

Gastronomi Festivalleri Kapsamında Konya Mutfağının Değerlendirilmesi* (Evaluation of Konya Cuisine in The Scope of Gastronomy Festivals)

**Yıldız ÜNLÜ^a

Hatice Ferhan NİZAMLIOĞLU^b

^a Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Pazarlar Meslek Yüksekokulu, Aşçılık Programı, Kütahya-Türkiye (yildiz.unlu@dpu.edu.tr)
<https://orcid.org/0000-0003-4706-7934>

^b Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Konya-Türkiye
(hfnizamliloglu@erbakan.edu.tr) <https://orcid.org/0000-0003-2644-6265>

MAKALE GEÇMİŞİ

Gönderim Tarihi:

07.04.2022

Kabul Tarihi:

10.06.2022

Anahtar Kelimeler:

Festival
Gastronomi Festivalleri
Konya Mutfak Kültürü
Konya Yemekleri

Keywords:

Festival
Gastronomy Festivals
Konya Culinary Culture
Konya Foods

Makalenin Türü: Araştırma Makalesi

**Sorumlu Yazar: Yıldız ÜNLÜ

E posta: yildiz.unlu@dpu.edu.tr

ÖZ

Festivaller ve etkinlikler şehir yaşamının önemli bir parçasıdır. Gıda temelli etkinlikler ve festivaller, sağladıkları birçok faydayı, gerçekleştirildikleri destinasyonlara çekmek amacıyla hem büyük şehirlerde hem de küçük kasabalarda giderek daha fazla düzenlenmektedir. Bu çalışmada Konya yemek kültürü hakkında yerel halkın ne düşündüğü, yemekler hakkında ne derece bilgiye sahip olduğu ve gastronomi festivalleri düzenlendiğinde destek verip vermeyeceği gibi durumlar göz önünde bulundurularak, Konya yemek kültürünün tanıtımının ve gastronomi festivallerinin sürdürülebilirliğinin nasıl olması gerektiğine dair çözüm yollarının bulunması amaçlanmıştır. Araştırmada Konya ilinin merkez alan seçilmesinin nedeni, bölgenin geniş bir yemek kültürünü barındırmasına rağmen yeterince turizm odaklı kullanılmaması ve yapılan etkinliklerin yetersizliğinin öngörülmesidir. Çalışmada kolayda örnekleme yöntemi ile Konya ili esnafı, turizm sektörü içerisinde bulunan aşçı, öğrenci ve turizm ile ilgili uzman kişilerden oluşan toplam 509 katılımcıya anket formu uygulanmıştır. Elde edilen veriler SPSS programında frekans, standart sapma, ortalama ve Non-parametrik test olan ki-kare test analizleri yapılarak değerlendirilmiştir. Elde edilen sonuçlarda Konya'nın sahip olduğu değerlerin altında bir bilinirliğe sahip olduğu, gastronomisi çok kuvvetli olan bir şehrin yemeklerinin "etli ekmekek, fırın kebabı, bamya çorbası" ile sınırlı kalıp sahip olduğu diğer yemeklerin adından çok fazla söz ettiremediği tespit edilmiştir. Tüm bu sonuçlar doğrultusunda çalışmada Konya mutfağının tanınırlığının artırılması için öneriler geliştirilmiş; belediyeler, üniversiteler ve işletme sahiplerinin iş birliğiyle ulusal düzeyde etkinliklerin organize edilmesi gerektiği vurgulanmıştır.

ABSTRACT

Festivals and events are an important part of city life. Food-based events and festivals are increasingly held in both large cities and small towns to attract the many benefits they provide to the destinations where they take place. In this study, it is aimed to find solutions for how the promotion of Konya food culture and the sustainability of gastronomy festivals should be by considering such situations as what the local people think about Konya food culture, what degree of knowledge they have about food and whether they will give support when gastronomy festivals are held. The reason why Konya was chosen as the central area in the research is that although the region has a wide food culture, it cannot be used sufficiently with a tourism focus and the inadequacy of the activities is foreseen. In the study, a questionnaire form was applied to a total of 509 participants, consisting of tradesmen in Konya, cooks in the tourism sector, students and experts in tourism, with the convenience sampling method. The data obtained were evaluated by performing frequency, standard deviation, mean and chi-square test analysis, which is the non-parametric test, in the SPSS program. In the results obtained, it has been determined that the dishes of a city with a very strong gastronomy, which has an awareness below the values it has, are limited to "etli ekmekek, fırın kebab, bamya soup" and other dishes that it has are not mentioned much. In line with all these results, suggestions were developed in order to increase the recognition of Konya cuisine; It was emphasized that activities at the national level should be organized with the cooperation of municipalities, universities and business owners.

Makalenin Künyesi: Ünlü, Y. ve Nizamlioğlu, H. F. (2022). *Gastronomi Festivalleri Kapsamında Konya Mutfağının Değerlendirilmesi*. AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi, 25 (1), 68-97.

* Bu makale, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde, Yıldız ÜNLÜ tarafından hazırlanan ve Prof. Dr. Hatice Ferhan NİZAMLIOĞLU danışmanlığında yürütülen yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

1. GİRİŞ

Yemeğin tarihi için insanlık tarihi kadar eski demek yanlış olmaz. Çünkü insanların varlığını sürdürmesi için yemek yeme eylemi temel ihtiyaçlarından ve insanların varoluşundan beri süre gelen bir eylemdir. Fakat tüketim eylemi temel gereksinim olmasına rağmen uzun bir süreçte evrimleşmiştir (Pederson, 2012). Geçen zaman diliminde sadece yaşamsal ihtiyacı gidermek için tüketim yapılması, daha sonra insanların sosyal etkileşimleri sonucunda tüketim yalnızca ihtiyaç halinden çıkmış ve bir tür organizasyona dönüşmüştür. Bu yüzden çeşitli etkinlik ve törenlerde (düğün, ölüm, festival vb.) yiyecek tüketimi toplum tarafından vazgeçilmez bir unsur olmuştur (Beşirli, 2011; Sağır, 2012). Yemek, kültür biçimi olarak çeşitli tören ve festivallerdeki varlığını korumasının yanı sıra günümüzde gastronomi alanının konu olduğu festivallerde de ana unsurdur (Cömert ve Çetin, 2017).

Yapılan organizasyonlarda yiyecek ve içecek bulunmaktadır ve organizasyonun önemli bir parçası olarak kabul edilmektedir. Fakat organizasyonun konusu gastronomiye dair bir şey değilse, yiyecek ve içecek etkinliğin merkezinde olan bir konu olmamıştır. Gastronomi festivallerinde ise yiyecek, etkinliğin ana konusu olmakta ziyaretçiler için yeni lezzetleri tatma ve farklı kültürleri tanıma fırsatı sunmaktadır (Mitchell ve Hall, 2003; Long, 2004). Gastronomi festivalleri; bölgesel yiyecek-içeceklerin ön plana çıkarıldığı, yemek kültür örneklerinin sergilendiği, gastronomiye özgü tecrübelerin yaşandığı, yiyecek-içecek üzerine yapılmış festivallerdir (Lee ve Arcodia, 2011).

Festivaller yapıldığı bölgelerde destinasyon yenilenmesi açısından büyük rol oynamaktadır. Özellikle küçük topluluklar, yerel ürünlerini tanıtmak ve diğer festivallerden farklı kılmak için gastronomi festivallerine yönelmektedir (Çela vd., 2007). Bu sayede gastronomi festivalleri yerel kaynakları kullanarak bölge kalkınmasına, ürünlerin markalaşmasına ve daha da değerlendirilmesine katkı sağlamaktadır (Quan ve Wang, 2004; Getz ve Brown, 2006). Festival, yerel kimlikleri güçlendirmesinin yanı sıra birçok yerli ve yabancı turist dikkatini çekip bölgenin cazibesini artırarak, gastronomi turizmi için varış noktası haline getirmeyi amaçlamaktadır (Lee ve Arcodia, 2011).

Gastronomi festivalleri daha çok yerel toplulukların düzenlediği etkinliklermiş gibi nitelendirilse de bu tür etkinlikler dünya çapında da popüler hale gelmiştir. Çünkü turizm sektörünün gelişmesinde gastronomi alanının çok büyük getirisi vardır (Cohen ve Avieli, 2004; Atak, 2009). Gastronomi festivalleri, tüm festivallerin içerisinde yaklaşık %30 oranında

tercih edilen festival türüdür (Bottyán, 2015). Festivallerin de bireysel olarak çok fazla ekonomik getirisi olduğu bilinmektedir. Örneğin, ABD’de düzenlenen Charleston Şarap ve Yemek Festivali, 2011 yılında 7,3 milyon dolar ile yerel ekonomiye çok büyük katkı sağlamıştır. Böylelikle 2011 yılında yapılan festivalde bir önceki yılın gelirine göre 2 milyon dolar daha fazla gelir elde edilmiştir. Yapılan araştırmalar sonucunda da festivalde 764 bin dolar turist harcaması olduğu ve turistlerin %80’inden daha fazlasının dışarıdan gelen turist olduğu tespit edilmiştir (Doğdubay ve İlsay, 2016).

Dünya’da ve ülkemizde gastronomi konulu birçok festival düzenlenmektedir. Bu düzenlenen festivallerde yemek bir kültür kabul edilmekte ve ziyaretçilerine güzel yemek tadımı ve kaliteli yemek deneyimi sağlamaktadır (Visser, 1991). Bu çalışmada da ülkemizde yapılan gastronomi festivallerinden yola çıkarak Konya ili ve ilçelerinde düzenlenen gastronomi festivalleri üzerinde durulmuştur. Konya birçok kültüre ev sahipliği yapmış, kültürlerin etkileşimi sayesinde büyük bir tarihi geçmişi barındıran şehir olmuştur. Bu kültürlerin en büyük etki bıraktığı alanlardan biri ise yemek kültürüdür. Konya’nın mutfak kültürü incelendiğinde de zengin bir tarif çeşitliliğine rastlanmaktadır. Fakat bu çeşitlilik çok fazla gün yüzüne çıkarılmamış, belli başlı yiyeceklerle yemek kültürü askıda kalmıştır. Konya’da düzenlenen etkinlikler araştırıldığında tanıtımların yetersiz kaldığı ve etkinliklere de fazla yer verilmediği gözlenmiştir. Bu yüzden çalışmada Konya yemek kültürü hakkında yerel halkın ne düşündüğü, yemekler hakkında ne derece bilgiye sahip olduğu ve gastronomi festivalleri düzenlendiğinde destek verip, vermeyeceği gibi durumlar göz önünde bulundurularak, Konya yemek kültürünün tanıtımının ve gastronomi festivallerinin sürdürülebilirliğinin nasıl olması gerektiğine dair çözüm yollarının bulunması amaçlanmıştır.

Araştırmada; Konya ili esnafı, turizm sektörü içerisinde bulunan aşçı, öğrenci ve turizm ile ilgili uzman kişilere uygulanmış anket doğrultusunda gastronomi festivallerinin geleceği hakkında görüşlerinin alınması hedeflenmiştir. Bu nedenle çalışma, yemek kültürünün ön plana çıkarılması ile ilgili ilerleyen zamanlarda yapılacak olan etkinliklere ışık tutması açısından önem arz etmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Alanyazın Taraması

Turizm çeşitleri incelendiğinde, turizmin çok fazla konuyu içerisinde barındırdığı ortaya çıkmaktadır. Festivaller de bunlardan yalnızca biridir. Gastronomi festivalleri ise son

dönemlerde adından daha çok söz ettiren festival türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Gastronomi festivalleri ile alakalı literatür incelendiğinde ise festivallerin gerçekleştirildikleri yörede hem ekonomik hem de sosyal anlamda çok fazla katkısının olduğu vurgulanmaktadır. Nitekim; Cömert ve Çetin (2017) yaptıkları çalışmada, festivallerin ekonomi, kültür ve turizmin yeniden canlandırılması üzerinde önemli bir etkisinin olduğuna değinmişlerdir. Bu çalışma ile Türkiye’de düzenlenen gastronomi festivallerinin tanımlanması ve tespiti yapılarak gelecekte düzenlenecek gastronomi festivallerine kaynak teşkil etmesi amaçlanmış ve amacın gerçekleştirilmesi için Kültür ve Turizm Bakanlığı ile belediyelerin web siteleri incelenerek veriler elde edilerek, düzenlenen gastronomi festivalleri hakkında bilgiler verilmiştir.

Günümüzde gastronomi ve turizm iyice iç içe olmuş bir bütün haline gelmiştir. Güzel yemek deneyimi turistlerin en çok dikkat ettiği konu olmuştur. Turizme açılmış bölgeler sadece sahip oldukları doğal zenginlikler ya da kültürel değerleri açısından değil, ziyaretçilere sundukları yöreye özgü, farklı yiyecekler bakımından da rekabet halindedir (Sürenkök vd., 2010: 567). Yöresel yiyecekler, bölgenin imajını güçlendirip, markalaşmasını sağlayarak turizmin güçlenmesine olanak sağlar. Aydın (2015) yapmış olduğu tez çalışmasında, Afyonkarahisar’daki gastronomi turizmine ve Afyonkarahisar’ın gastronomi turizminde öne çıkan ürün ve yemeklerine yer vermiştir. Çalışmanın ikinci bölümde konunun daha iyi açıklanabilmesi için önce marka ve markalaşma kavramları anlatılmış, daha sonra şehir markalaşması konularına değinilmiştir. Son bölümde ise Afyonkarahisar’da gastronomik kültüre ait yiyecek ürünleri satan işletmeler ve şehre özgü yemekleri sunan restoranların sahipleri ile yüz yüze mülakat yöntemi ile görüşme yapılmış elde edilen bilgiler aktarılmıştır. Tüm bu çalışmanın sonucunda mutfağı kuvvetli olan şehrin yiyeceklerinin tanıtımının yetersiz olduğu, halkın kendi imkânları ile ürünlerini tanıttıkları sonucuna varılmıştır.

Saatçi ve Yalçınkaya (2018) yaptıkları çalışmada 2010 yılından itibaren her yıl geleneksel olarak Alaçatı’da düzenlenen Alaçatı Ot Festivali’nin yerel halk üzerindeki etkilerinin belirlenmesini amaçlamıştır. Yerel halkın Alaçatı Ot Festivali’ne ilişkin düşünceleri; ekonomik katkı, yöresel imaj ve sosyal etki kategorilerinde anket uygulaması ile incelenmiştir. Araştırma sonucunda; yerel halkın, Alaçatı Ot Festivali’nin yöreye olan sosyal ve ekonomik katkılarının farkında olduğu ve gelecek nesillere güzel bir örnek teşkil ettiğini düşündükleri ortaya çıkmıştır.

2.2. Konya Mutfak Kültürü

Mutfak, dilimize Arapça olan “matbah” kelimesinden geçmiş, yemek pişirilen ve muhafaza edilen yer anlamına gelmektedir (Kut, 2000). Türklerin İslam dinini kabul etmesinden sonra yeme-içme konusunda birçok uygulama ve gelenek ortaya çıkmış, tekke ve imarethaneler de halkın mutfağı haline gelmiştir (Sürücüoğlu ve Özçelik, 2005). Selçuklular döneminde zenginleşen Türk mutfağı, üretilen yemek çeşitleri ve muhafaza teknikleriyle kendine has bir mutfak kültürü oluşturmuştur. Selçuklular, Konya yemek kültürünün de atası olarak kabul edilmektedir (Halıcı, 1982; Güler, 2010).

Türk Mutfağı'nın yerel mutfakları arasında en bilinenlerinden biri “Konya Mutfağı”dır. Anadolu'nun en eski geçmişe dayanan özellikle Cilalı Taş Devri olarak adlandırılan Neolitik çağdan günümüze kadar gelen kültürün başlangıcı Konya'da bulunan Çatalhöyük'tür (Odabaşı, 2001). Çatalhöyük'te ortaya çıkan geçmiş dönemlere ait yaşam izleri, hayvanların ehlileştirilmesi, buğday gibi tarımsal ürünlerinin yetiştirilmesi Konya yöresinin yemek kimliğini belirlemiş, et ve tahıl ürünleri Konya mutfağının en önemli ürünleri olmuştur (Seçim, 2019).

Konya'nın fethedilmesinden sonra Yakın Doğu ve Kafkaslar'dan göç eden insanlar geleneksel Konya mutfağının temelini atılmasını sağlamıştır. Yetiştirilen ürünlerle kendi yörelerinde yaptıkları yemekleri, ekmekleri Konya kimliğine uygun yapmaya başlayıp, yapılan yemekleri yöredeki diğer insanlara da aşlamışlardır. Karşılıklı etkileşim halinde gelişen yemek çeşitliliği günümüze kadar ulaşmayı başarmıştır (Seçim, 2019). Osmanlı Devleti döneminde de patates ve domates mutfaklarda çok sık kullanılmaya başlanmış ve Konya mutfağında önemli bir yere sahip olmuştur. Yapılan pek çok yemeğin içerisine domates eklenmeye başlanmış, patates ile de yemek çeşitliliği artırılmıştır. Et ve tahıl ürünlerinden sonra patates ve domates de Konya mutfağının vazgeçilmezleri arasına girmiştir (Halıcı, 2014).

Konya yemek kültürü hem Selçuklu saray mutfakları ve Mevlevi adetleri ile hem de Osmanlı mutfak kültürünün harmanlanmasıyla şekillenmiştir (Alptekin, 2007). Dönemin yaşayan âlimlerinin yazdıkları eserlere bile konu olan Konya yemekleri Türk mutfağının saygın mutfakları arasındadır. 1896 yılında Konyalı Şerife Hanım tarafından yazılmış Konya yemeklerinin tanıtımı için bir destanı da mevcuttur (Alptekin, 2007). Günümüzde de Konya mutfağında merkezi yerleşim yerlerinde değişimler olmasına rağmen köy ve kasabalarda

geçmişten süregelen yemekler hala pişirilmeye devam etmekte, merkezi yerlerde ise belli başlı yiyecekler popülerliğini sürdürmektedir (Sormaz, 2018).

Konya halkının yüzde 70'i fiziksel olarak çalışarak iş üreten insanlardır. Bu oran günümüzde biraz daha azalsa bile genele vurunca bedenlen çalışma fazladır. Bu yüzden insanlar, sabah uyandıklarında tarlaya ya da esnafılık yapıyor ise çarşıya işlerinin başlarına gittikleri için besleyici, enerji verici yemeklere ihtiyaç duyarlar. Bu nedenle Konya mutfağındaki yiyeceklerin doyuruculuk oranı oldukça yüksektir (Odabaşı, 2001).

Eski Konya mutfak kültüründe sofraya tek bir ürün konulur, ikinci bir yemeğe ihtiyaç duyulmazdı. Örneğin; hamur işi bir yemek ya da bulgur pilavı var ise ilave bir yiyeceğe gerek görülmezdi. Ancak yenilenler kuru bir yiyecek türü olduğu için hoşaf veya ayran gibi sıvı ürünler yiyeceğin yanında katık edilirdi. Bazı istisnai durumlarda yani tek bir ürünle doyulmayacağına ikinci bir yemeğe ihtiyaç duyulurdu. Bu da genellikle sebze yemeklerinde olmaktadır. Sebze yemekleri hafif yiyecekler olduğu için yanına mutlaka çorba gibi ilave bir yiyecek yapılmaktadır. Et her mutfakta önemli bir yer tuttuğu gibi Konya mutfağında da önemli bir yere sahiptir. Sebze yemeklerinde kıyma bile kullanılmazken, etler bütün olarak pişirilip, tüketilen yiyeceklerdir (Halıcı, 2005).

Konya mutfağını diğer büyük şehir mutfaklarından ayıran bir özellik vardır. O da İstanbul gibi geniş yemek çeşitliliğine sahip mutfaklardan ziyade daha az çeşit yemeğe sahip olmasıdır. Ancak besleyiciliği, kalitesi ve yemeğe gösterilen emek göz önüne alındığında diğer mutfaklardan daha üstündür. Bu durumda geleneksel mutfağının her evde korunarak devam ettirilmesinden kaynaklıdır (Odabaşı, 2000).

2.1.1. Meşhur Konya Yemekleri

Konya mutfağı köklü bir geçmişe sahip zengin bir mutfaktır. Çatalhöyük kazılarında ortaya çıkan mutfak gereçlerinden ve mercimek, bulgur gibi ürünlerin kalıntılarının bulunması yaklaşık 8000 yıldır Konya bölgesinde yemek yapıldığını ispatlar niteliktedir. Mercimek ve bulgur gibi ürünlerin bulunması Konya'da yapılan mercimek yemeği, tandır çorbası ve çeşitli bulgur pilavlarının geçmişinin ne kadar eskiye dayandığını göstermektedir. Türklerin Orta Asya'dan Anadolu'ya gelmesinin ardından da yoğurt, süt, yufka ve ayran gibi ürünler Konya mutfağına kazandırılmıştır. Konya'nın farklı kültürleri bünyesinde bulundurması sayesinde de zenginleşen mutfak kültürü, dönemin aşçıları tarafından aşçı- çırak ilişkisi içerisinde ya da

evlerde anneden kıza şeklinde Konya yemek kültürü kuşaktan kuşağa aktarılmıştır (Halıcı, 2014).

Konya’da yemek çeşitliliği oldukça fazladır. Geçmişten günümüze aktarılmış tariflerle yapılan yemeklerin birçoğu halen yapılıyor olsa bile bazıları da unutulmaya yüz tutmuştur. Belli başlı yiyecekler isim yapmış, evlerde yapılmaya devam eden ama sokak kültürüne taşınmamış, tanınmamış yemekler de oldukça fazladır. Konya’da dışarı yemekleri olarak nitelendirilen üç lezzetli yiyecek vardır. Bunlar; etli ekme, fırın kebabı ve peynirli pidedir. Konya’nın birçok sokağında çarşı böreği olarak adlandırılan etli ekme ve peynirli pideyi yapan fırınlar bulunmaktadır. Bu yiyecekler Konyalıların olduğu kadar yabancıların da çok ilgi gösterdiği ve severek tükettiği yiyecek olmuştur (Sormaz, 2018). Bu yiyecekler dışında; bamya çorbası, etli topalak çorbası, borani, herise, yağ somunu, tutmaç çorbası, ovmaç çorbası, zülbiye, tirit, su böreği, hoşmerim, sacarası, peynir baklavası, kaygana, galle gabak, palize gibi birçok yiyecek Konya mutfağında yer almaktadır.

2.1.2. Konya’da Yapılan Gastronomi Festivalleri

Konya halkı geleneklerine bağlı bir toplumdur. Geçmişten gelen adetlerini, özel gün kutlamalarını günümüzde de devam ettirmektedir. Konya’da yalnızca geleneksel kutlamalar değil farklı sanat, kültür etkinlikleri de düzenlenmeye başlanmıştır. Günümüzde merkezinde ve ilçelerinde birçok etkinlikler yapılmakta, bu sayede hem kendi toplumu hem de dışarıdan gelen kişiler arasında etkileşim olmaktadır. Konya’nın tanınırlığını da etkileyen bu etkinlikler şehre daha fazla turist gelmesine olanak sağlamaktadır. Kültür ve sanat etkinlikleri dışında bölgede yetiştirilen yiyecekler adına da gastronomiyi kapsayan festivaller düzenlenmektedir. Bu alanda yapılan festivallerin sayısı çok olmasa da her geçen gün festivallere ilginin artması gastronomi festivallerinin çeşitlenmesine olanak sağlamaktadır. Bu sayede hem Konya yöresinin hem de festivali yapılan ürünün tanınırlığı artmaktadır.

Konya’da gastronomi festivalleri kapsamında yöresel yemek ve ürünlerin sergilendiği 8 farklı festival düzenlenmektedir. Bu festivaller;

Organik Çilek ve Kiraz Kültür Festivali; ana içeriği çilek olan festival, Konya’nın Hüyük ilçesinin İlmen mahallesinde geleneksel olarak düzenlenmektedir.



Resim 1. Hüyük çileği **Kaynak:** (Trt haber, 2022)

Kayasulular Körpe Seyidi Anma ve Pilav Günü Şenliği; Konya'nın Akören ilçesine bağlı Kayasu köyünde yapılan festival her sene genellikle haziran ayının ikinci haftasında gerçekleştirilmektedir.



Resim 2. Kayasulular körpe seyidi anma ve pilav günü şenliği **Kaynak:** (Akören Dergisi, 2022)

Tahinli Pide Festivali; Konya'nın Kadınhanı ilçesinde geleneksel olarak düzenlenen festival yerel halk tarafından coşkuyla kutlanmaktadır.



Resim 3. Tahinli Pide Festivali **Kaynak:** (Kadınhanı Belediyesi, 2022)

Beyaz Kiraz ve Ereğli Günleri Şenliği; Konya'nın Ereğli Bölgesinde üretilmektedir.



Resim 4. Ereğli beyaz kirazı **Kaynak:** (Ereğli Belediyesi, 2022)

Geleneksel Akçabelen Çetmi Fasulye Festivali; Konya'nın Beyşehir ilçesinin Akçabelen köyünde geleneksel olarak kutlanmaktadır.



Resim 5. Çetmi fasulyesi **Kaynak:** (Beyşehir Belediyesi, 2022)

Akşehir Kirazı Kültür ve Sanat Festivali; Konya'nın Akşehir ilçesinde gerçekleştirilen festival dünyaca ünlü ve tescilli kirazını daha iyi tanıtabilmek ve halkı daha fazla kiraz üretimine teşvik etmek amacıyla yapılmaktadır.



Resim 6. Akşehir kirazı **Kaynak:** (Akşehir Belediyesi, 2022)

Üzüm, Karpuz, İpek Halı ve Kültür Festivali; Konya'nın Tuzlukçu ilçesinde gerçekleştirilmektedir.



Resim 7. Üzüm, karpuz, ipek halı ve kültür festivali **Kaynak:** (Tuzlukçu Belediyesi, 2022) *Gazyağcı Konya Yemek Festivali*; 2019 yılında ilk kez düzenlenen yemek festivali Konya mutfağının tanıtılması ve gastronomi açısından büyük bir öneme sahiptir.



Resim 8. Gazyağcı konya yemek festivali **Kaynak:** Yenihaber (2022)

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Konya'da düzenlenen etkinlikler araştırıldığında tanıtımların yetersiz kaldığı ve etkinliklere de fazla yer verilmediği gözlenmiştir. Bu çalışmada Konya yemek kültürü hakkında yerel halkın ne düşündüğü, yemekler hakkında ne derece bilgiye sahip olduğu ve gastronomi festivalleri düzenlendiğinde destek verip, vermeyeceği gibi durumlar göz önünde bulundurularak, Konya yemek kültürünün tanıtımının ve gastronomi festivallerinin sürdürülebilirliğinin nasıl olması gerektiğine dair çözüm yollarının bulunması amaçlanmıştır.

Ayrıca Konya ili esnafı, turizm sektörü içerisinde bulunan aşçı, öğrenci ve turizm ile ilgili uzman kişilere uygulanan anket ile Konya mutfağının gastronomi festivalleri kapsamında değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

3.2. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Araştırma evreni sonuçların ele alınmak istendiği gruplar, örneklem ise bu gruplar içerisinde belirli kurallar eşliğinde bilgi alınan ve evreni temsil ettiği düşünülen alt kümelerdir. Bu çalışmanın evreni Konya il merkezinde yaşayan gerçek ve tüzel kişilerden oluşmaktadır. Araştırmada örnekleme yöntemi olarak, olasılık dışı örnekleme yöntemlerinden biri olan kolayda örnekleme yöntemi seçilmiştir. Kolayda örnekleme yöntemi, ankete cevap vermek isteyen kişilere uygulanan ve istenen örneklem büyüklüğüne ulaşmaya dek yeni katılımcılarla devam ettirilen bir örnekleme yöntemidir (Coşkun vd., 2015: 142). Bu çalışmanın örneklemini Konya ili esnafı, turizm sektörü içerisinde bulunan aşçı, öğrenci ve turizm ile ilgili uzman kişiler oluşturmaktadır. Çalışmaya kriterlere uyan bireylerden kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen 557 gönüllü birey katılmıştır.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden olan anket tekniği kullanılarak veriler toplanmıştır. Kullanılan anket ölçeğinde kişilerin gönüllülük esasına ve Konya’da ikamet ediyor olmalarına dikkat edilmiştir. Çalışmanın anket formu Dilek, Çoban ve Harman (2017), Özdemir ve Karaca (2009) ile Doğanlı (2006)’nın araştırmalarındaki sorular derlenerek oluşturulmuştur. Uygulanacak anket için kaynak olarak gösterilen yazarlardan gerekli izinler alınmış olup, çalışmanın özgün ve uygulanabilir olduğuna dair etik kurul izni de bulunmaktadır.

Kullanılan anket formunda, katılımcıların demografik özelliklerine, Konya denilince akıllara gelen ilk yiyeceğe ve Konya’da yapılan gastronomi festivallerinden hangilerini bildiklerine dair sorular bulunmaktadır. Anketin devamında Konya Mutfağı’na ait yemeklere yer verilerek katılımcıların yemekleri bilme dereceleri ölçülmek istenmiştir. Anketin başka bir bölümünde beşli likert ölçeği kullanılarak katılımcıların Konya imajını değerlendirmesi için 18 yargıdan oluşan sorular bulunmaktadır. Bu doğrultuda “Oldukça Olumsuz”, “Olumsuz”, “Ne Olumlu Ne Olumsuz”, “Olumlu”, “Oldukça Olumlu” seçeneklerinden birini seçerek belirtmeleri istenmiştir. Son olarak da Konya’daki gastronomi festivallerine ve sürekliliğine dair katılımcıların düşüncelerini analiz etmek için yine beşli likert. (Kesinlikle Katılmıyorum, Katılmıyorum, Kararsızım, Katılıyorum, Kesinlikle Katılıyorum) tipi dereceleme ölçeği kullanılmıştır.

3.3.1. Araştırma Anketini Uygulama Süreci

Uygulanan anket 4 sayfalık uzun bir anket olduğu için anketörler tarafından dağıtılıp, katılımcıların anketi eksiksiz bir şekilde doldurması sağlanmıştır. Anketler 11.01.2021-24.01.2021 tarihleri arasında dağıtılmıştır. İki hafta süren bir anket dağıtımında toplamda 632 anketin 557 tanesi dağıtılabilmiş ve geri toplanmıştır. Dağıtılan anketlerin 48 tanesi eksik bilgi nedeniyle değerlendirmeye alınmamıştır. Geriye kalan 509 anket ile çalışma analizleri gerçekleştirilmiştir.

3.3.2. Veri Analizi Teknikleri

Elde edilen veriler, istatistik paket programına aktarılarak analiz edilmiştir. Araştırmanın içeriğine uygun olarak verilerin analizinde frekans, standart sapma, ortalama ve Non-parametrik test olan kıkare testi gibi tamamlayıcı istatistik bilgilerden yararlanılmıştır. Non-parametrik testler varyansların homojen olmadığı ve verilerin normal dağılmadığı durumlarda uygulanan testlerdir (Demirgil, 2005: 85).

4. ANALİZ VE BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde araştırmaya katılan kişilerin demografik özellikleri, Konya ili ve yapılan gastronomi festivallerine bakış açıları; frekans değerleri, yüzde dağılımları, iki değişkenli ki-kare testi sonuçları ve yorumları yer almaktadır. Bulgular aşağıdaki gibidir;

Tablo 1. Katılımcıların demografik bilgileri

	f	%
Cinsiyet		
Kadın	260	51,1
Erkek	249	48,9
Medeni Hal		
Evli	181	35,6
Bekâr	328	64,4
Yaş		
18-24	193	37,9
25-34	172	33,8
35-44	82	16,1
45-54	47	9,2
55-64	10	2,0
65 ve yaş üstü	5	1,0
Eğitim Durumu		
İlkokul	19	3,7
Ortaokul	20	3,9
Lise	110	21,6
Üniversite	291	57,2
Lisansüstü	69	13,6
Meslek		
Memur	54	10,6

İşçi	76	14,9
Serbest Meslek	82	16,1
Emekli	16	3,2
Öğrenci	122	24,0
Diğer	159	31,2
<i>Gelir Durumu</i>		
0-1500	135	26,5
1501-2500	83	16,3
2501-3500	91	17,9
3501-4500	66	13,0
4501-5000	43	8,4
5001 ve üzeri	91	17,9
<i>Konyalı mısınız?</i>		
Evet	332	63,3
Hayır	187	36,7

Katılımcıların %51,1'i kadın, %48,9'u ise erkektir. Medeni hal dağılımında ise %64,4'e %35,6 oranında fark bulunmaktadır. Ankete katılan çoğunluk bekârdır. Ankete her yaş kesiminden kişiler katılmıştır fakat yaş aralığındaki çoğunluk %37,9 ile 18-24 ve %33,8 ile 25-34 aralığındadır. Katılımcıların yarısından fazlası %57,2'lik bir oran ile üniversite mezunudur. Katılımcılara meslekleri ise kategorize edilerek sorulmuştur. Meslekler; memur, işçi, serbest meslek, emekli, öğrenci ve diğer olarak ayrılmıştır. Veri sonuçlarına göre de çoğunluk %31,2 ile diğer mesleklerden kişileri, %24'ü ise öğrencilerden oluşmaktadır. Anket sahiplerinin aylık gelirlerine bakıldığında çoğunluğun geliri fazla değildir. %26,5 oranında 0-1500 TL gelire sahiptir. Gerçekleştirilen ankete %63,3 oranında Konyalı olan kişiler katılmıştır. %36,7'lik kısım ise Konyalı değildir.

Katılımcıların Konya mutfağı ve mutfak kültürü hakkındaki görüşleri;

Konya Denilince Akla Gelen İlk Yemek

Ankete katılan katılımcıların Konya denilince akıllarına ilk gelen yiyecek sorusuna verdikleri cevaplar listelenmiştir (Tablo 2). Çıkan verilere göre herkesin ilk aklına gelen %77,6 ile en popüler yiyecek Etlı ekme olmuştur. Etlı ekme ten sonra %7,5 bamya çorbası, %5,7 fırın kebabı ve %2 ile yağ somunu diğer yiyeceklere oranla daha fazla kişi tarafından cevap olmuştur.

Akbulut ve Yazıcıoğlu (2020) gastronomik kimlik ve imaj hakkında Konya örneği üzerinde yaptıkları çalışmada, Konya'da gastronomik marka algısına verilen cevaplarda etli ekme ve bamya çorbasının en yüksek yüzelere sahip olduğunu tespit etmiştir. Yapılan çalışmada da etli ekme ve bamya çorbasının akla gelen ilk yiyecekler arasında yer alması Konya ilinin öncelikli olarak bu iki lezzet ile ön plana çıktığını göstermektedir.

Tablo 2. Konya ili ile özdeşleşen yemeklerin dağılımı

Yiyecek	F	%
Arabaşı Çorbası	2	,4
Baklava	1	,2
Bamya Çorbası	38	7,5
Batırık	1	,2
Bıçakarası	1	,2
Cağ Kebabı	1	,2
Ciğer	1	,2
Etili ekmek	395	77,6
Fırın Kebabı	29	5,7
Herise	4	,8
Hırtlak	1	,2
Konya Pilavı	2	,4
Küflü Peynir	4	,8
Mevlana Böreği	1	,2
Mevlana Pide	5	1,0
Mevlana Şekeri	1	,2
Mevlevi Sofrası	1	,2
Peynirli Börek	1	,2
Sacarası	1	,2
Su Böreği	1	,2
Tavuk Döner	1	,2
Tirit	6	1,2
Tost	1	,2
Yağ Somunu	10	2,0

Konya sahip olduğu unsurların hangisi /hangileri ile ön plana çıkmaktadır?

Konya ilinin dikkat çektiği unsurları belirlemek için yöneltilen bu soruda verilen cevaplar doğrultusunda tarihi varlıklar ilk sıradadır. İkinci olarak da Konya ilinin yemek kültürü ile dikkat çektiği düşünülmektedir.

Konya ilinin sahip olduğu yemek kültürüyle çekici bir şehir olduğunu düşünüyor musunuz?

Katılımcıların %48,9'u Konya yemek kültürünün az çekici olduğunu düşünmektedir. %41,7'lik kısmı ise oldukça çekici olduğunu düşünmekte, %9,4'lük kısım ise Konya ilini yemek kültürü bakımından çekici bulmamaktadır.

Konya ile ilgili herhangi olumsuz bir düşünceniz var mı?

Ankete katılan kişilerin yarısından fazlası yani %69,5'i Konya ili hakkında olumsuz bir düşünceye sahip olmadıklarını belirtmiştir. %30,5'lik kısım ise soruya “evet” cevabını vermiştir.

Konya ve çevresinde yiyecek ürünlere dair yapılan festival ve etkinliklerin hangisi veya hangilerinden haberdarsınız?

Konya ilinde yapılan gastronomi festivallerinin bilinirliğinin ölçülmesi açısından ankette yer verilen bu soruya festivaller tek tek ele alınarak festivallerden kaç kişinin haberdar olduğu açıklanmıştır. Sonuçlara göre;

Katılımcıların çoğu Konya ilinde düzenlenen festivallerden haberdar değildir. Hüyük ilçesinde düzenlenen “Çilek Festivali”ni 509 kişiden sadece 100 kişi, Akören ilçesinde gerçekleştirilen “Kayasulular Körpe Seyidi Anma ve Pilav Günü Şenliği”ni 55 kişi, Kadınhanı ilçesinde düzenlenen “Tahinli Pide Festivali”ni 106 kişi, Ereğli ilçesinde düzenlenen “Beyaz kiraz ve Ereğli Günleri Şenliği”ni 114 kişi, Akşehir ilçesinde düzenlenen “Kiraz Festivali”ni 127 kişi, Tuzlukçu ilçesinde düzenlenen “Üzüm, Karpuz, İpek Halı ve Kültür Festivali”ni 50 kişi, Konya il merkezinde düzenlenen “Gazyağcı Konya Yemek Festivali”ni 118 kişi, Beyşehir ilçesinde geleneksel olarak düzenlenen “Akçabelen Çetmi Fasulye Festivali”ni ise yalnızca 100 kişi bilmektedir. Toplamda 168 kişi de bu gerçekleştirilen festivallerin hiçbirinden haberdar değildir.

4.1. Katılımcıların Konya İline Ait Yemekler Hakkında Bilgi Düzeyi

Anketin bu bölümünde katılımcıların Konya yemekleri hakkında bilgi düzeylerini ölçmek ve yemeklerle ilgili düşüncelerini öğrenmek amacıyla hazırlanmış yemekler üzerinden soruların verileri bulunmaktadır. Ankette “biliyorum, bilmiyorum, tattım, tatmadım, beğendim, beğenmedim” olarak 2’li ölçekler oluşturulmuş ve veriler ayrı ayrı değerlendirilmiştir. Yemeklere ait veriler kategorize edilerek açıklanmıştır.

Uygulanan anketin diğer bir değerlendirmesinde katılımcılara Konya mutfağına ait yemekler sorulmuştur. İlk kategoride 8 tane çorba, 2’nci kategoride 4 tane pilav, 3’üncü kategoride 6 tane hamur işi, 4’üncü kategoride 11 tane ana yemek, son olarak 5’inci kategoride ise 10 tane tatlı yer almaktadır. Verilere bakıldığında sonuç ise şöyledir; Katılımcıların ovmaç, toyga ve tutmaç çorbasını bilip bilmeme oranları birbirine yakındır. Çoğunluk bu çorbaları tatmamış, tadan kişiler ise çorbaları beğenmiştir. Cemile çorbasını katılımcıların çoğu bilmemektedir. Listede en bilinmeyen çorba cemile çorbasıdır. Hamur topalağı, etli topalak, bamya, arabaşı çorbaları ise çoğunluk tarafından bilinen ve tadılmış çorbalarıdır. Tadan kişiler tarafından da çorbalar beğenilmiştir. Konya’nın markası haline gelen Bamya çorbası %94,3 oranında bilinmektedir. Bamya çorbasını daha sonra arabaşı çorbası %91,6 bilinirlik ile takip

etmektedir. Halbuki arabaşı çorbası Konya mutfağına özgü bir çorba değildir ama şehirde yaşayan insanlar tarafından diğer çorbalara göre daha çok bilinmektedir. Çünkü Konya’da her çorbacıda kış aylarında arabaşı çorbasını içmek mümkündür. Ancak gidip bir cemile çorbası veya ovmaç çorbası içmek isterseniz bulunmadığına dair cevap alacaksınız. Bunun sebebi ise hem arabaşı çorbasının evlerde de çok fazla pişirilmesi ve gidilen mekanlarda talep edilmesidir. Yöresel çorbalar da bilinip, talep edilmeye başlansa çoğu çorbacı veya restoranların listelerinde yer alacaktır.

Pilavlarda çoğunluk tarafından bilinen nohutlu dövme pilavıdır. Pilavı tadan ve tatmayan kişilerin oranları birbirine yakındır ancak tadanların çoğu pilavı beğenmiştir. Belh pilavı, hindili pilav ve menekşeli pilavı ise büyük bir kısım bilmemekte sonuçla doğru orantılı olarak da pilav çoğunluk tarafından tadılmamıştır. Konya ilinde yaygın bir pilav kültürü vardır. Fakat bu pilav kültürü “Konya Pilavı” olarak adlandırılan genellikle düğünlerde ikram edilen yemeğin adıdır. Konya pilavı dışında pilavlar evde yapılanlar ile sınırlıdır. Bu yüzden çoğu kişi tarafından hatta yeni jenerasyon tarafından yöresel pilavlar bilinmemektedir.

Hamur işlerinde en az bilinen kakırdaklı börek ve dolamadır. Kapama’yı bilen ile bilinmeyen arasında çok fazla bir fark olmamakla birlikte yiyeceği tadanlar beğenmiştir. Su böreği, sıkma ve sac böreği ise Konya halkının favori hamur işleridir. Çoğunluk tarafından severek tüketilen yiyeceklerdir. Konya tarım memleketi olduğu için buğdayın, şekerin bol olduğu bölgedir. Bu durum Konya’nın hamur işinde oldukça çeşide sahip bir mutfağının olmasına katkı sağlamaktadır.

Konya yemeklerinde herkes tarafından bilinen en meşhur yemek etli ekmektir. Sonrasında tirit, fırın kebabı ve herise çoğunluğun bilip tattığı yiyeceklerdir. patlıcan tiridi, ekmek salması ve boraniyi bilen ile bilmeyen arasında fazla bir fark yoktur. çirli, çullama, mıkla ve zülbiye yemeğini ise bilen kişi sayısı oldukça azdır. Yemekleri tadan kişilerin genel yorumları ise beğendikleri yönündedir. Ankette yer alan yemekler yöresel isimleriyle yer almaktadır. Bu durum da bazı katılımcıların yemeklere bilmiyorum yanıtını vermesine yol açmıştır. Anketleri doldurmaları bittikten sonra yemeklere dair sorular sorduklarında yemeklerin içerikleri açıklanınca aslında bazı yemekleri gerçek adını bilmeden tükettiklerini öğrenmişlerdir. Örneğin ıspanaktan yapılan yemeğe borani denildiğine, pirinç ile yapılan köftenin Konya’da adının çullama olduğuna, yumurtalı soğan kavurmasına mıkla denildiğine çoğu insan uygulanan anket sayesinde haberdar olmuştur.

Konya tatlıları kategorisinde; peynir baklavası, kaymak baklavası, badem helvası ve kaygana katılımcıların bir kısmının bilip bir kısmının bilmediği tatlılardır. palize, pekmezli baklava ve galle gabak katılımcıların çoğu tarafından bilinmeyip aynı zamanda tadılmamıştır. Sacarası, zerde ve hoşmerim ise Konya halkı tarafından sevilerek tüketilen tatlılardır. Konya ilinde hoşmerim ve sacarası hemen hemen her restoranda servis edilen tatlı çeşitleridir. Zerde ise düğün pilavlarında tatlı olarak ikram edilir.

4.2. Katılımcıların Konya İli İmajı Hakkındaki Düşünceleri

Anketin bu bölümünde genel olarak her kentte bulunabilecek özelliklere yer verilerek, katılımcılardan Konya ilinin sahip olduğu imajları iyi ya da kötü olarak değerlendirmesi istenmiştir. Katılımcılardan Konya ili imajı ile ilgili sorulara “Oldukça olumsuz”, “Olumsuz”, “Ne olumlu ne olumsuz”, “Olumlu”, “Oldukça olumlu” seçeneklerinden birini işaretlemeleri istenmiş ve bu sonuçların ortalaması alınarak Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3. Konya ili imaj dağılımı

İmajlar	Ort.	S.S
Manzara, doğal güzellikler	3,6542	,97321
İklimi	3,2849	1,00754
Tarihi ve turistik yerleri	4,0216	,88153
Düzenlenen Festivaller ve etkinlikler	3,1552	1,03363
Eğlence imkânları	2,6405	1,21766
Alışveriş imkânları	3,6149	1,11585
Tatil imkânları	2,5305	1,14223
Kültür ve gelenekler	3,9096	,97593
Ucuzluk	3,1022	1,03358
Temizlik	3,7976	,99818
Ulaşım	4,0452	,93274
Emniyet ve güvenlik	3,8055	1,00368
Temiz ve bozulmamış çevre	3,4872	1,06775
Altyapı kalitesi	3,5697	1,10008
Yerel halkın tutumu	2,9037	1,29679
Yerel mutfak ve yemekler	3,9725	,93237
Şehir gezisi imkânları	3,6012	1,05930
Konya'nın genel izlenimi\imajı	3,4519	1,19881

Tarihi ve turistik yerler 4,02, ulaşım 4,04 ortalama ile diğer değerlere oranla daha fazla olumlu imaja sahiptir. Manzara ve doğal güzellikler 3,65, iklimi 3,28, düzenlenen festivaller ve etkinlikler 3,15, alışveriş imkanları 3,61, kültür ve gelenekler 3,90, ucuzluk 3,10, temizlik 3,79, temiz ve bozulmamış çevre 3,48, emniyet ve güvenlik 3,80, altyapı kalitesi 3,56, yerel

mutfak ve yemekler 3,97, şehir gezi imkanları 3,60, genel izlenim 3,45 ile ortalama değere sahiptir. Eğlence imkânları 2,64, tatil imkânları 2,53, yerel halkın tutumu ise 2,90 ile anketin en düşük ortalamasına sahip imajlardır. Afyonkarahisar’da yapılan benzer bir çalışmada (Aydın, 2015) yerel mutfak ve yemekler 4.06 ile imaj sıralamasında en yüksek ortalamaya sahipken, Konya ili imaj sıralamasında yerel mutfak ve yemeklerin 3.97 ortalama ile tarihi ve turistik yerler ile ulaşımın arkasında kaldığı görülmektedir. Konya ili, Afyonkarahisar iline göre daha çok geçmişten günümüze kadar gelen, varlığını korumuş eserleri ile ön plana çıkmaktadır. Afyonkarahisar ilinin yerel mutfak ve yemekleri ile ön plana çıkmasının en önemli nedenlerinden biri ise gastronomi alanında yaptığı çalışmalar sayesinde yöredeki yiyecekler turizm pazarında adından söz ettirmektedir. Konya ilinde de gastronomi alanındaki çalışmalar hız kazandığı takdirde yörenin yemek kültürü adından söz ettirecektir.

Alagöz ve Bilgeoğlu (2019) Konya şehir imajı üzerine yaptıkları çalışmada katılımcıların değerlendirmelerine göre; Konya şehir avantajlarına yönelik imaj algılamalarında en yüksek yargının 4.38 ortalama ile “Konya önemli tarihi eserlere sahiptir.” yargısı olduğunu bildirmişlerdir. Yapılan bu çalışmada da tarihi ve turistik yerlerin Konya’nın imaj algısında en yüksek ortalamaya (4.02) sahip olduğu görülmüştür. Her iki çalışmadan elde edilen sonuçlara bakıldığında Konya ilinin tarihi varlıkları ile adından söz ettirdiği düşüncesi hâkimdir.

4.3. Katılımcıların Konya İli Hakkındaki İzlenimleri

Anketin son bölümünde katılımcıların festivaller ele alınarak Konya’da düzenlenen etkinliklere karşı bakış açıları ölçülmek istenmiştir. Katılımcılar “Kesinlikle Katılmıyorum”, “Katılmıyorum”, “Kararsızım”, “Katılıyorum”, “Kesinlikle Katılıyorum” seçeneklerinden birini işaretlemiştir. Elde edilen sonuçların ortalaması alınarak Tablo 4’te verilmiştir.

Tablo 4. Festivallere karşı tutum

<i>Sorular</i>	<i>Ort.</i>	<i>S.S</i>
Modern bir şehir	3,4067	1,27113
Uzun bir geçmişe sahip kültür şehri	4,0727	1,27074
Baskın bir ticaret şehri	3,3870	1,11252
Yemeklerinin çeşitliliği bakımından tam bir gastronomi şehri	3,3477	1,47248
Konya’nın yapılan etkinliklerle şehir imajını artırıp desteklemesine ne ölçüde katılıyorsunuz?	3,4578	1,33572
Konya’ya gelen turistlerin büyük bir kısmı meşhur yemekleri için geliyor.	2,6365	1,15847
Mevlana’dan sonra dikkat çekici unsur yöresel yemeklerdir.	3,3045	1,23897
Yapılan etkinlik/festivallerin yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?	2,4283	1,11595
Festivallerin daha fazla gelişmesi için çaba gösterilmelidir.	4,0413	1,23764

Festivallere yapılan yatırımlar artmalıdır.	3,9430	1,23543
Festivaller, kentin imajını olumlu yönde etkileyecektir.	4,0845	1,24496
Festivaller, kentin turizm imajını artıracaktır.	4,1257	1,24226
Festivaller, kentin turizmüne katkıda bulunacaktır.	4,1395	1,25890
Festivallerin gelişmesini destekliyorum.	4,0511	1,27566
Festivallerin yapılmasından gurur duyarım.	4,0806	1,24838
Festivaller ekonomik kalkınmayı artıracaktır.	4,0609	1,28215
Festivaller yerel kültürün korunmasına yardımcı olacaktır.	4,0629	1,27359
Festivaller tanınırlığı artıracaktır.	4,1415	1,25477
Festival, yerel halkın kendi toplumlarını öğrenmelerini sağlamaktadır.	4,0138	1,29270
Festivallere katılım sağlarım.	3,7485	1,31452
Gastronomik festivaller Konya Mutfağının daha fazla tanınmasına olanak sağlayacaktır.	4,0255	1,26169
Festival aracılığıyla toplum kimliği gelişecektir.	3,9489	1,25857
Yerel halkta festivalleri sahiplenme duygusu oluşacaktır.	3,9273	1,26453
Festivallerin olumlu etkileri olumsuz etkilerinden daha fazla olacaktır.	3,9745	1,23807
Gastronomi festivallerinin az yapılıyor olması Konya mutfağının daha fazla ön plana çıkmamasına neden olmaktadır.	3,8310	1,26232
Konya’da yapılan gastronomi festivallerine dair bilgilere bu anket sayesinde haberdar oldum.	3,6012	1,37328
Festivallerin yapılması esnafın işini olumlu yönde etkileyecektir.	4,0373	1,22658
Festivaller aşırı kalabalıklaşma, gürültü, trafik problemleri gibi sorunlar yaratmaktadır.	2,7485	1,25946
Festivaller yöredeki ürün ve hizmet fiyatlarını artırmaktadır.	3,2377	1,31933

Konya ilinin “güzel çevreye sahip modern bir şehir” olduğuna dair yöneltilen soruya katılımcılar 3,40 oranında ortalama bir cevap vermiştir. “Uzun bir geçmişe sahip kültür şehri” sorusuna 4,07 ortalama ile çoğu katılımcının bu fikre katıldığı ortaya çıkmıştır. “Baskın bir ticaret şehri” sorusuna verilen yanıtların ortalaması ise 3,38’dir. “Yemeklerinin çeşitliliği bakımından tam bir gastronomi şehri” sorusu 3,34 ortalama ile katılımcılar arasında kararsızlık durumu hakim olmuştur. “Konya ilinin yapılan etkinliklerle şehir imajını artırıp desteklemesine ne ölçüde katılıyorsunuz?” sorusu 3,45 ile ortalama değerdedir. “Konya iline gelen turistlerin büyük bir kısmı meşhur yemekleri için geliyordur.” sorusu 2,63 oran ile düşük bir ortalamadadır. “Mevlana’dan sonra dikkat çekici unsur yöresel yemeklerdir.” fikri de 3,30 ortalamadadır.

Anketin devamında katılımcılara yöneltilen sorular festivallerle ilgilidir, sorulara verilen cevapların ortalamaları ise şöyledir;

“Yapılan etkinlik/festivallerin yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?” ve “Festivaller aşırı kalabalıklaşma, gürültü, trafik problemleri gibi sorunlar yaratmaktadır.” soruları, 2,42 ve 2,74

ortalama ile katılımcıların çoğunun katılmadığı sorulardır. “Festivallere yapılan yatırımlar artmalıdır.” 3,94, “Festivallere katılım sağlarım.” 3,74, “Festival aracılığıyla toplum kimliği gelişecektir.” 3,94, “Yerel halkta festivalleri sahiplenme duygusu oluşacaktır.” 3,92, “Festivallerin olumlu etkileri olumsuz etkilerinden daha fazla olacaktır.” 3,97, “Konya ilinde yapılan gastronomi festivallerine dair bilgilere bu anket sayesinde haberdar oldum.” 3,60, “Gastronomi festivallerinin az yapılıyor olması Konya mutfağının daha fazla ön plana çıkmamasına neden olmaktadır.” 3,83, “Festivaller yöredeki ürün ve hizmet fiyatlarını artırmaktadır.” 3,23 ile verilen cevaplar ortalama orandadır. “Festivallerin daha fazla gelişmesi için çaba gösterilmelidir” 4,04, “Festivaller, kentin imajını olumlu yönde etkileyecektir” 4,08, “Festivaller, kentin turizm imajını artıracaktır” 4,12, “Festivaller, kentin turizmine katkıda bulunacaktır” 4,13, “Festivallerin gelişmesini destekliyorum” 4,05, “Festivallerin yapılmasından gurur duyarım” 4,08, “Festivaller ekonomik kalkınmayı artıracaktır” 4,06, “Festivaller yerel kültürün korunmasına yardımcı olacaktır” 4,06, “Festivaller tanınırlığı artıracaktır” 4,14, “Festival, yerel halkın kendi toplumlarını öğrenmelerini sağlamaktadır” 4,01, “Gastronomik festivaller Konya Mutfağının daha fazla tanınmasına olanak sağlayacaktır” 4,02, “Festivallerin yapılması esnafın işini olumlu yönde etkileyecektir” 4,03 ortalamalar ile soruların çoğunluk tarafından olumlu karşılandığı görülmektedir.

Alaçatı Ot Festivali için yapılan çalışmada (Saatçi ve Yalçınkaya, 2018), festivalin yörede olumlu bir imaj yaratması fikri 2,53 ortalamaya sahipken, Konya ilinde festivallerin kentte yaratacağı olumlu imaj fikri 4,08 gibi yüksek bir ortalama sahiptir. Konya ilinde yapılan etkinlik sayısının az olması ve farklı etkinlikler ile adından çok fazla söz ettirememesi gibi nedenlerden dolayı festivallerin şehre hem canlılık katacağı hem de tanıtımlar ile tanınırlığının artacağı fikri hâkimdir. Başka bir çalışmada ise (Dilek vd., 2017) turizmin aşırı kalabalıklaşma ve gürültü, trafik gibi problemleri oluşturacağını düşünenlerin ortalaması 3,24 iken Konya için uygulanan ankette çıkan sonuçlara göre (2,74) turizm kapsamında gerçekleştirilen festivallerin kalabalıklaşma, gürültü ve trafik gibi problemlerin çok fazla sıkıntı yaratmayacağı düşünülmektedir. Bunun sebebi ise farklı çalışmalarda çıkan sonuçlara bakıldığında gürültü ve trafik gibi sorunlar yerel halkı etkilerken, Konya ilinin yüzölçümü bakımından büyük olmasından kaynaklı olarak da şehirde kalabalıklaşma durumu söz konusu olduğunda bile herhangi bir olumsuzluğa sebebiyet vermemektedir.

Anket sonuçları incelendiğinde, gastronomi festivallerinin az yapılıyor olması Konya mutfak kültürünün çok fazla ön plana çıkmasını engellemektedir. Birçok yiyecek adından söz ettiremeyip günümüzde çok fazla tüketilmez olmuştur. Çetin ve arkadaşlarının (2019) yapmış olduğu çalışmada da Türkiye'nin sahip olduğu gastronomi kaynakları göz önüne alındığında, ülke genelinde gastronomi festivallerinin yetersiz olduğu ve yerel mutfakların ön plana çıkarılmadığı düşünülmektedir. Saklı kalmış yüzlerce yiyecek gün yüzüne çıkarılıp yeniden canlanmayı beklemektedir.

4.4. Ki-kare (X^2) Bağımsızlık Testi Analiz Sonuçları

Ki-kare testi, belirlenen değişkenler arasında bütünsel bir ilişki olup olmadığını anlamak için yapılan matematiksel modeldir (Büyüköztürk, 2002: 142). Parametrik olmayan testler içerisinde en yaygın kullanımı olan testlerden biri olan Ki-kare testinin birden fazla uygulama alanları vardır. Eğer iki nitel değişken arasında bir ilişkinin varlığı ortaya koymak istenirse ki-kare bağımsızlık testine başvurmak gerekir (Bakan ve Büyükbeşe, 2004). Ki-kare bağımsızlık testi; 2x2 ya da r x c tipindeki çapraz çizelgelerde gözlenen frekansların (G_{ij}), marjinal olasılıklar yaklaşımına göre hesaplanan teorik frekanslara (T_{ij}) benzerliğini test etmeyi amaçlar (Bircan ve diğerleri, 2003).

Bağımsızlık testinde test edilen hipotezler aşağıdaki gibi kurulur (Özdamar, 2002).

H_0 : Değişkenler bağımsızdır (Değişkenler arasında ilişki yoktur)

H_1 : Değişkenler bağımlıdır (Değişkenler arasında ilişki vardır)

Ki-kare test istatistiği aşağıdaki formüle göre hesaplanır:

$$X^2_{test} = \sum \frac{(G_{ij} - T_{ij})^2}{T_{ij}}$$

Araştırmada Ki-kare testi, katılımcıların Konya'da yapılan etkinliklere karşı bakış açılarını öğrenmek amacıyla oluşturulmuş anketin verileri üzerinden analiz yapılmıştır. Katılımcıların, demografik özellikler bölümünde yanıt verdiği Konyalı olup olmama ve Konya ili hakkında olumsuz bir düşünlerinin olup olmaması durumları göz önüne alınarak Ki-kare tekniği uygulanmıştır. Bu analizdeki amaç; kişilerin "Konya ili hakkında olumsuz düşünceye sahip olanlar ile olmayanlar arasında cevaplarda bir değişiklik olacak mı?" ya da ankete verilen cevaplar kişilerin "Konyalı olup, olmaması ile alakalı mı?" sorularına yanıt bulmaktır. Bu doğrultuda edinilen sonuçlar:

Tablo 5. Kikare analizi

<i>Sorular</i>	<i>Konyalı Mısınız?</i>			<i>Olumsuz Düşünceniz var mı?</i>		
	<i>P</i>	<i>X²</i>	<i>df</i>	<i>P</i>	<i>X²</i>	<i>df</i>
Modern bir şehir	,663>,05	2,398	4	,000<,05	39,311	4
Uzun bir geçmişe sahip kültür şehri	,017<,05	12,010	4	,270>,05	5,177	4
Baskın bir ticaret şehri	,724>,05	2,067	4	,251>,05	5,374	4
Yemeklerinin çeşitliliği bakımından tam bir gastronomi şehri	,181>,05	6,247	4	,002<,05	17,452	4
Konya'nın yapılan etkinliklerle şehir imajını artırıp desteklemesine ne ölçüde katılıyorsunuz?	,143>,05	6,861	4	,297>,05	4,911	4
Konya'ya gelen turistlerin büyük bir kısmı meşhur yemekleri için geliyordu.	,203>,05	5,943	4	,014<,05	12,495	4
Mevlana'dan sonra dikkat çekici unsur yöresel yemeklerdir.	,530>,05	3,168	4	,202>,05	5,967	4
Yapılan etkinlik/festivallerin yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?	,365>,05	4,314	4	,000<,05	38,057	4
Festivallerin daha fazla gelişmesi için çaba gösterilmelidir.	,080<,05	8,324	4	,147>,05	6,803	4
Festivallere yapılan yatırımlar artmalıdır.	,185>,05	6,201	4	,252>,05	5,361	4
Festivaller, kentin imajını olumlu yönde etkileyecektir.	,269>,05	5,188	4	,350>,05	4,435	4
Festivaller, kentin turizm imajını artıracaktır.	,469>,05	3,556	4	,413>,05	3,946	4
Festivaller, kentin turizmine katkıda bulunacaktır.	,122>,05	7,286	4	,285>,05	5,021	4
Festivallerin gelişmesini destekliyorum.	,444>,05	3,726	4	,270>,05	5,169	4
Festivallerin yapılmasından gurur duyarım.	,379>,05	4,202	4	,628>,05	2,595	4
Festivaller ekonomik kalkınmayı artıracaktır.	,232>,05	5,590	4	,586>,05	2,834	4
Festivaller yerel kültürün korunmasına yardımcı olacaktır.	,645>,05	2,500	4	,108>,05	7,595	4
Festivaller tanınırlığı artıracaktır.	,377>,05	4,221	4	,138>,05	6,953	4
Festival, yerel halkın kendi toplumlarını öğrenmelerini sağlamaktadır.	,059<,05	9,103	4	,119>,05	7,344	4
Festivallere katılım sağlarım.	,048<,05	9,593	4	,624>,05	2,618	4
Gastronomik festivaller Konya Mutfağının daha fazla tanınmasına olanak sağlayacaktır.	,654>,05	2,449	4	,215>,05	5,796	4
Festival aracılığıyla toplum kimliği gelişecektir.	,776>,05	1,779	4	,160>,05	6,581	4
Yerel halkta festivalleri sahiplenme duygusu oluşacaktır.	,012<,05	12,795	4	,330>,05	4,609	4

Festivallerin olumlu etkileri olumsuz etkilerinden daha fazla olacaktır.	,009<,05	13,603	4	,006<,05	14,368	4
Gastronomi festivallerinin az yapılıyor olması Konya mutfağının daha fazla ön plana çıkmamasına neden olmaktadır.	,360>,05	4,353	4	,157>,05	6,629	4
Konya'da yapılan gastronomi festivallerine dair bilgilere bu anket sayesinde haberdar oldum.	,738>,05	1,989	4	,372>,05	4,259	4
Festivallerin yapılması esnafın işini olumlu yönde etkileyecektir.	,684>,05	2,283	4	,947>,05	0,732	4
Festivaller aşırı kalabalıklaşma, gürültü, trafik problemleri gibi sorunlar yaratmaktadır.	,138>,05	6,963	4	,832>,05	1,468	4
Festivaller yöredeki ürün ve hizmet fiyatlarını artırmaktadır.	,184>,05	6,209	4	,842>,05	1,412	4

Konya ili hakkında olumsuz bir düşünceye sahip olmayan kişiler olumsuz düşünceye sahip olan kişilere göre daha fazla Konya ilinin güzel bir çevreye sahip modern bir şehir olduğunu düşünmektedir.

Konyalı olan kişiler kentin uzun bir geçmişe sahip kültür şehri olduğu fikrine daha çok katılmaktadır. Sonucun bu şekilde çıkmasının nedeni ise Konyalı kişilerin şehrin tarihini diğer kişilere oranla daha iyi bildiklerinden kaynaklanmaktadır.

Konya iline karşı olumsuz düşüncesi olmayan kişiler Konya yemeklerinin çeşitliliği bakımından tam bir gastronomi şehri olduğunu düşünmektedir.

Konya ili hakkında olumsuz düşüncesi olmayan kişiler şehre gelen turistlerin büyük bir kısmı meşhur yemekleri için geliyordur fikrine katılmamaktadır. Çoğunluk turistlerin Mevlana için geldiğini savunmaktadır.

Konya ili hakkında olumsuz düşüncesi olmayan kişiler, olumsuz düşüncesi olan kişilere göre daha fazla festivallerin yeterli olmadığını ve bu konuda kararsız olduğunu en çok belirten kişilerdir. Bu soruda olumsuz düşünceye sahip kişilerin yetersiz cevabını vermesi beklenirken sonuçlar tam tersi çıkmıştır. Bu durumda kişilerin düşüncelerini olduğu gibi aktardıklarını, anketin güvenilir olduğunu göstermektedir.

Konyalı kişiler şehirdeki festivallerin gelişmesi için daha fazla çaba gösterilmesine katılmaktadır.

Festivaller sayesinde yerel halkın kendi toplumlarını öğrenmelerini sağlayacağı düşüncesine Konyalı olan kişiler daha fazla katılmaktadır. Geçmiş kültürlerin unutulmaması için bu etkinliklerin yapılması gerektiği düşünülmektedir.

Konyalı olan kişiler Konyalı olmayanlara göre daha fazla yapılacak festivallere katılacağını belirtmiştir.

Yerel halkta festivalleri sahiplenme duygusunun oluşacağı fikri doğru orantılı olarak Konyalı olan kişilerde daha fazla artacaktır. Analiz sonuçları da bu düşünceyi desteklemektedir.

Festivallerin olumlu etkileri olumsuz etkilerinden daha fazla olacağına dair düşünceye Konyalı olan ve şehre karşı olumsuz düşüncesi olmayan kişiler daha fazla katılmaktadır.

Analizin diğer sonuçlarında ise yöneltilen bağımsız değişkenler ve festival soruları arasında bir bağlantı bulunamamıştır. Analiz beklenen sonucu vermiştir. Festivallerle ilgili yöneltilen soruların çoğunu katılımcılar, Konyalı olup olmama ya da şehir hakkında olumsuz bir düşünceye sahip olup olmamalarını düşünmeyerek cevaplamıştır. Bu doğrultuda çıkan verilerde katılımcıların tümü festivallerin kentin imajını artıracığına, şehre büyük getirilerinin olacağına, turizme katkısının olacağına ve ekonomiyi iyi yönde etkileyeceğine dair olumlu fikirlere katılmaktadır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmada çıkan sonuçlara bakıldığında festivallere karşı herkesin bakış açısı olumlu yöndedir. Festivallerin yapıldığı bölgeyi yükselteceği fikri hâkimdir. Ne yazık ki bu fikirde olan kişiler bölgede yapılan festivallerden de bir o kadar haberdar değiller. Bunun nedeni ise Konya turizmi tanıtımının yetersiz kalmasıdır. Gerçekleştirilen etkinlikler yapıldığı yerdeki insanlar dışında diğer kişiler tarafından bilinmemektedir. Tanıtımlar iyileştirilip, etkinlikler herkes tarafından ulaşılabilir olursa daha iyi sonuçlar elde edilecektir. Bu yüzden il ve ilçe belediyeleri turizmi ilerletmek ve şehrin tanıtımını üst seviyeye ulaştırmak için beraber hareket etmeli, gelişmeleri de yakından takip etmelidir.

Söz konusu durum Konya yemekleri içinde geçerlidir. Gastronomisi çok kuvvetli bir şehrin yemekleri “Etli ekme, Tirit, Fırın kebabı, Bamya çorbası, Höşmerim ve Sacarası” ile sınırlı kalmamalıdır. Konya mutfağı çok köklü bir mutfaktır. Saray mutfaklarının izlerini taşır ve çoğu mutfak kültürüne de örnek olmuştur. Böylesine bir mutfağın yemekleri, yemek pişirme teknikleri unutulmaya yüz tutmamalıdır. Restoran, otel ve ev mutfaklarında yöresel yemekler yaşatılmalı, Konya ilinde yaşayan halk yöresel yemekler konusunda bilgilendirilmelidir. Şehirde “Aşçı Dede Ateşbaz-ı Veli Sempozyumu” gibi bilimsel etkinliklere sıkça yer verilmelidir. Alanında uzman kişiler halka açık eğitimler vermeli, insanların yöresel yemekleri yapmalarını teşvik edilmelidir.

Teknoloji çağındayız yani düzgün kullanıldığında çok faydalı olacak bir çağdayız. Günümüzde insanlara ulaşmak bu yüzden çok zor bir şey değil. Bu nedenle etkinlikler sadece yerel televizyon ya da radyo yayınlarında değil ulusal kanallarda, sosyal medyada reklam edilmelidir. Konya iline ait web siteleri yeniden düzenlenmeli, araştırıldığında insanları cezbedici fotoğraflara, anlatımlara yer verilmelidir. Böylelikle etkinlikler seyahat etmeyi, yeni yerler keşfedip yeni şeyler tatmayı seven insanların dikkatini çekecek, daha fazla insana ulaşma imkânı sağlayacaktır. Konya konumu itibariyle de merkez durumdadır. İnsanların kolaylıkla ulaşabileceği imkânlarla sahiptir. Bütün bunlar göz ardı edilmemeli, şehrin imajını, kalitesini yükseltecek faaliyetlerde bulunulmalıdır. Bu sayede Konya ili ve Konya iline ait unsurlar değerli hale gelecektir.

6. KAYNAKÇA

- Akbulut, B. A. ve Yazıcıoğlu, İ. (2020). Destinasyon Markası Oluşumunda Gastronomik Kimlik ve imaj: Konya Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1): 100-120.
- Akören Dergisi (2022). Kayasulular Körpe Seyidi Pilav Şenliği. 10.07.2019 [URL:http://akorendergisi.com/news_detail.php?id=3713] (Erişim:30.05.2022)
- Akşehir Belediyesi (2022). Akşehir Kiraz Festivali. 30.06.2019 [URL:<https://www.aksehir.bel.tr/v2/haberler/tum-haberler/16-kultur-ve-sosyal-isler-mudurlugu/567-8-aksehir-kirazi-kultur-ve-sanat-festivali-yapildi>]
- Alptekin, A. (2007). Konya Mutfağı, Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türk Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı.
- Atak, O. (2009). Türk Turizminin Tanıtımında Festivallerin Yeri ve Önemi: Antalya Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aydın, E. (2015). Gastronomi turizminin şehir markalaşmasına etkisi: Afyonkarahisar ili örneği, Yüksek Lisans Tezi, Afyonkarahisar Afyonkocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm letmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Afyonkarahisar.
- Bakan, İ. ve Büyükbeşe, T. (2004), “Çalışanların İş Güvencesi ve Genel İş Davranışları İlişkisi: Bir Alan Çalışması”, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı: 23, Temmuz-Aralık, s. 35-59.
- Beşirli, H. (2011). Türk kültüründe güç, iktidar, itaat ve sadakatin yemek sembolizmi esasında değerlendirilmesi *Türk Kültürü ve Hacı Bektaşî Veli Araştırma Dergisi*, 58. 139-152.
- Beyşehir Belediyesi (2022). Çetmi fasulyesi festivali. 10.09.2021 [URL:<https://www.beysehir.bel.tr/haber/461>] (Erişim:30.05.2022)

- Bircan, H., Karagöz, Y. ve Kasapoğlu, Y. (2003), “Ki-Kare ve Kolmogorov Smirnov Uygunluk Testlerinin Similasyon ile Elde Edilen Veriler Üzerinde Karşılaştırılması”, Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 4, Sayı: 1, Sivas.
- Bottyán, I. (2015). The Impact Of Domestic Gastronomic Festivals On The Local Accomodations, Deturope. 7 (2).188-205.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Sosyal Bilimciler İçin Veri Analizi El Kitabı, 2. Baskı. Pegem Yayıncılık, Ankara.
- Cohen, E. & Avieli, N. (2004). Food in Tourism: Attraction and Impediment, Annals of Tourism Research, 31(4). 755-778.
- Coşkun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S., Yıldırım, E. (2015). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri SPSS uygulamalı, Sakarya Kitapevi.
- Cömert, M., Çetin, K. (2017). Gastronomi temalı yerel festivaller üzerine bir değerlendirme, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi. 10(54).
- Çela A., Lankford-Knowles, J. & Lankford, S. (2007). Local Food Festivals İn Northeast Iowa Communities: A Visitor And Economic İmpact Study. Managing Leisure, 12(2-3), 171-186.
- Çetin, M., Demirel, H., Çetin, K. (2019). Gastronomi konulu festivaller: Türkiye örneği, VIII. National IV. International Eastern Mediterranean Tourism Symposium. Mersin.
- Demirgil, H. (2005). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, Ed: Şeref Kalaycı, 1. Baskı. Ankara.
- Dilek, S.E., Çoban, Ö., Harman, S. (2017). Hasankeyf Halkının Turizmin Gelişimine Yönelik Tutumu, Turizm ve Araştırma Dergisi, 6 (2).59-72.
- Doğanlı, B. (2006). Turizmde Destinasyon Markalaşması ve Antalya Örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Doğdubay, M., İlsay, S. (2016). Bir iletişim biçimi olarak gastronomi konulu festivaller, Detay Yayıncılık, Ankara. 169-193.
- Ereğli Belediyesi (2022). Ereğli beyaz kirazı.14.06.2014 [URL:<http://www.eregli.bel.tr/tr-407946456-a407500142/Beyaz-Kiraz>] (Erişim:30.05.2022)
- Getz, D., Brown, G. (2006) Critical Success Factors For Wine Tourism Regions: A Demand Analysis, Tourism Management, 27(1). 146–158.
- Güler, S. (2010), Türk Mutfak Kültürü ve Yeme İçme Alışkanlıkları, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi, (26), 24- 30.
- Halıcı, F., (1982), Neolitik Çağdan Günümüze Anadolu Mutfağı ve Bu Mutfağın İnançımızdaki Kutsal Yeri. Türk Mutfağı Sempozyumu Bildirileri. Kültür ve Turizm Bakanlığı, MİFAD Yayınları: 41, Seminer, Kongre Bildirileri Dizisi:12. Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.133-138.

- Halıcı, N. (2005). Konya Yemek Kültürü ve Konya Yemekleri, Rûmî Yayınları, İstanbul.
- Halıcı, N. (2014). Geçmişin İzleriyle Sille Mutfağı, Selçuklu Belediyesi Yayınları, Konya.
- Kadınhanı Belediyesi (2022). Kadınhanı Tahinli Pide Festivali. 02.09.2019
[URL:<http://www.kadinhani.gov.tr/kadinhani-tahinli-pide-festivali-yapildi>] (Erişim:
30.05.2022)
- Kut, G. (2000). Mutfağın Günlük Yaşamımızdaki Yeri Dünü-Bugünü, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- Lee, S. & Arcodia, C. (2011). The role of regional food festivals for destination branding, *International Journal of Tourism Research*,13 (4), 355-367.
- Long, L. M. (2004). Culinary Tourism. University Press Of Kentucky, Lexington.
- Mitchell, R. & Hall, C.M. (2003). Consuming tourism: Food tourism consumer behavior. In Hall, C.M., Sharples , L. , Mitchell , R. , Macions , N. and Cambourne , B. (Eds.) *Food Tourism Around The World: Development, Management And Markets*, Butterworth-Heinemann. Boston.
- Odabaşı, A. S, (2001). Konya Mutfak Kültürü, Konya Ticaret Odası Kültür ve Eğitim Yayınları, No:26, Konya.
- Odabaşı, A.S. (2000). Geçmişten Günümüze Konya Kültürü, Selçuklu Belediyesi Kültür Yayınları, Konya.
- Özdamar, K. (2003), *Modern Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Kaan Kitabevi, Eskişehir, s. 52-53.
- Özdemir, Ş. ve Karaca, Y. (2009). Kent Markası ve Marka İmajının Ölçümü: Afyonkarahisar Kenti İmajı Üzerine Bir Araştırma, *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi*, Afyonkarahisar, 5(2).
- Pederson, L. B. (2012). Creativity in gastronomy- exploring the connection between art and craft, (Unpublished Thesis), Copenhagen Business School, Frederiksberg.
- Quan, S. & Wang, N. (2004) Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism, *Tourism Management*, 25(3), 297–305.
- Saatçı, G., Yalçınkaya, T. (2018). Yöresel festivallerin yerel halk üzerindeki etkileri: Alaçatı Ot festivali örneği, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Van, (18), s.153-170.
- Sağır, A. (2012). Bir yemek sosyolojisi denemesi örneği olarak tokat mutfağı. *Turkish Studies, International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 7(4).
- Seçim, Y. (2019). Konya Mutfağı Mutfak Kültürü ve Yemekleri, *Literatürk Academia Yayınları*, Konya.
- Sormaz, Ü. (2018). Konya Mutfak Kültürü, Necmettin Erbakan Üniversitesi Kültür Yayınları, 34, Konya.

Sürücüoğlu, M.S, Özçelik, A.Ö. (2008). Türk Mutfak Ve Beslenme Kültürünün Tarihsel Gelişimi, 38. İCANAS Kongres, Ankara, 1289-1310.

Trt haber (2022). Hüyük Çilek Festivali. 29.05.2021
[URL:https://www.trthaber.com/haber/ekonomi/konyanin-huyuk-cilegi-tescillendi
584489.html] (Erişim: 30.05.2022)

Tuzlukçu Belediyesi (2022). Üzüm, Karpuz, İpek Halı ve Kültür Festivali. 21.09.2014
[URL:https://www.tuzlukcu.bel.tr/haber-53-tuzlukcu-da-festival.html] (Erişim:30.05.2022)

Visser , M. (1991). The Rituals of Dinner, Penguin Group, NewYork .

Yenihaber (2022). Konya Gazyağcı Yemek Festivali. 07.08.2019
[URL:https://www.yenihaberden.com/konya-yemekleri-gazyagcinin-festivalinde-tanitilacak-
1111130h.htm] (Erişim:30.05.2022)

1. Çıkar Çatışması Beyanı: Çalışmanın yazarları arasında herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

2. Etik Kurul İzin Belgesi: Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi Etik Kurul Komisyonu'ndan 18.12.2020 tarih ve 03 sayılı toplantısı ile izin alınmıştır.

3. Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

4. Destek ve Teşekkür Bilgisi: Bu makale, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde, Yıldız ÜNLÜ tarafından hazırlanan ve Prof. Dr. Hatice Ferhan NİZAMLIOĞLU danışmanlığında yürütülen yüksek lisans tezinden üretilmiştir. Bu çalışma sırasında kıymetli bilgi, birikim ve tecrübeleri ile bana yol gösterici ve destek olan değerli danışman hocama sonsuz teşekkür ve saygılarımı sunarım.

Evaluation of Konya Cuisine in The Scope of Gastronomy Festivals

Yıldız ÜNLÜ

Kütahya Dumlupınar University, Pazarlar Vocational School, Kütahya/Turkey

Hatice Ferhan NİZAMLIOĞLU

Konya Necmettin Erbakan University, Faculty of Tourism, Konya/Turkey

Extensive Summary

Gastronomy refers to the differences of country or regional cuisines, people's food and beverage habits and the methods of preparing food. Each country, even the regions within the country, has its own unique culinary culture according to their location and habits. Culinary cultures also include the diet of the communities living in the region in question, the way they prepare food, the tools and equipment they use, and the manners of eating. Gastronomy also covers all the factors of the culinary. With its general concept, gastronomy is defined as the transformation of food and beverage culture into science and art.

Many festivals on gastronomy are held in the world and in our country. In these organized festivals, food is considered a culture and provides quality and fine dining experience to its visitors. In this study, based on the gastronomy festivals held in our country, gastronomy festivals held in Konya and its districts were emphasized. Konya has hosted many cultures and has become a city with a great historical past thanks to the interaction of cultures. One of the areas where these cultures have had the greatest impact is the food culture. When Konya's culinary culture is examined, a rich variety of recipes can be found. However, this diversity has not been brought to light much, and certain foods and food culture have remained suspended. When the events organized in Konya were investigated, it was observed that the promotions were insufficient and the events were not given much space. For this reason, in the study, situations such as what the local people think about Konya food culture, how much knowledge they have about the food, and whether they will support when gastronomy festivals are organized were taken into consideration. It is aimed to find solutions about how the promotion of Konya food culture and the sustainability of gastronomy festivals should be.

In the research; It is aimed to get their opinions on the future of gastronomy festivals in line with the questionnaire applied to the artisans of Konya, cooks in the tourism sector, students and experts related to tourism. Since the applied questionnaire is a long 4-page questionnaire, it was distributed by the interviewers and the participants were ensured to fill the questionnaire completely. During the questionnaire distribution, which lasted for two weeks, 557 out of 632 questionnaires were distributed

and collected back. 48 of the distributed questionnaires were not evaluated due to incomplete information. Study analyzes were carried out with the remaining 509 questionnaires.

The obtained data were analyzed by transferring them to the statistical package program. In accordance with the content of the research, complementary statistical information such as frequency, standard deviation, mean and Chi-square test, which is a non-parametric test, was used and interpreted in the analysis of the data. The study is important in terms of shedding light on the activities that will be held in the future related to bringing Konya food culture to the fore.