “The Effects Of Age Stereotypes On Tour Leader Roles”, *Journal of Travel Research*, 53(1): 111-123.
- Marzella, D. A. (2008). *Culinary Tourism: Does Your Destination Have Potential?*. Travel Marketing Decisions, MEB (2013). *Konaklama ve Seyahat Hizmetleri*. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.
- Richards, G. (2002). *Gastronomy: An Essential Ingredient in Tourism Production and Consumption*. A.M. Hjalager ve G. Richards (Ed.). *Tourism And Gastronomy*. Londra: Routledge.
- Santich, B. (2004). *The Study of Gastronomy and its Relevance to Hospitality Education and Training*. *Hospitality management*, 23, 15-24.
- Uslu, A. ve Kiper, T. (2006), ‘Turizmin Kültürel Miras Üzerine Etkileri: Beypazarı/Ankara Örneğinde Yerel Halkın Farkındalığı’, *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 3(3), 305-314.
- Wolf, E. (2006). *Culinary Tourism the Hidden Harvest*. ABDLow: Kendall/Hunt Yayıncılık Şirketi.
- Yuan, Su (2015). *Reflections on Local Specialties and Gastronomic Tourism*. *Chinese Studies*, 4, 15-19.

İnternet Kaynakları

<https://www.resmigazete.gov.tr>”Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği”.