

**TAM METİN / ÖZET METİN
BİLDİRİLER KİTABI**

PROCEEDINGS BOOK

**3. ULUSLARARASI | 3RD INTERNATIONAL
MEZOPOTAMYA | MESOPOTAMIA
İNANÇ, KÜLTÜR VE | FAITH, CULTURE AND
GASTRONOMİ TURİZMİ | GASTRONOMY TOURISM
KONGRESİ | CONGRESS**

DİJİTAL ÇAĞDA İNANÇ, KÜLTÜR ve GASTRONOMİ
FAITH, CULTURE AND GASTRONOMY IN THE DIGITAL AGE

EDİTÖRLER

Prof. Dr. Bahar BURTAN DOĞAN
Doç. Dr. Çağdaş ERTAŞ
Dr. Öğr. Üyesi Nesrin SAVAŞ
Dr. Öğr. Üyesi Ramazan KARAMAN



www.dicle.edu.tr/birimler/inanckulturturizmi

www.dicle.edu.tr/en/birimler/faithculturetourism

DİCLE ÜNİVERSİTESİ YAYINEVİ

ISBN: 978-625-92137-0-5

Bu kitapta yayımlanan her bir çalışmaya ait her türlü yasal/akademik ile bilim, etik ve dil sorumluluk çalışma yazarına / yazarlarına aittir.

© Dicle Üniversitesi Yayınevi

Her hakkı saklıdır. Yazarından ve yayınevinden yazılı izin alınmaksızın bu kitabın fotokopi veya diğer yollarla kısmen veya tamamen çoğaltılması, basılması ve yayınlanması yasaktır. Aksine davranış, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu gereğince, 5 yıla kadar hapis ve adli para cezaları ile fotokopi ve basım aletlerine el konulmasını gerektirir.

Kütüphane Bilgi Kartı

Editörler: Bahar Burtan Doğan, Çağdaş Ertaş, Nesrin Savaş, Ramazan Karaman

3. Uluslararası Mezopotamya İnanç, Kültür ve Gastronomi Turizmi Kongresi, 2025

Baskı Yılı: 2026, ISBN: 978-625-92137-0-5, xlviii + 628 sayfa, kaynakça var, izin yok



DİCLE ÜNİVERSİTESİ YAYINEVİ

Dicle Üniversitesi Yerleşkesi Fetih Mahallesi 21280 Sur/Diyarbakır

Tel : (0412) 241 10 00

ÖNSÖZ

Turizm sosyo–ekonomik kalkınmadan her ölçekte uzlaş, diyalog, işbirliği ve dayanışmaya kadar gerek bireylerin gerekse de toplumların yaşantılarının her alanına dokunup iz bırakan bir faaliyettir. Ülkemiz de sahip olduğu nice eşsiz hazineleri sayesinde turizmde her geçen yıl hedeflerini büyütmede ve bu alanda daha üst sıralara tırmanmaktadır. Tarihi, kültürü ve doğayı koruyan bir anlayış dâhilinde stratejik önem verdiği turizmin sürdürülebilir gelişimini sağlamak için yoğun çaba sarf etmektedir.

Turizm sektörü, günümüzde ivmelenen küresel gelişme ve değişimlerden, hizmet verdiği kitlelerin karakter, tercih ve beklentilerindeki değişimlerden, artan rekabetten doğrudan etkilenmektedir. Bu rekabette avantajlı konuma geçilebilmek ise hedef kitlelerin beklentilerini karşılayabilecek projelerin hayata geçirilebilmesidir.

Medeniyetler beşiği olan Diyarbakır'ımız sahip olduğu maddi manevi miras, altyapı ve üstyapı ile turizmde rakiplerinin önüne geçmesini sağlayacak avantajlara fazlasıyla sahiptir. Kadim kentimizin dünyada eşi benzeri olmayan tarihi surları, hanları, Ulu Cami başta olmak üzere camileri, Dört Ayaklı Minaresi, On Gözlü Köprüsü, Çayönü Höyüğü, Hasuni Mağaraları, Zerzevan Kalesi, Hevsel Bahçeleri, bu mirasın ilk akla gelen örnekleridir.

Artan rekabet ortamında Diyarbakır'ımızı turizm açısından üstün kılan alanların geliştirilmesi Üniversitemizin öncelikleri arasındadır. Bu bağlamda ilk olarak inanç boyutu ön plana çıkmaktadır. Yüzyıllardır farklı inançları bünyesinde barındıran Diyarbakırımız her karış toprağında çok sayıda tarihi cami, kilise, havra, sinagog ve türbeye ev sahipliği yapmaktadır. Hatta tarihi Sur içinde cami, kilise ve sinagog aynı sokakta yer almaktadır. Hz. Süleyman Cami Şerifi yerleşkesindeki Sahabe Türbesi, Eğil ve Ergani'deki peygamber kabirleri, bu alanda dünyaya mal olmuş eserlerdir. Onlarca farklı medeniyete ev sahipliği yapmış olması da, Diyarbakır'da çok kültürlülüğe dayanan bir sosyal dokunun kuşaktan kuşağa aktarılmasını sağlamıştır.

Bu çok kültürlülüğün beraberinde getirdiği gastronomi ve mutfak sanatları da inanç ve kültürün iç içe geçtiği Mezopotamya topraklarında, insanlık tarihinin en güçlü ortak paydalarından biridir. Bu kadim coğrafyada her yemek bir inancı, her tat bir kültürü temsil eder. İnançların çeşitliliği, sofralara yansıyan zenginlikte; kültürel miras ise gastronominin sürekliliğinde hayat bulur. Kitapta, Mezopotamya mutfağını sadece lezzetleriyle değil, taşıdığı anlamlarla, ritüellerle ve toplumsal hafızayla yeniden keşfediyoruz. Gastronomi turizmi, bu mirası geleceğe taşıyan, kültürel sürdürülebilirliği güçlendiren en etkili köprülerden biridir.

Bu kongrenin, konuyla ilgili yeni araştırmalara ışık tutması bakımından tarihi bir işlev üstleneceğine inancım tamdır. Kongrenin düzenlenmesinde emeği geçen herkese teşekkürlerimi sunarım.

Prof. Dr. Kamuran ERONAT
Dicle Üniversitesi Rektörü

SUNUŞ

Günümüz itibarıyla gerek küresel gerekse de bölgesel nizamın ve dengelerin hızla değiştiği bir dönemden geçilmektedir. Bu dönem aynı zamanda yeni bir dünya düzeninin doğum sancılarının da yaşandığı zaman dilimine tekabül etmektedir. İnanç, kültür ve gastronomi turizmi öznesinde küresel ölçekte hâkim olan ana trendlere ve turizm ile olan bağlantılarına değinmek gerekirse, dünyada on yıllardır süre gelen birinci trend, ulusal ekonomilerde tarım ve sanayi sektörünün payları azaldığını, bu azalış oranında da hizmetler sektörünün payı yükseldiğini ortaya koymaktadır. Hizmetler sektöründe ise turizm hiç kuşkusuz en önde gelen paydaş olarak karşımıza çıkmaktadır.

Toplumların üretimlerinin süreç içerisinde artma eğiliminde olması, altı çizilmesi gereken ikinci trenddir. Detaylandırmak gerekirse, 1961–2023 döneminde enflasyona göre düzeltilmiş küresel GSYİH, yaklaşık 8.5 kat, dünya nüfusu ve kişi başına düşen gelir de kabaca 3'er kat artmıştır. Üretim faaliyetlerinde verimliliğin artması, bireylere harcanabilir gelirlerindeki artışla desteklenen daha fazla boş zaman da sağlamıştır. Maslow'un da işaret ettiği üzere bireyler, kendi içlerinde bir hiyerarşi oluşturan daha üst ihtiyaçlarını tatmin etme eğilimindedirler. Bu kapsamda; uçak gibi ulaşım ve cep telefonu gibi iletişim teknolojileri, alternatif konaklama olanaklarına ve bilgiye erişime kolaylaştıran internet tabanlı uygulamalar ve sair dijital vasıtalar, bireylere daha fazla zaman ve geliri turistik aktivitelere tahsis imkânı sağlamıştır. Bu nedenle de turizm, önümüzdeki yıllarda daha fazla harcama çekme potansiyeline sahip sektörlerin başında gelmektedir. Gerek nominal, gerekse de satın alma gücü paritesine göre dünya ülkeleri sıralamasında hızla üst basamaklara tırmanmaya devam eden Çin ve Hindistan, bu alanda ciddi potansiyel içermektedir.

Değnilmeden geçilemeyecek diğer trendler ise turizm çeşitlendirmesi ve şehir turizmi terimleri ile karakterize edilen olgular bütünüdür. Yeni temalar, artan rekabet koşulları ve sürdürülebilirlik gibi gereksinimler, turizm çeşitlendirmesi kavramı bünyesinde vücut bulmuştur. Daha da somut ifade etmek gerekirse turizm çeşitlendirmesi bir destinasyonda, turizmden elde edilen geliri artırmak veya mevsimselliği dengelemek amacıyla, farklı ziyaretçilerin ihtiyaç ve isteklerine hitap edecek uygunlukta ve özgünlükte turistik ürün ve hizmetler oluşturulması çabalarıdır. Şehir turizmi ise, Dünya Turizm Örgütü'ne göre yönetim, üretim, ticaret ile hizmetler gibi tarım dışı ekonomi ve gelişmiş ulaşım özelliklerine sahip kentsel alanlarda gerçekleştirilen turizm faaliyetlerini içermektedir. Bu perspektiften bakıldığında turizm sadece gelir artışı kaynaklı değil, ekonomik ve sosyal kalkınma, kültürel diplomasi, küresel barış ve entegrasyon açısından da kritik roller üstlenme potansiyelini haizdir. İnsanlık tarihindeki pek çok ilklere sahne olan Mezopotamya coğrafyası, bu coğrafyanın sıklet merkezlerinin başında gelen Güneydoğu Anadolu Bölgesi ve bu coğrafyanın kalbi Diyarbakır, dünyanın en eski yerleşim alanlarını ve geçen yüzyıllar içerisinde bu lokasyonlarda vücut bulan ve birbirleri ile eşsiz bir uyum dahilinde harmanlanan kültür, inanç ve gastronomi zenginliklerine de ev sahipliği yapmaktadır.

Diyarbakır gibi geçmişi 12.500 yıl öncesine dayanan kentler, sahip oldukları özgün karakteristikleri bulunan tabiat ve mimarileri ile kültürel ve tarihsel mirasları sayesinde öne çıkmakta, bu şehirler için turizmin rolü daha derin ve çok boyutlu bir içeriğe kavuşmaktadır. Bu rolün derinliğini ve çok boyutluluğunu sağlayan somut varlıklara değinmek gerekirse, Diyarbakır'ın Tarihi Surları, kentin kültürel kimliğinin en önemli unsuru olarak ilk akla gelen anıtsal yapı ve kentin karakteristiğinin simgesi konumundadır. Ergani ilçesindeki Çayönü Höyüğü'nde, insanoğlu ilk kez tarım ve hayvancılığa dayalı yerleşik hayata geçişin temelini

atmıştır. Karacadağ bölgesi, insan eliyle yetiştirilen ilk hububata ev sahipliği yapan topraklar olarak tarihteki yerini almıştır. Bölgenin en sıra dışı tarihi simgelerinden bir diğeri de, son yıllarda ülke ve dünya kamuoyunun gündeminde bir zamanlar Roma İmparatorluğu için stratejik bir sınır garnizonu olarak hizmet vermesi, UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi'nde yer alması ile yer alan Zerzevan Kalesi'dir. Hevsel Bahçeleri ise Dicle Nehri'nin bereketli topraklarında binlerce yıldır tarımsal üretimin yapıldığı, doğayla tarihin iç içe geçtiği bir alan olarak kentin UNESCO Dünya Kültür Mirası'nda yer alan zenginliğidir.

Tüm bu eserler, Diyarbakır'ın insanlık tarihinin en büyük dönüşümlerine tanıklık etmesinin şahitleri olarak günümüzde halen ayakta durmaktadırlar. Selçuklulardan Artuklulara, Osmanlı'dan Cumhuriyet dönemine kadar uzanan eşsiz mimarisi ve kültürü ile bu topraklar, yalnızca görsel değil, aynı zamanda duygusal ve düşünsel bir deneyim de sunmaktadır. Bu anlamda Diyarbakır yalnızca bir destinasyon değil; aynı zamanda bir medeniyetler beşiğidir. İnsanlık tarihini etkileyen bu gelişim süreçleri, kentin kültürel alt-üstyapısını şekillendirmiştir. Gastronomisi, mutfak ve el sanatları ile çok kültürlülüğün yoğurduğu hoşgörü temelli kentin sosyal sermayesi, günümüze kadar gelebilmiş ve kenti ayakta tutan iskelet olmuştur.

Bugün içinde bulunduğumuz çağ, turizmi hızlı tüketime değil, anlamlı deneyime dönüştürme çağıdır. Bu dönüşümde bizlere düşen görev turizmi sadece tanıtmak değil, aynı zamanda anlatmak, anlamlandırmak ve yaşatmak olmalıdır. Dicle Üniversitesi olarak bizler de, turizmi salt bir ekonomik faaliyet olarak değil, insan-merkezli, kültür-odaklı ve çevre-duyarlı bir yaklaşımın parçası olarak görmekteyiz. Bu kapsamda, Diyarbakır'da inanç, kültür ile gastronomi eksenlerini de kapsayacak şekilde gerçekleştirilen ilk turizm kongresine yaklaşık 180 adet bildiri gönderilmiş ve sunulmuştur. Tam metin ya da özet metin bildirilerinin nihai halini tarafımıza ileten araştırmacıların bildirileri, bu kitapta bir araya getirilmiştir. Dicle Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi olarak üstlendiğimiz kongremizin organizasyonunda özveriyle çalışan düzenleme kurulumuza ve fakültemiz çalışanlarına, emeği geçen tüm paydaşlarımıza, destekçilerimize, basın mensuplarımıza, oturumlarımızda görev alan değerli konuşmacılarımıza ve tüm katılımcılarımıza teşekkür ediyorum. Bu duygu ve düşüncelerle üniversitemiz adına siz turizm sevdalılarını sevgiyle ve saygıyla selamlıyorum.

Prof. Dr. Bahar BURTAN DOĞAN
Dicle Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dekanı
Kongre Düzenleme Kurulu Başkanı

ONUR KURULU

Mehmet Nuri ERSOY - Türkiye Cumhuriyeti Kùltür ve Turizm Bakanı

Murat ZORLUOĞLU - Diyarbakır Valisi

Prof. Dr. Kamuran ERONAT - Dicle Üniversitesi Rektörü

DANIşMA KURULU

Prof. Dr. Abdulcelil ÇAKICI	Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Aytaç OşKUN	Dicle Üniversitesi
Prof. Dr. Carlos COSTA	Aveiro Üniversitesi
Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT	Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Cihan OBANOğLU	Güney Florida Üniversitesi
Prof. Dr. Dallen Timothy	Arizona Eyalet Üniversitesi
Prof. Dr. David FENNEL	Brock Üniversitesi
Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN	İzmir Kavram Meslek Yüksekokulu
Prof. Dr. Emrah ÖZKUL	Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOğLU	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Prof. Dr. Fevzi OKUMUş	Florida Merkez Üniversitesi
Prof. Dr. Füsün İSTANBULLU DİNÇER	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Hasan KILIÇ	Doğu Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Kamil UNUR	Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Kemal BİRDİR	Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Kenneth F. HYDE	Auckland Teknoloji Üniversitesi
Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA	Kayseri Üniversitesi
Prof. Dr. Levent ALTINAY	Oxford Brookes Üniversitesi
Prof. Dr. Lokman TOPRAK	Mardin Artuklu Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet AÇIKGÖZ	GAP Bölge Kalkınma İdaresi Başkan Yardımcısı
Prof. Dr. Mehmet Onur GÜLBAHAR	Batman Üniversitesi
Prof. Dr. Mithat Zeki DİNÇER	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Muharrem TUNA	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Muzaffer UYSAL	Massachusetts Amherst Üniversitesi
Prof. Dr. Metin KOZAK	Kadir Has Üniversitesi
Prof. Dr. Ozan BAHAR	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Prof. Dr. Öcal USTA	İstanbul Kent Üniversitesi
Prof.Dr. Serhat HARMAN	Mardin Artuklu Üniversitesi
Prof. Dr. Stanislav IVANOV	Varna İşletme Üniversitesi
Prof. Dr. őule AYDIN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Yüksel, EKİNCİ	Portsmouth Üniversitesi
Prof. Dr. Zafer ÖTER	İzmir Katip elebi Üniversitesi

BİLİM KURULU

- Prof. Ahmet ÇAVUŞ - Atatürk Üniversitesi
- Prof. Ahmet KÖROĞLU - Balıkesir Üniversitesi
- Prof. Azize HASSAN - Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
- Prof. Bahattin ÖZDEMİR - Akdeniz Üniversitesi
- Prof. Bayram ŞAHİN - Balıkesir Üniversitesi
- Prof. Beykan ÇİZEL - Akdeniz Üniversitesi
- Prof. Burçin Cevdet ÇETİNSÖZ - Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi
- Prof. Cafer TOPALOĞLU - Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
- Prof. Deniz KARAGÖZ - Anadolu Üniversitesi
- Prof. Düriye BOZOK – Balıkesir Üniversitesi
- Prof. Erkan SAĞLIK - Sivas Cumhuriyet Üniversitesi
- Prof. Erol DURAN - Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
- Prof. Fatma Özlem GÜZEL - Akdeniz Üniversitesi
- Prof. Fevzi RENÇBER – Şırnak Üniversitesi
- Prof. Gökalg Nuri SELÇUK - Atatürk Üniversitesi
- Prof. Hüseyin ÇEKEN - Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
- Prof. İbrahim BAZ – Şırnak Üniversitesi
- Prof. İbrahim GİRİTLİOĞLU - Gaziantep Üniversitesi
- Prof. Kasım ERTAŞ – Şırnak Üniversitesi
- Prof. Lütfi ATAY - Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
- Prof. Mustafa BOZ - Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
- Prof. Murat DOĞDUBAY - Balıkesir Üniversitesi
- Prof. Murat YEŞİLTAŞ - Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
- Prof. Nilgün AVCI - Ege Üniversitesi
- Prof. Nuray TÜRKER - Karabük Üniversitesi
- Prof. Oğuz TÜRKAY - Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
- Prof. Oktay EMİR - Anadolu Üniversitesi
- Prof. Onur GÜLBAHAR - Batman Üniversitesi
- Prof. Oya BERKAY KARACA - Çukurova Üniversitesi
- Prof. Özlem KÖROĞLU - Balıkesir Üniversitesi
- Prof. Rahman TEMİZKAN - Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
- Prof. Saadet Pınar TEMİZKAN - Eskişehir Osmangazi Üniversitesi

Prof. Seda ŞAHİN - Balıkesir Üniversitesi
Prof. Selda UCA - Kocaeli Üniversitesi
Prof. Serap ÖZDOL KUTLU - Ege Üniversitesi
Prof. Sevda BİRDİR - Mersin Üniversitesi
Prof. Tülay GÜZEL - Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Prof. Uysal YENİPİNAR - Mersin Üniversitesi
Prof. Yasin BİLİM - Necmettin Erbakan Üniversitesi
Prof. Yılmaz AKGÜNDÜZ - Dokuz Eylül Üniversitesi
Doçent Ahmet YARIŞ - Mersin Üniversitesi
Doçent Alaattin BAŞODA - Aksaray Üniversitesi
Doçent Ali İSKENDER - Atatürk Üniversitesi
Doçent Ali TÜRKER - Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Doçent Alper KURNAZ - Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Doçent Ayşe ŞAHİN YILMAZ - Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Doçent Bayram KANCA - Giresun Üniversitesi
Doçent Bekir Bora DEDEOĞLU - Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doçent Caner ÇALIŞKAN - Adıyaman Üniversitesi
Doçent Derya TOKSÖZ KILIÇ - Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Doçent Duran CANKÜL - Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Doçent Duygu EREN - Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doçent Erhan BOĞAN - Adıyaman Üniversitesi
Doçent Ertuğrul DÜZGÜN - Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Doçent Feridun DUMAN - Batman Üniversitesi
Doçent Gökhan YILMAZ - Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Doçent Gül ERKOL BAYRAM - Sinop Üniversitesi
Doçent Gülseren ÖZALTAŞ SERÇEK - Mardin Artuklu Üniversitesi
Doçent Gürkan AKDAĞ - Mersin Üniversitesi
Doçent Hai NGUYEN - Greenwich Üniversitesi
Doçent Halil İbrahim KARAKAN - Gaziantep Üniversitesi
Doçent Hande AKYURT KURNAZ - Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Doçent Hasan KÖŞKER - Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi
Doçent İsmet TUNÇ – Şırnak Üniversitesi
Doçent Mehmet Sedat İPAR - Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Doçent Neslihan SERÇEOĞLU - Atatürk Üniversitesi

Doçent Oğuz NEBİOĞLU - Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi
Doçent Okan ÇOLAK - Harran Üniversitesi
Doçent Ozan ATSIZ - Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doçent Ozan GÜLER - Mersin Üniversitesi
Doçent Ozan KAYA - Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Doçent Ömer ÇOBAN - Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doçent Reşat ARICA - Batman Üniversitesi
Doçent Seçkin ESER - Kırklareli Üniversitesi
Doçent Seden DOĞAN - Güney Florida Üniversitesi
Doçent Sinan GÖKDEMİR - Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Doçent Şaban KARGİGLİOĞLU - Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Doçent Tolga Fahri ÇAKMAK - Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi
Doçent Volkan GENÇ - Batman Üniversitesi
Doçent Wenjie CAI - Greenwich Üniversitesi
Doçent Yusuf KARAKUŞ - Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi
Dr. Ahmad SHEIKHI - Isfahan Üniversitesi
Dr. Ahmed ZAREER - Luminus Teknik Üniversitesi
Dr. Hasret ULUSOY MUTLU - Balıkesir Üniversitesi
Dr. Javaneh MEHRAN - Karlstad Üniversitesi
Dr. John Umit PALABIYIK - Framingham Devlet Üniversitesi
Dr. Mehmet Nuri SEVGİN - Siirt Üniversitesi
Dr. Merve OFLUOĞLU - Harran Üniversitesi
Dr. Nadzeya SABATINI - Università della Svizzera Italiana
Dr. Vahid GHASEMI, Universidade Europeia in Lisbon
Dr. Zélia BREDA - Aveiro Üniversitesi

DÜZENLEME KURULU

Başkan

Prof. Dr. Bahar BURTAN DOĞAN-Dicle Üniversitesi

Başkan Yardımcısı

Doç. Dr. Çağdaş ERTAŞ-Dicle Üniversitesi

Üyeler

Prof. Dr. Aytaç ÇOŞKUN-Dicle Üniversitesi

Prof. Dr. Çiğdem SABBAĞ-Adıyaman Üniversitesi

Prof. Dr. Fahrettin GÖĞÜŞ-Gaziantep Üniversitesi

Prof. Dr. H. Musa BAĞCI-Dicle Üniversitesi

Prof. Dr. Lokman TOPRAK-Mardin Artuklu Üniversitesi

Prof. Dr. Mahmut Nedim BAYUK-Harran Üniversitesi

Prof. Dr. Yusuf ÇINAR-Batman Üniversitesi

Doç. Dr. Abdullah BAYCAR-Siirt Üniversitesi

Doç. Dr. Cüneyt ÖZ-Dicle Üniversitesi

Doç. Dr. Gültekin AKTAŞ-Dicle Üniversitesi

Doç. Dr. Kadir ÇAKAR - Mardin Artuklu Üniversitesi

Doç. Dr. Melih AYDIN-Kilis 7 Aralık Üniversitesi

Doç. Dr. Mustafa Uğurlu ARSLAN-Dicle Üniversitesi

Doç. Dr. Sadık SERÇEK-Dicle Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Nesrin SAVAŞ-Dicle Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Ramazan KARAMAN-Dicle Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Sedat ÇELİK-Şırnak Üniversitesi

Mehmet Kaya-Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası

Sekreteryası

Öğr. Gör. Adnan Burak ACAR-Dicle Üniversitesi

Öğr. Gör. Cüneyt ATEŞ-Dicle Üniversitesi

Öğr. Gör. Fatoş METİN-Dicle Üniversitesi

Öğr. Gör. Yusuf KARA-Dicle Üniversitesi

Resul AKKAYA-Dicle Üniversitesi

DAVETLİ KONUŞMACILAR

Prof. Dr. A. Celil ÇAKICI - Mersin Üniversitesi, Türkiye

Prof. Dr. David Fennell - Brocky University, Kanada

Prof. Dr. Hüseyin ÇEKEN - Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye

Prof. Dr. Kamil UNUR - Mersin Üniversitesi, Türkiye

Prof. Dr. Muharrem TUNA - Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye

Prof. Dr. Murat YEŞİLTAS - Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Türkiye

Doç. Dr. Hai Nguyen - Greenwich University, Birleşik Krallık

Doç. Dr. Mehmet BAHAR - Kapadokya Üniversitesi, Türkiye

Doç. Dr. Turgay BUCAK - Dokuz Eylül Üniversitesi, Türkiye

Dr. Razaq Raj - Leeds Beckett University, Birleşik Krallık

KONGRE PROGRAMI

/

CONGRESS PROGRAM

AÇIŞ PROGRAMI
6 KASIM 2025 / 10:00
DİCLE ÜNİVERSİTESİ 15 TEMMUZ KÜLTÜR VE KONGRE MERKEZİ
CAHİT SITKI TARANCI SALONU

Saygı Duruşu ve İstiklal Marşı

İNANÇ, KÜLTÜR VE | FAITH, CULTURE AND

AÇIŞ KONUŞMALARI

İrfan TEKİN

Diyarbakır İl Kültür ve Turizm Müdürü

Mehmet Kaya

Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı

Prof. Dr. Bahar Burtan Doğan

Dicle Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dekanı

Prof. Dr. Kamuran Eronat

Dicle Üniversitesi Rektörü

Murat Zorluoğlu

Diyarbakır Valisi

Müzik Dinletisi

Dicle Üniversitesi Devlet Konservatuvarı

KONGRE ANA TEMA AÇILIŞI

Prof. Dr. Muharrem Tuna

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi / Turizm Akademisyenleri Derneği Başkanı

Özet/Tam Metin Bildiri Gonderimi Son Tarihi: 20 Ekim 2025
Deadline For Abstract/Full-Text Submission: October 20, 2025

www.dicle.edu.tr/birimler/inanckulturturizmi
www.dicle.edu.tr/en/birimler/faithculturetourism



KEYNOTE OTURUMU 1

10:45-11:45

CAHİT SITKI TARANCI SALONU

MODERATÖR

Prof. Dr. Lokman Toprak
Mardin Artuklu Üniversitesi

KONUŞMACILAR

Dr. Razaq Raj Leeds Beckett University, United Kingdom	Bridging Cultures and Faiths: International Approaches to Safeguarding Heritage, Cultural and Religious Sites
Doç. Dr. Hai Nguyen Greenwich University, United Kingdom	Tasting Heritage: Food as Intangible Culture in Tourism
Prof. Dr. David Fennell Brock University, Canada	A Typology of Illicit Tourism Enterprises: A Focus on the Illegal Trade of Cultural Artifacts

ÖĞLE YEMEĞİ

11:45-13:15



YÜZ YÜZE OTURUMLAR
6 KASIM 2025 I. PARALEL OTURUMLAR
13:15-14:30



SALON: Ziya Gökalp

OTURUM BAŞKANI: Prof. Dr. Hüseyin Çeken	Başlık	Yazar(lar)
	Mezopotamya metaverse’inde sanal arkeolojik kazı: Yapay zekâ ile veri modelleme ve kuantum ile güvenli veri saklama	İrem Ceyda Samancı*, Dr.Öğr. Üyesi Muhammed Baykal
	Konaklama sektöründe robotik teknolojilerin kullanımına yönelik bakış açısı: Batman örneği	Ümmü Gülsüm Ağır*, Doç. Dr. Bülent Aydin
	İnanç temelli yemek ritüellerinin dijitalleşmesi: Aşure paylaşımları üzerine bir analiz	Öğr.Gör. Beydanur Nizam* Dr. Öğr. Üyesi Serpil Kaya
	Kutsal mekanların ticarileşmesi: Mardin örneği	Dr. Öğr. Üyesi Abidin Can Aktaş, Berfin Ata*
	İnanç turizmi kapsamında Aziz Paulus’ un önemi ve Çanakkale turizmine etkisi	Lokman Güzel*, Mutlu Can, Dr. Öğr. Üyesi Songül Gökhan, Prof. Dr. Erol Duran

SALON: Celal Güzelses

OTURUM BAŞKANI: Prof.Dr. A. Celil Çakici	Başlık	Yazar(lar)
	Turizm rehberliği eğitiminde engelsiz turizm farkındalığı: İskenderun Teknik Üniversitesi örneği	Aybüke Yüksel*, Doç. Dr. Hasan Cinnioğlu
	Coğrafya ve kültür etkileşimi bağlamında girit mübadillerinin mutfak yapılarının değişimi ve akdeniz bölgesi mübadillerinin mutfak kültürünün incelenmesi	Metin Öztürk*, Prof. Dr. Lokman Toprak
	Karşılıklı ilişki kurmada yerel halkın turist algısı: Arap turistler üzerine uygulama	Prof. Ahmet Çavuş, Dilara Çavuşoğlu*
	Diyarbakır Cezaevi’nin hüznün turizmi kapsamında değerlendirilmesi	Birgül Efe*, Emin Ramanli, Doç. Dr., Volkan Genç



**3. ULUSLARARASI
MEZOPOTAMYA
İNANÇ, KÜLTÜR VE
GASTRONOMİ TURİZMİ
KONGRESİ**

**3RD INTERNATIONAL
MESOPOTAMIA
FAITH, CULTURE AND
GASTRONOMY TOURISM
CONGRESS**

SALON: Workshop 1

	Başlık	Yazar(lar)
OTURUM BAŞKANI:	Tarihin kadim ev sahipleri: Diyarbakır mağaralarına dair turist deneyimleri	Öğr. Gör. Dr. İsmail Uzut*
	Turizmde otantiklik illüzyonu: Post-modernizm, simülakr ve tüketilen sahicilik	Ayşe Köse Şirin*
	Türkiye'ye yönelik turizm talebinin belirleyicileri: Genişletilmiş çekim modelinden bulgular	Doç. Dr. Emrah Eray Akça*
	Turistik destinasyonlarda sosyal taşıma kapasitesinin değerlendirilmesi: Hasankeyf örneği	Şehadet Bıçakçı*, Doç.Dr.Feridun Duman
	Göbeklitepe Örenyerine ilişkin ziyaretçi yorumlarının incelenmesi	Doç. Dr. Sonay Kaygalak Çelebi, Şevval Keskinçınar*

SALON: Workshop 3

	Başlık	Yazar(lar)
OTURUM BAŞKANI:	Örgütsel adaletin işgören devir hızı algısına etkisinde örgütsel bağlılığın aracılık rolü: Kuşadası'ndaki yiyecek-içecek işletmeleri üzerine bir araştırma	Dr. Yunus Emre Bilgiç, Öğr. Gör. Dr. Suat Arpacı, Dr. Öğr. Üyesi Muhammed Baykal*
	Kurumsal yönetim olgunluk düzeylerinin ölçülmesi: Bist turizm örneği	Süleyman Alperen Akdoğan*, Dr. Öğr. Üyesi Hande Uyar Oğuz
	Konaklama işletmesi çalışanlarının iş stresi ile psikolojik iyi oluşları arasındaki ilişki	Doç. Dr. Seyit Ahmet Solmaz*, Dr. Öğr. Üyesi Hande Uyar Oğuz
	Restoran işletmelerinde atık yönetimi uygulamaları üzerine Hatay ilinde bir araştırma	Sait Doğan, Meryem Utma*

SALON: Workshop 4

	Başlık	Yazar(lar)
OTURUM BAŞKANI:	Hiz. Nuh'tan hatıra: Aşure	Prof. Dr. İbrahim Baz*
	Turizm sektörü ve ekonomik etkileri: Türkiye örneği	Dr. Muhammed Çelik*
	Diyarbakır'da coğrafi işaretli ürünlerin inanç turizmi kapsamında değerlendirilmesi	Öğr. Gör. Dr. Adnan Burak Acar*
	Triple transformation in tourism facilities: A review on digital, green and social transitions	Dr.Öğr.Üyesi Mürsel Kaya*



**3. ULUSLARARASI
MEZOPOTAMYA
İNANÇ, KÜLTÜR VE
GASTRONOMİ TURİZMİ
KONGRESİ**

**3RD INTERNATIONAL
MESOPOTAMIA
FAITH, CULTURE AND
GASTRONOMY TOURISM
CONGRESS**

SALON: Workshop 5

OTURUM BAŞKANI: Prof. Dr. Kasım Ertaş	Başlık	Yazar(lar)
	Coğrafi işaret almış gastronomik ürünler üzerine bir inceleme: Bingöl ili örneği	Dr. Öğr. Üyesi Volkan Tuncel*
	Yemek pişirme etkinliğinin bağımlı bireylerin ruh sağlığı üzerindeki etkisi	Dr. Öğr. Üyesi Şehmus Aykol, Berkay Nedim Halifegil*
	Dijital çağda Kral Yolu: İnanç, kültür ve gastronominin kesişim noktasında bir miras rotası	Armağan Tanrıkulu*
	Gastronomi turizmi kapsamında Elazığ'da üzüm kültürü ve turizm potansiyelinin değerlendirilmesi	Öğr. Gör. Mustafa Emre Şirin, Öğr. Gör. Dr. Suat Arpacı*

COFFEE BREAK

14:30-14:45

www.dicle.edu.tr/en/birimler/faithculturetourism



YÜZ YÜZE OTURUMLAR
6 KASIM 2025 II. PARALEL OTURUMLAR
14:45-16:00

SALON: Ziya Gökalp

OTURUM BAŞKANI:	Başlık	Yazar(lar)
Prof. Dr. Kamil Unur	Ayder Yaylasında kırsal turizm hizmet deneyimi üzerine araştırma	Prof. Dr. Ahmet Çavuş, Ayşegül Koç*
	Kültürel mirasın sanallaştırılması: Ayasofya ve Göbeklitepe örneklerinden yola çıkarak Mardin’de sanal müzecilik potansiyelinin incelenmesi	Sezen Deniz*, Doç. Dr. Gülseren Özaltaş Serçek
	Çok katmanlı bir kültürel miras olarak Süryani mutfak kültürü üzerine bir değerlendirme	Özgür Alpçan, Melanie Paslanmaz*
	Unutulmaz turizm deneyimi destinasyon imajını nasıl şekillendirir? Sosyal medyanın düzenleyici rolü: Diyarbakır örneği	Şevval Keskinçelik*, Doç. Dr. Seray Gülerterkin Genç
	Cueva Del Tesoro ve Keloğlan Mağaralarının inanç turizmi, ziyaretçi yönetimi ve sürdürülebilirlik açısından karşılaştırılması	Prof. Dr. Naci Polat*

SALON: Celal Güzelses

OTURUM BAŞKANI:	Başlık	Yazar(lar)
Doç. Dr. Hasan Önal Seyhanlioğlu	Gıda ve beslenme okuryazarlığı düzeyini ölçmeye yönelik çalışmalar ve önemi	Pınar Süleymanoğlu*, Doç. Dr. Semra Gürbüz
	Diyarbakır gastronomi rotalarını belirlemede Chatgpt örneği	Hilal Azat*, Doç. Dr. Mehmet Necati Cizrelioğulları
	İlkler ve tekler coğrafyası TRC2 Diyarbakır-Şanlıurfa bölgesinde kültür, turizm ve gastronomiden kalkınmaya: Ekonomik büyüme ve sektörel rekabetçilik analizi	Dr. Zühal Çelebi Deniz*
	Tandirdan tablete: Mardinli genç kadınların gözünden yemek kültüründe değişim	Pelin Açar*, Doç. Dr. Mehmet Necati Cizrelioğulları
	Mezopotamya mutfak kültürü konulu çalışmaların bibliyometrik analizi	Hilal Azat*, Doç. Dr. Serkan Yiğit



**3. ULUSLARARASI
MEZOPOTAMYA
İNANÇ, KÜLTÜR VE
GASTRONOMİ TURİZMİ
KONGRESİ**

**3RD INTERNATIONAL
MESOPOTAMIA
FAITH, CULTURE AND
GASTRONOMY TOURISM
CONGRESS**

SALON: Workshop 1

OTURUM BAŞKANI: Prof. Dr. İbrahim Baz	Başlık	Yazar(lar)
	Diyarbakır Ermenilerinde sofra adabı ve yemek kültürü	Prof. Dr. Kasım Ertaş*
	Mardin’de gastronomi turizmi güzergahlarının belirlenmesi: Yerel işletmecilerle katılımcı bir model önerisi	Sedanur Taşar*, Doç. Dr. Mehmet Necati Cizrelioğulları
	Un ve su ile şekillenen kültür: Türkiye’nin ark of taste listesindeki ekmekleri üzerine bir değerlendirme	Arş. Gör. Dr. Hayriye Duman*
	Çerağ yakma ritüelinin somut olmayan kültürel miras bağlamında değerlendirilmesi	Dr. Öğr. Üyesi Gizem Çorman*
	Analyzing consumer responses to online promotions in the restaurant industry	Doç. Dr. Ülker Can, Doç. Dr. Feridun Duman*

SALON: Workshop 3

OTURUM BAŞKANI: Doç. Dr. Mustafa Doğan	Başlık	Yazar(lar)
	Endüstriyel mirasın turizme entegrasyonu: Batman örneği	Doç. Dr. Mustafa Doğan*, Doç. Dr. S. Emre Dilek, Dr. Öğr. Üyesi Burçin Güngen, Doç. Dr. Nur K. Dilek, Prof. Dr. Gülriz Kozbe, Dr. Akarcan Güngör
	Dijital teknolojilerle kültürel mirasın korunması: Somut eserlerin 3d tarayıcılar ve yazıcılarla arşivlenmesi ve yeniden üretimi	Doç. Dr. Bayram Kanca, Öğr. Gör. Taner Nur*
	Gastronomi öğrencilerinin staj deneyimlerinde profesyonel kimlik dönüşümü: Yansıtıcı öğrenme yaklaşımı	Öğr. Gör. Osman Keskin*, Doç. Dr. Gülseren Özaltaş Serçek
	Yemek ve kutsal: Yiyecek ve beslenmenin kültürel ve dinî boyutları	Doç. Dr. İsmet Tunç*
	Turizm ve ekonomik büyüme ilişkisi: Güneydoğu Anadolu Bölgesi üzerine panel nedensellik analizi	Öğr. Gör. Ahmet Çakmakoğlu*, Dr. Okan Doğan



**3. ULUSLARARASI
MEZOPOTAMYA
İNANÇ, KÜLTÜR VE
GASTRONOMİ TURİZMİ
KONGRESİ**

**3RD INTERNATIONAL
MESOPOTAMIA
FAITH, CULTURE AND
GASTRONOMY TOURISM
CONGRESS**

SALON: Workshop 4

	Başlık	Yazar(lar)
OTURUM BAŞKANI: Prof. Dr. Gülriş Kozbe	Kuşaktan kuşağa aktarılan lezzetler: Mardin'de kadınların gastronomik hafızadaki yeri	Ece Bazlamaçcı*
	Yöresel yemeklerde mevsimsellik ve kültürel hafıza – Mardin örneği	Fatma Duru*
	Geleneksel ktır kabak tatlısının ayva meyvesine uyarlanması	Rumeysa Kara*, Dr. Öğr. Üyesi Duygu Alp Baltakesmez
	Diyarbakır coğrafi işaretli yemeklerinin restoran menülerinde yer alması üzerine nitel bir çalışma	Öğr. Gör. Cüneyt Ateş*, Prof. Dr. Lokman Toprak
	Ahmet Hamdi Tanpınar'ın Beş Şehir Eseri'nde Erzurum'un inanç turizmi açısından değerlendirilmesi	Prof. Dr. Ahmet Çavuş, Mehmet Duman*

SALON: Workshop 5

	Başlık	Yazar(lar)
OTURUM BAŞKANI: Doç. Dr. Kadir Çakar	Latmos'ta bulunan tarihi ve kültürel değerlerin sürdürülebilirliğinde paydaşların yeri ve önemi	Dr. Burçak Akinci Ekiztepe*, Prof. Dr. Hüseyin Çeken
	Mardin Müzesinin bölge turizmindeki rolü	Amine Salmış*, Doç. Dr. Mehmet Necati Cizrelioğulları
	Gastronomide yenilikçi yöntemlerle kuru kaymağın değerlendirilmesi: Bitlis Yöresi örneği	Yaren Betül Uçak*, Muhammed İkbâl Avçıl, Zehra Altıntaş, Berfin Kuluman, Öğr. Gör. Osman Keskin
	Gılgamış Destanı'nda ekmek, şarap ve bira: Antik Mezopotamya mutfak kültürünün mitik izleri	Doç. Dr. Yılmaz Kaval*

GALA YEMEĞİ

6 KASIM 2025

19:00

GASTRO İNOVASYON MERKEZİ



YÜZ YÜZE OTURUMLAR
7 KASIM 2025 İ. PARALEL OTURUMLAR
09:30-10:30

SALON: Ziya Gökalp

OTURUM BAŞKANI: Doç. Dr. İsmet Tunç	Başlık	Yazar(lar)
	Dijital kültürel miras deneyiminde otantiklik ve anlam: Göbeklitepe örneği	Arş. Gör. Emrah Kırmacı*, Prof. Dr. Ahmet Çavuş
	Dilin kültürel mirası aktarma rolü: Bibliyometrik inceleme	Doç. Dr. Mehmet Veysi Babayigit*, Öğr. Gör. Mustafa Tünik
	Ahlat Müzesi bağlamında tematik gastronomi yaklaşımıyla kültürel hikayeleştirme ve gastronomik ürün tasarımı	Kerime Karakaş*, Melek Akyüz, Öğr. Gör. Osman Keskin
	Gastronomi kültürel mirasının dijitalleşmesi: 2011-2025 yılları arasında küresel yayın eğilimlerinin bibliyometrik analizi	Ezgi Eter*, Doç. Dr. Mehmet Kabacık
	Hizan pirincinin dünya mutfaklarındaki kullanım potansiyelinin incelenmesi	Berivan Carav*, Ferda Akbaba, Hüseyin Aksoy, Umut Güleriyüz, Öğr. Gör. Osman Keskin

SALON: Celal Güzelses

OTURUM BAŞKANI: Doç. Dr. Seyit Ahmet Solmaz	Başlık	Yazar(lar)
	Aile habitusunun dönüşümü: Dijital kültür, inanç ve yemek üzerine teorik bir okuma	Arş. Gör. Dr. Pınar Baykan*
	İnanç turizmi ile kültür turizmi arasındaki karşılıklı etkileşim: Türkiye örneğinde mekan hafızası ve kimlik üretimi	Zeliha Kirişçi*
	Insecto-gastronomy: Examining gastronomy students' perceptions and acceptance of insect-based foods	Zehra Nur Gülnihal*, Öğr. Gör. Osman Keskin, Ayşe Başak Çakmen
	Semiotic perspectives on gastronomy tourism: Analysis of language, visuals, and cultural narratives	Doç. Dr. Mehmet Veysi Babayigit*, Prof. Dr. Umut Balcı
	The motivations and experiences of Non-Christian visitors at Laodikeia Church	Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Yavuz Çetinkaya, Öğr. Gör. Dr. Ayşe Demir*, Sinem Kahveci



**3. ULUSLARARASI
MEZOPOTAMYA
İNANÇ, KÜLTÜR VE
GASTRONOMİ TURİZMİ
KONGRESİ**

**3RD INTERNATIONAL
MESOPOTAMIA
FAITH, CULTURE AND
GASTRONOMY TOURISM
CONGRESS**

SALON: Workshop 1

	Başlık	Yazar(lar)
OTURUM BAŞKANI: Prof. Dr. Çiğdem Sabbag	Tematik gastronomi yaklaşımı: Van Gölü konseptinin tabak tasarımına uyarlanması üzerine bir araştırma	Ayşe Başak Çakmen*, Mukadder Çetin, Umut Güleriyüz, Öğr. Gör. Osman Keskin
	Ziyaretçi deneyimlerine yönelik bir içerik analizi: Mor Gabriel Manastırı örneği	Dr. Öğr. Üyesi Abidin Can Aktaş, Buse Çam*
	Kutsallığın dijital izleri: Saint Pierre Kilisesi üzerine ziyaretçi yorumlarının içerik analizi	Nadire Öksüz*, Doç. Dr. Gamze Eryılmaz
	Coğrafi işaretli yerel bir ürün olarak Bor söğürmesi kültürel ve ekonomik değeri üzerine bir inceleme	Prof. Dr. Ahmet Çavuş*, Dr. Öğr. Üyesi Barış Turan, Arif Küçükkahraman

SALON: Workshop 3

	Başlık	Yazar(lar)
OTURUM BAŞKANI: Prof. Dr. Erol Duran	Mezopotamya seramik kültürüne bir örnek: Halaf seramikleri	Dr. Öğr. Üyesi Hülya Ak*, Öğr. Gör. Dr. Çiğdem Önder Er
	Tarihi yapıların şehir inanç kültürüne katkıları (Diyarbakır örneği)	Doç. Dr. Tahsin Kula*
	Z kuşağının Türk mutfak kültürüne yönelik bilinirlik ve algı düzeyine ilişkin nitel bir değerlendirme	Prof. Dr. Duran Cankül, Doç. Dr. Mehmet Sedat İpar*, Berna Koç Demirel, Yeliz Arslan, Işıl Cankül
	Gelenekselden evrensele: Coğrafi işaretli Karacadağ pirincinin dünya mutfaklarındaki kullanım potansiyelinin araştırılması	Helin Akın*, Ğazal Demir, Ayşe Başak Çakmen, Umut Güleriyüz, Öğr. Gör. Osman Keskin
	Kubbeler ve çanlar: Türkiye'nin çok dinli miras rotasında cami ve kilise komşuluğu	Öğr. Gör. Dr. Elif Demir*, Kübra Pektaş, Prof. Dr. A. Celil Çakici

SALON: Workshop 4

	Başlık	Yazar(lar)
OTURUM BAŞKANI: Doç. Dr. Turgay Bucak	Kültürel miras pazarlamasında güncel yaklaşımlar	Sema Demirkiran*, Doç. Dr. Bülent Aydın
	Kültürel travma ve ruhsal iyileşme: Mezopotamya'da tufan mitinin psikolojik okuması	Öğr. Gör. Yılmaz Kaplan*
	Geçmişten günümüze Diyarbakırlı bilim insanları: Bilimsel mirasın sürekliliği	Kadriye Mirzade, Hasan Bayram*
	Geleceğin ötesinde bir deneyim: VR ve AR teknolojisinin kültürel miras eğitimindeki rolü	Nurcan Dilmaç, Hasan Hüseyin Şahin, Doç. Dr. Volkan Genç*



3. ULUSLARARASI
MEZOPOTAMYA
İNANÇ, KÜLTÜR VE
GASTRONOMİ TURİZMİ
KONGRESİ

3RD INTERNATIONAL
MESOPOTAMIA
FAITH, CULTURE AND
GASTRONOMY TOURISM
CONGRESS

Aşıklık geleneğinin turizm açısından
değerlendirilmesi ve sürdürülebilirliği

Lale Toprak*

COFFEE BREAK

10:30-10:45

YÜZ YÜZE OTURUMLAR

7 KASIM 2025 II. PARALEL OTURUMLAR

10:45-11:45

KONGRESİ | CONGRESS

SALON: Workshop 3

OTURUM BAŞKANI: Prof. Dr. Naci Polat	Başlık	Yazar(lar)
	Beş bin yıldır süren kültür tandır	Mehmet Fatih Pullu*
	Eskişehir’de yiyecek-içecek işletmelerinde cinsiyet ayrımcılığı: Çalışan deneyimlerine dayalı bir inceleme	Doç. Dr. Mehmet Sedat İpar*, Prof. Dr. Duran Cankül, Esra Dere, Işıl Cankül,
	Yerel mirasın sürdürülebilir tanıtımı: Geleneksel kavurganın çeşitlendirilmesi ve gastronomik hediye olarak turizme sunulması	Yaren Bayar*, Zilan Arslan, Nursel Aba, Öğr. Gör. Osman Keskin
	Gastronomi; barışın piştiği mutfak olabilir mi?	Dr. Öğr. Üyesi Sedat Çelik*
	Examining the role of foreign language education in the development of professional and cultural competencies of gastronomy tourism students	Doç. Dr. Mehmet Veysi Babayiğit*, Doç. Dr. Meryem Akçayoğlu

SALON: Celal Güzelses

OTURUM BAŞKANI: Prof. Dr. Ahmet Çavuş	Başlık	Yazar(lar)
	Gastronomic lexicon across time: A historical and linguistic analysis	Doç. Dr. Mehmet Veysi Babayiğit*, İhsan Pilatin
	Coğrafi işaretli Karacadağ pirincinin Diyarbakır mutfak kültüründeki öneminin değerlendirilmesi	Şervan Kemal Uzun*, Doç. Dr. Serkan Yiğit
	Adıyaman yöresel çorbalarının vejetaryen beslenme açısından değerlendirilmesi	Emine Yazan*, Prof. Dr. Çiğdem Sabbağ



Zanaattan tabağa, mozaiklerden sofraya,
medeniyetlerin izi, geleceğin sözü: Gaziantep
kültüründen, geleceğe sürdürülebilir bir miras
yolculuğu

Sümeyra Şimşek Kara*

Trabzon'daki yerel restoranların Arap turist
deneyimine etkisi

Prof. Dr. Ahmet Çavuş, Ceren
Akçay*

SALON: Workshop 1

**OTURUM
BAŞKANI:**

**Doç. Dr.
Serkan Yiğit**

Başlık

Yazar(lar)

Diyarbakır'ın tarihi ve kültürel mekânlarında
ziyaretçi deneyimi üzerine tematik bir analiz

Lezgin Aydın*, Filiz Duran, Dr.
Öğr. Üyesi Onur Akgül,

Akıllı lezzetler çağı: Turizm ve gastronomi 4.0
ekseni üzerine modern restoran yönetimi

Dr. Öğr. Üyesi Serkan Gün*, Dr.
Öğr. Üyesi Mehmet Nuri Sevgin

Dijital izlerde kültürel miras algısı: Tripadvisor
üzerinden Diyarbakır surları üzerine nitel bir
analiz

Öğr. Gör. Taner Nur*, Doç. Dr.
Gülseren Özaltaş Serçek

Diyarbakır taş işlemeciliği: Kültürel ve tarihsel
analiz

Prof. Dr. Bahar Burtan Doğan,
Kadriye Mirzade*

SALON: Ziya Gökalp

**OTURUM
BAŞKANI:**

**Doç. Dr.
Volkan Genç**

Başlık

Yazar(lar)

UNESCO yaratıcı şehirler ağı kapsamında
Afyonkarahisar, Gaziantep ve Hatay'ın
gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi

Dr. Öğr. Üyesi Gökhan
Kadırlan*

Diyarbakır coğrafyası, kültürel ve gastronomic
yapısı üzerine bir değerlendirme:
Mezopotamya'dan günümüze uzanan bir mutfak
mirası

Prof. Dr. Lokman Toprak*, Öğr.
Gör. Mustafa Tünik

X ve Z kuşağının yöresel gıda algısı

Kübra Yıldırım*, Doç. Dr.
Mehmet Necati Cizrelioğulları

Hikâye anlatıcılığı ve gastronomik ürün
geliştirme: Şerbet-i afet

Selva İbrahimoglu*, Ayşe Başak
Çakmen, Osman Keskin



ÖĞLE YEMEĞİ
12:00-13:15

KEYNOTE OTURUMU 2
13:30-14:30
ZİYA GÖKALP SALONU

MODERATÖR

Prof. Dr. Kamil Unur
Mersin Üniversitesi

KONUŞMACILAR

Doç. Dr. Mehmet Bahar Kapadokya Üniversitesi	Metaverse ve İnanç Turizminin Geleceği: Fırsatlar, Zorluklar ve Sürdürülebilirlik Üzerine Bir Değerlendirme
Doç. Dr. Turgay Bucak Dokuz Eylül Üniversitesi	Üç Semavi Dinde Helal Olan Gıdalar ve Ortak Helal Menü
Prof. Dr. Murat Yeşiltaş Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi	Mezopotamya Kültürel Mirasının Sürdürülebilir Geleceği: Koruma ve Ziyaret Dengesi
Prof. Dr. Hüseyin Çeken Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	Sürdürülebilir Kültür Turizmi ve Diyarbakır

COFFEE BREAK

14:30-14:45



AKADEMİ-STK OTURUMU

Diyarbakır'ın Turizm Vizyonu

Workshop 1 Salonu

14:45-16:30

MODERATÖR

Prof. Dr. Hüseyin Çeken

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

DİYARBAKIR İL MİLLİ EĞİTİM MÜDÜRLÜĞÜ OTURUMU

Diyarbakır Mutfağı Kurs Programı:

Mezopotamya Gastronomi Kültürünün Eğitim Yoluyla Sürdürülebilir Aktarımı

ZİYA GÖKALP SALONU

14:45-15:45

MODERATÖR

Dr. Sadık Ağar

AÇILIŞ KONUŞMASI

Şirine Eronat

Diyarbakır İl Milli Eğitim Müdür Yardımcısı

KONUŞMACILAR

Safiye Topdemir

Hasan Beysun

Yunus Memiş

Dr Hacı Malkoç



ÇEVİRİMİÇİ OTURUMLAR

7 KASIM 2025 İ. PARALEL OTURUMLAR
13:30-14:45

SALON 1

Bağlantı Linki: <https://meet.google.com/zwz-snho-nmk>

OTURUM BAŞKANI: Doç. Dr. Gürkan Akdağ	Başlık	Yazar(lar)
	İnanç turizmi ve dijitalleşme: Kavramsal bir yaklaşım	Doç. Dr. Ediz Güripek*
	Kapadokya'nın destinasyon kişiliği: Dijital platformlarda yapılan turist yorumları çerçevesinde bir içerik analizi	Selcan Uğuş*
	Dijital etkileşim çağında küresel yiyecek tüketimi: Sosyal medyanın dönüştürücü etkileri	Dr. Öğr. Üyesi Zeliha Kaya*, Öğr. Gör. Kerem Çırak
	YouTube seyahat vloglarının turistlerin karar verme sürecindeki rolü: Giresun örneği	Dr. Öğr. Üyesi Fatih Saydam*
	Yapay zeka tabanlı tarif geliştirmenin artıları ve eksileri	Dr. Öğr. Üyesi Seda Nur Keskin*

SALON 2

Bağlantı Linki: : <https://meet.google.com/xha-gsiq-suy>

OTURUM BAŞKANI: Doç. Dr. Hasan Köşker	Başlık	Yazar(lar)
	Erken dönem turistik uygulamalar üzerine bir inceleme: Hitit uygarlığında seyahat ve eğlence	Öğr. Gör. Dr. Sedat Değişgel*
	Helal turizmde dijital dönüşüm: İslami FinTek uygulamalarının turizmdeki rolü	Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Beyazgül*
	Akıllı turizmde yapay zeka teknolojilerinin dönüşümü	Muazzez Korkmaz*, Doç. Dr. Sadık Serçek
	Dijital çağda inanç turizminin dönüşümü	Öğr. Gör. Dr. Şeyhmus Demircan, Prof. Dr. Hüseyin Çeken, Öğr. Gör. Gülden Kurt Demircan*
	Avrupa Birliği politikaları kapsamında Gümrük Birliğinin Türk turizmine	Sezai Sariibrahimoğlu*



etkileri

SALON 3

Bağlantı Linki: <https://meet.google.com/xrj-funh-bmx>

**OTURUM
BAŞKANI:**

**Doç. Dr.
Ferhat Şeker**

Başlık	Yazar(lar)
The effect of memorable tourism experience on behavioural intentions in battlefield tourism: The case of Gallipoli Historical Site	Öğr. Gör. Tarık Yalçinkaya*
Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde inanç turizmi merkezlerine yönelik e-şikayetlerin incelenmesi	Öğr. Gör. Esra Cesur, Öğr. Gör. Serap Ok, Öğr. Gör. Özge Alkan*
Diyarbakır sofrasını okumak: Alanyazın üzerinden kesişen temalarla meta-analiz	Öğr. Gör. Emrah Yıldız*
Turizm rotaları konulu çalışmaların bibliyometrik analizi	Öğr. Gör. Üzeyir Emrah İlter*
İnanç turizmi kapsamında ziyaretçi deneyimi: Balıklıgöl örneği	Öğr. Gör. Arif Akpınar*

SALON 4

Bağlantı Linki: <https://meet.google.com/uip-qrnt-ymk>

**OTURUM
BAŞKANI:**

**Doç. Dr.
Gamze
Eryılmaz**

Başlık	Yazar(lar)
Monoteist dinlerde bereket kültü	Hatice Kayran*
Pastacılıkta kullanılan katkı maddelerinin etiketlerinin incelenmesi: E kodlarının içerik analizi	Kübra Altay*, Prof. Dr. Alper Kurnaz
Cittaslow üye kentlerinde turistik faaliyetlerin karşılaştırmalı analizi: Doğu Anadolu Bölgesi örneği	Onur Yıldız*, Doç. Dr. Taner Dalgın, Dilan Şatır Yıldız
Yerli alanyazında din ve gastronomi ilişkisini ele alan araştırmalar üzerine bir sistematik derleme	Öğr. Nuri Anil Mazlum*, Doç. Dr. Ozan Güler, Öğr. Dila Şahingök, Dr. Öğr. Üyesi Gülser Yavuz



SALON 5

Bağlantı Linki: <https://meet.google.com/ywt-tqxq-hqq>

OTURUM BAŞKANI: Doç. Dr. Songül Düz Özer	Başlık	Yazar(lar)
	Hatay mutfak kültüründe tören yemekleri: Somut olmayan kültürel mirasın gastronomik yansımaları	Öğr. Gör. Dr. Hilal Öz*
	Bir restoranı ‘en iyiler’ arasına taşıyan etmenler: Tripadvisor yorumlarıyla restoranların güçlü ve zayıf yönlerinin incelenmesi	Doç. Dr. Halil İbrahim Karakan, Nur Deniz Humeid*
	İslamiyette deniz ürünleri ikilemi: Gastronomi öğrencilerinin bakış açısı	Doç. Dr. Uğur Kılınç, Türkan Dede*
	Türkiye’nin yerli turist profilinin incelenmesi	Dr. Öğr. Üyesi Burcu Gök Olgun*
	Kars’ta yerel halkın gastronomi turizmine katkısı	Ahmet Berke Demiral*

SALON 6

Bağlantı Linki: <https://meet.google.com/abn-ykra-tzp>

OTURUM BAŞKANI: Doç. Dr. Seçkin Eser Gürsoy	Başlık	Yazar(lar)
	Gastronomi kültürü, yabancı mutfak deneyimleri ve gastronomi turizmi	Rumeysa Oğuzsoy*
	Toplu hayır yemeklerinin sosyal ve kültürel boyutları: Dijital çağdaki yaklaşımlar	Burak Altın*
	Yahudilikte beslenme kuralları-Koşer	Hatice Tatar*
	Güneydoğu Anadolu Bölgesinde sıklıkla kullanılan bazı baharatların özellikleri ve gastronomide kullanımı	Sedat Sarıgül*, Doç. Dr. Semra Gürbüz
	Kırsaldaki gastronomik öğelerin bir turistik çekicilik olarak kullanımı: Ege Bölgesi örneği	İsmail Umut Özenç*, Doç. Dr. Taner Dalgın, Öğr. Gör. Büşra Uzun



SALON 7

Bağlantı Linki: <https://meet.google.com/fdf-ucoi-jrg>

OTURUM BAŞKANI:	Başlık	Yazar(lar)
Doç. Dr. Sami Sonat Özdemir	Dijital platformlar ve Türkiye’de gastronomi turizmi	Seda Adli Tapancı*
	Süryani oruç kültüründe inanca dayalı beslenme ve gastronomik yansımaları	Kumri Kirkler*
	Üçüncü nesil kahve demleme yöntemlerinin duyular üzerindeki etkisi	İrem Öveanar*, Şeval Kani, Dr. Öğr. Üyesi Süleyman Akkaşoğlu
	Mezopotamya da dokumacılık, statü göstergesi tekstiller ve üretimleri	Öğr. Gör. Berna Sevinç*
	Trabzon’un Unesco yaratıcı şehirler ağı gastronomi teması kapsamında değerlendirilmesi	Kaan Yılmaz*, Doç. Dr. Meral Üzülmez

SALON 8

Bağlantı Linki: <https://meet.google.com/yjg-hdyg-mhr>

OTURUM BAŞKANI:	Başlık	Yazar(lar)
Doç. Dr. Reşat Arıca	Somut olmayan kültürel miras unsuru olarak geleneksel çocuk oyunlarının turizmde kullanımı	Dr. Öğr. Üyesi Özlem Güncan*
	Otel işletmeleri çalışanlarının uzaktan eğitiminde oyunlaştırmanın kullanımı	Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Emin Baynazoğlu*
	Turizmde yeni bir alternatif: Sessiz seyahat	Serkan Barut*, Doç. Dr. Mehmet Necati Cizrelíoğulları
	Destinasyon imajı geliştirmede turist rehberlerinin rolü: Safranbolu örneği	Ahmet Topbaş*, Prof. Dr. Nuray Türker
	Kültürel miras yoluyla küçük şehirlerin gelişimine yönelik bir model önerisi: Kuramsal bir yaklaşım	Dr. Öğr. Üyesi Abdullah Eravcı, Songül Yavuz*



ÇEVİRİMİÇİ OTURUMLAR
7 KASIM 2025 II. PARALEL OTURUMLAR
15:00-16:15

SALON 1

Bağlantı Linki: <https://meet.google.com/mre-fqff-nev>

OTURUM BAŞKANI:	Başlık	Yazar(lar)
Prof. Dr. Dilek Atçı	Helal turizm literatürünün 2015-2024 arasındaki evrimi: R ve Biblioshiny ile Web of Science tabanlı bibliyometrik analiz	Arş. Gör. Dr. Doğan Çaprak*
	Safranbolu'daki Gayrimüslim evlerinin zeminkat yapıları üzerinden bir inceleme: Fonksiyon, kimlik ve kapalı ekonomi	Dr. Öğr. Üyesi Durmuş Gür*, Prof. Dr. Nuray Türker
	Mardin'in kültürel kimliğinde acı bir tat: Mırza kahvesi	Esmanur Bozan*
	Hatay'ın geleneksel yemek eşleşmelerinin menüleştirilmesinin gastronomik kimliğin sürdürülebilirliğine katkısı	Elif Canser Perk*, Doç. Dr. Salih Zeki Şahin
	fÖğrencilerin mutfak yeterliliklerinin belirlenmesi	Yaren Öztürk*, Ayşe Nur Gürbüz, Dr. Öğr. Üyesi Süleyman Akkaşoğlu

SALON 2

Bağlantı Linki: <https://meet.google.com/yac-qeim-wer>

OTURUM BAŞKANI:	Başlık	Yazar(lar)
Doç. Dr. Mehmet Mert Pahlı	Destinasyon sürdürülebilirliğinde kurumsal sosyal sorumluluğun rolü: Otel işletmelerine yönelik bir inceleme	Doç. Dr. Ebru Kemer*, Doç. Dr. Ezgi Kirici Tekeli, Doç. Dr. Mehmet Tekeli
	Şifalı olduğuna inanılan bitkiler ve halk hekimliğinde kullanımı: Dinler tarihi perspektifinden bir yaklaşım	Delila Elçe*
	Sürdürülebilirlik bağlamında bitki bazlı et alternatiflerine yönelik	Öğr. Gör Raşit Bakan*, Prof. Dr. Emrah Özkul



**3. ULUSLARARASI
MEZOPOTAMYA
İNANÇ, KÜLTÜR VE
GASTRONOMİ TURİZMİ
KONGRESİ**

**3RD INTERNATIONAL
MESOPOTAMIA
FAITH, CULTURE AND
GASTRONOMY TOURISM
CONGRESS**

kavramsal bir
değerlendirme

Sürdürülebilir destinasyon
pazarlaması kapsamında
Van Gölü Havzası'nın
turizm potansiyelinin
belirlenmesi

Dr. Öğr. Üyesi Melahat Avşar*

Turist rehberliği
programında eğitim gören
öğrencilerin program
müfredatıyla ilgili görüş ve
beklentileri: Marmaris
Turizm Meslek
Yüksekokulu örneği

Öğr. Gör. Dr. Sedat Değişgel*

SALON 3

Bağlantı Linki: <https://meet.google.com/dir-ghzf-ypp>

	Başlık	Yazar(lar)
OTURUM BAŞKANI: Doç. Dr. Nur Çelik İlal	Tarımsal endüstriyel mirasın turistik deneyime dönüşümü: Antika Traktör Müzesi ziyaretçilerinin deneyimleri üzerine netnografik bir araştırma	Emrah Kara*, Öğr. Gör. Bilgin Güner, Prof. Dr. Hüseyin Çeken
	Kültür ve tabiat varlıklarını koruma kapsamında mimari yapıların turistik ürüne dönüştürülmesi süreci: Burdur Taş Oda örneği	Doç. Dr. Olcay Kılınç, Gülfer Sanar*
	Dijital çağda kültürel mirasın korunmasında devlet destekli projelerin rolü: Gaziantep ili üzerine bir inceleme	Prof. Dr. Hüseyin Çeken, Öğr. Gör. Özge Alkan*
	Mezopotamya Bölgesinde halkın geleneksel ve alternatif tıbbi yönelik tutumları: İnanç kültür ve turizm perspektifinden bir değerlendirme	Sakine Çelik*
	Kültürel kimlik perspektifinden Elazığ'ın kültürel miras potansiyeli	Tuğçe Çalğın*, Dr. Öğr. Üyesi Cansu Uzun Güripek

SALON 4

Bağlantı Linki: <https://meet.google.com/hzt-jiko-czg>

	Başlık	Yazar(lar)
OTURUM BAŞKANI:	Kültür turizmi kapsamında Muğla ilinde düzenlenen yöresel festivallerin değerlendirilmesi	Berfin Helin Yalçın*, Merve Batum, İsmail Umut Özenç
	Türkiye'deki Mezopotamya şehirlerinde bulunan kilise ve manastır ziyaretleri:	Dr. Öğr. Üyesi Nurullah Cihan Ağbay*



**3. ULUSLARARASI
MEZOPOTAMYA
İNANÇ, KÜLTÜR VE
GASTRONOMİ TURİZMİ
KONGRESİ**

**3RD INTERNATIONAL
MESOPOTAMIA
FAITH, CULTURE AND
GASTRONOMY TOURISM
CONGRESS**

Doç. Dr. Halil İbrahim Karakan	Tripadvisor yorumları üzerinden bir değerlendirme	
	Datça'da unutulmaya yüz tutmuş somut ve somut olmayan kültürel miras unsurlarının belirlenmesi ve koruma olanakları	Doç. Dr. Levent Karadağ, Prof. Dr. Hüseyin Çeken, Doç. Dr. Taner Dalgın*
	Kapsayıcı liderlik, kültürel çeşitlilik ve kültürler arası iletişim	Dr. Öğr. Üyesi Yeliz Akçay*
	Kutsal rotalar, modern kanatlar: Havayolu işletmeleri, Hac ve sürdürülebilir kültürel turizmin kesişim noktası	Dr. Öğr. Üyesi Ebru Bağcı*
SALON 5		
Bağlantı Linki: https://meet.google.com/buw-ekas-yoz		
	Başlık	Yazar(lar)
OTURUM BAŞKANI: Doç. Dr. Bayram Kanca	Chocolate consumption: Addiction or self-reward. (A qualitative study)	Dr. Öğr. Üyesi Ramazan Karaman*
	Archaeological origins of tandoor culture in Eastern Anatolia: A study based on the findings from Malatya Arslantepe Mound	Dr. Kağan Çağrı Karaca*
	Digital storytelling in tourism: Reimagining tour guide roles in the Instagram era	Vildan Bakır*
	Experiential wine tourism: Enhancing tourist engagement through authentic vineyard experiences	Dr. Öğr. Üyesi Nesrin Savaş*
	Feasting with pixels: The erosion of gastronomic authenticity in the digital age	Doç. Dr. Çağdaş Ertaş*
SALON 6		
Bağlantı Linki: https://meet.google.com/hrr-iteq-tyy		
	Başlık	Yazar(lar)
OTURUM BAŞKANI: Prof. Dr. Düriye Bozok	Gastronomi turizmi perspektifinden Muğla'nın coğrafi işaretli ürünleri ve rehberliğin rolü	Dr. Öğr. Üyesi Özcan Özdemir*, Doç. Dr. Suat Akyürek
	Aşırı turizme dair bibliyometrik bir çalışma	Oğur Çavğa*, Doç. Dr. Davut Kodaş
	Kiliçe çöreği: kültürel süreklilik, ritüel, kadın emeği, coğrafi işaret ve	Arş. Gör. Günevi Güzel*, Öğr. Gör. Ahmet Nehir



**3. ULUSLARARASI
MEZOPOTAMYA
İNANÇ, KÜLTÜR VE
GASTRONOMİ TURİZMİ
KONGRESİ**

**3RD INTERNATIONAL
MESOPOTAMIA
FAITH, CULTURE AND
GASTRONOMY TOURISM
CONGRESS**

gastronomi turizmi üzerine
kavramsal bir çerçeve

Dijital çağda gastronomi:
yenilik, deneyim ve
dönüşüm

Dr. Öğr. Üyesi Yasemin Asiltürk Okutan*

Batman yöresel
yemeklerinin vegan-
vejeteryan mutfak
kapsamında
değerlendirilmesi

Fatma Talayhan Kurt*, Doç. Dr. Hasan Önal
Şeyhanlıoğlu, Doç. Dr. Reşat Arıca

SALON 7

Bağlantı Linki: <https://meet.google.com/ogt-cgfc-ndm>

	Başlık	Yazar(lar)
OTURUM BAŞKANI: Doç. Dr. Ozan Güler	Şanlıurfa mutfak kültüründe ızgara yemekleri ve sunumu üzerine bir değerlendirme	Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Fatih Kayran*
	Türkiye'de yerel halk konulu lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi: Turizm alanında bir eğilim değerlendirmesi	Dr. Öğr. Üyesi Şeyma Dumanlı*
	Şanlıurfa kültür varlıklarının ziyaretçi deneyimleri çerçevesinde değerlendirilmesi	Öğr. Gör. Süleyman Can Aslan*, Doç. Dr. S. Ceylin Şanlı Kayran
	Gastronomi araştırmalarında kullanılan teoriler: 2020- 2025 yerli alanyazın araştırmaları üzerine sistematiik analiz	Öğr. Dila Şahingök*, Doç. Dr. Ozan Güler, Öğr. Nuri Anıl Mazlum
	Gastronomi ve mutfak sanatları eğitiminde aşçılık gölgesi: Eğitim müfredatlarına yönelik bir inceleme	Ezgi Zeynep Kozbaş*, Doç. Dr. Gürkan Akdağ, Dr. Öğr. Üyesi Aykut Göktuğ Soylu, Öğr. Gör. Yusuf Kara

SALON 8

Bağlantı Linki: <https://meet.google.com/pva-cyrg-jfb>

	Başlık	Yazar(lar)
OTURUM BAŞKANI: Doç. Dr. Ahmet Erdem	Diyarbakır ilinin mutfak kültürünün UNESCO yaratıcı şehirler ağına girme potansiyelinin SWOT analizi çerçevesinde değerlendirilmesi	Öğr. Gör. Başak Boz*, Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Fatih Kayran
	Bursa'nın inanç turizmi potansiyeli: Tarihi kültürel ve sosyoekonomik boyutlarıyla bir değerlendirme	Dr. Mustafa Coşkun*, Şahin Kurt, Dr. Öğr. Üyesi Nesrin Savaş



**3. ULUSLARARASI
MEZOPOTAMYA
İNANÇ, KÜLTÜR VE
GASTRONOMİ TURİZMİ
KONGRESİ**

**3RD INTERNATIONAL
MESOPOTAMIA
FAITH, CULTURE AND
GASTRONOMY TOURISM
CONGRESS**

Sürdürülebilir arkeoturizm
perspektifinde
Mezopotamya: Mardin'in
kültürel mirası ve dijital
teknolojilerin rolü

Abdullah Güngör*, Doç. Dr. Mehmet Necati
Cizrelioğulları

Hidrellez geleneği
ekseninde bir etkinlik
turizmi modeli önerisi

Öğr. Gör. Dr. Sedat Değişgel*

Öğrencilerin sürdürülebilir
turizm tutumu: Mardin
Artuklu Üniversitesi Turizm
Fakültesi Örneği

Doç. Dr. Betül Kodaş, Turan Çölgeçen*

MEZOPOTAMYA | MESOPOTAMIA

SOSYAL PROGRAM

Diyarbakır Kültür ve Tarih Gezisi

08:30 - Dicle Üniversitesi Merkez Kampüsünden Hareket

09:00 - Zerzevan Kalesi

11:30 - On Gözlü Köprü

12:30 - Öğle Yemeği

14:30 - İçkale Açık Hava Müze Kompleksi

15:30 - Diyarbakır Surları

16:30 - Gazi Caddesi

(Bakırcılar Çarşısı, Ulu Cami, Dört Ayaklı Minare, Hasan Paşa Hanı,
Sülüklü Han)

17:30 - Gezi Sonu

Özet/Tam Metin Bildiri Gönderimi Son Tarihi: 20 Ekim 2025
Deadline For Abstract/Full-Text Submission: October 20, 2025

www.dicle.edu.tr/birimler/inanckulturturizmi
www.dicle.edu.tr/en/birimler/faithculturetourism



İÇİNDEKİLER

Mezopotamya Metaverse’inde Sanal Arkeolojik Kazı: Yapay Zekâ ile Veri Modelleme ve Kuantum ile Güvenli Veri Saklama.....	1
<i>İrem Ceyda SAMANCI, Muhammed BAYKAL</i>	
Konaklama Sektöründe Robotik Teknolojilerin Kullanımına Yönelik Bakış Açıları: Batman Örneği.....	6
<i>Ümmü Gülsüm AĞIR, Bülent AYDIN</i>	
İnanç Temelli Yemek Ritüellerinin Dijitalleşmesi: Aşure Paylaşımları Üzerine Bir Analiz.....	11
<i>Beydanur NİZAM, Serpil KAYA</i>	
Kutsal Mekânların Ticarileşmesi: Mardin Örneği.....	15
<i>Berfin ATA, Abidin Can AKTAŞ</i>	
İnanç Turizmi Kapsamında Aziz Paulus’un Önemi ve Çanakkale Turizmine Etkisi.....	18
<i>Lokman GÜZEL, Mutlu CAN, Songül GÖKHAN, Fulya ERDOĞAN, Erol DURAN</i>	
Turizm Rehberliği Eğitiminde Engelsiz Turizm Farkındalığı: İskenderun Teknik Üniversitesi Örneği.....	23
<i>Aybüke YÜKSEL, Hasan CİNNİOĞLU</i>	
Coğrafya ve Kültür Etkileşimi Bağlamında Girit Mübadillerinin Mutfak Yapılarının Değişimi ve Akdeniz Bölgesi Mübadillerinin Mutfak Kültürünün İncelenmesi.....	27
<i>Metin ÖZTÜRK, Lokman TOPRAK</i>	
Karşılıklı İlişki Kurmada Yerel Halkın Turist Algısının Önemi: Arap Turistler Üzerine Uygulama.....	32
<i>Ahmet ÇAVUŞ, Dilara ÇAVUŞOĞLU</i>	
Diyarbakır Cezaevi’nin Hüzün Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi.....	36
<i>Birgül EFE, Emin RAMANLI, Volkan GENÇ</i>	
Tarihin Kadim Ev Sahipleri: Diyarbakır Mağaralarına Dair Turist Deneyimleri.....	39
<i>İsmail UZUT</i>	
Turizmde Otantiklik İllüzyonu: Post-Modernizm, Simülakr ve Tüketilen Sahicilik.....	42
<i>Ayşe KÖSE ŞİRİN</i>	
Türkiye’ye Yönelik Turizm Talebinin Belirleyicileri: Genişletilmiş Çekim Modelinden Bulgular.....	45
<i>Emrah Eray AKÇA</i>	
Turistik Destinasyonlarda Sosyal Taşıma Kapasitesinin Değerlendirilmesi: Hasankeyf Örneği.....	48
<i>Şehadet BIÇAKÇI, Feridun DUMAN</i>	

Göbeklitepe Örenyerine İlişkin Ziyaretçi Yorumlarının İncelenmesi.....	51
<i>Sonay KAYGALAK ÇELEBİ, Şevval KESKİNKİLİNÇ</i>	
Örgütsel Adaletin İşgören Devir Hızı Algısına Etkisinde Örgütsel Bağlılığın Aracılık Rolü: Kuşadası'ndaki Yiyecek-İçecek İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma...	62
<i>Yunus Emre BİLGİÇ, Suat ARPACI, Muhammed BAYKAL</i>	
Kurumsal Yönetim Olgunluk Düzeylerinin Ölçülmesi: BİST Turizm Örneği.....	65
<i>Süleyman Alperen AKDOĞAN, Hande UYAR OĞUZ</i>	
Konaklama İşletmesi Çalışanlarının İş Stresi ile Psikolojik İyi Oluşları Arasındaki İlişki.....	78
<i>Seyit Ahmet SOLMAZ, Hande UYAR OĞUZ</i>	
Restoran İşletmelerinde Atık Yönetimi Uygulamaları Üzerine Hatay İlinde Bir Araştırma.....	82
<i>Sait DOĞAN, Meryem UTMA</i>	
Hız. Nuh'tan Hatıra: Aşure Günü ve Aşure Tatlısı.....	85
<i>İbrahim BAZ</i>	
Turizm Sektörü ve Ekonomik Etkileri: Türkiye Örneği.....	89
<i>Muhammed ÇELİK</i>	
Diyarbakır'da Coğrafi İşaretli Ürünlerin İnanç Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi.....	92
<i>Adnan Burak ACAR</i>	
Triple Transformation in Tourism Facilities: A Review on Digital, Green and Social Transitions	95
<i>Mürsel KAYA</i>	
Coğrafi İşaret Almış Gastronomik Ürünler Üzerine Bir İnceleme: Bingöl İli Örneği.....	98
<i>Volkan TUNCEL</i>	
Yemek Pişirme Etkinliğinin Bağımlı Bireylerin Ruh Sağlığı Üzerindeki Etkisi.....	101
<i>Şehmus AYKOL, Berkay Nedim HALİFEGİL</i>	
Dijital Çağda Kral Yolu: İnanç, Kültür ve Gastronominin Kesişim Noktasında Bir Miras.....	103
<i>Armağan TANRIKULU</i>	
Gastronomi Turizmi Kapsamında Elazığ'da Üzüm Kültürü ve Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi.....	105
<i>Mustafa Emre ŞİRİN, Suat ARPACI</i>	
Arap Turistlerin Ayder Yaylasında Kırsal Turizm Hizmet Deneyimi Üzerine Bir Araştırma	108
<i>Ahmet ÇAVUŞ, Ayşegül KOÇ</i>	
Kültürel Mirasın Sanallaştırılması: Ayasofya ve Göbekli tepe Örneklerinden Yola Çıkarak Mardin'de Sanal Müzecilik Potansiyelinin İncelenmesi.....	111
<i>Sezen DENİZ, Gülseren ÖZALTAŞ SERÇEK</i>	
Çok Katmanlı Bir Kültürel Miras Olarak Süryani Mutfak Kültürü Üzerine Bir Değerlendirme	114
<i>Melanie PASLANMAZ, Özgür ALPCAN</i>	

Unutulmaz Turizm Deneyimi Destinasyon İmajını Nasıl Şekillendirir? Sosyal Medyanın Düzenleyici Rolü: Diyarbakır Örneği.....	117
<i>Şevval KESKİNKİLİNÇ, Seray GÜLERTEKİN GENÇ</i>	
Cueva del Tesoro ve Keloğlan Mağaralarının İnanç Turizmi, Ziyaretçi Yönetimi ve Sürdürülebilirlik Açısından Karşılaştırılması.....	120
<i>Naci POLAT</i>	
Gıda ve Beslenme Okuryazarlığı Düzeyini Ölçmeye Yönelik Çalışmalar ve Önemi.....	122
<i>Pınar SÜLEYMANOĞLU, Semra GÜRBÜZ</i>	
Diyarbakır Gastronomi Rotalarını Belirlemede Chatgpt Örneği....	126
<i>Hilal AZAT, Mehmet Necati CİZRELİOĞULLARI</i>	
İlkler ve Tekler Coğrafyası TRC2 Diyarbakır-Şanlıurfa Bölgesinde Kültür, Turizm ve Gastronomiden Kalkınmaya: Ekonomik Büyüme ve Sektörel Rekabetçilik Analizi.....	130
<i>Zühal ÇELEBİ DENİZ</i>	
Tandırdan Tablete: Mardinli Genç Kadınların Gözünden Yemek Kültüründe Değişim....	132
<i>Pelin AÇAR, Mehmet Necati CİZRELİOĞULLARI</i>	
Mezopotamya Mutfak Kültürü Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi.....	135
<i>Hilal AZAT, Serkan YİĞİT</i>	
Diyarbakır Ermenilerinde Sofra Adabı ve Yemek Kültürü.....	139
<i>Kasım ERTAŞ</i>	
Mardin’de Gastronomi Turizmi Güzargahlarının Belirlenmesi: Yerel İşletmecilerle Katılımcı Bir Model Önerisi.....	141
<i>Sedanur TAŞAR, Mehmet Necati CİZRELİOĞULLARI</i>	
Un ve Su ile Şekillenen Kültür: Türkiye’nin Ark of Taste Listesindeki Ekmekleri Üzerine Bir Değerlendirme.....	143
<i>Hayriye DUMAN</i>	
Çerağ Yakma Ritüelinin Somut Olmayan Kültürel Miras Bağlamında Değerlendirilmesi.....	146
<i>Gizem ÇORMAN</i>	
Analyzing Consumer Responses to Online Promotions in the Restaurant Industry.....	149
<i>Ülker CAN, Feridun DUMAN</i>	
Endüstriyel Mirasın Turizme Entegrasyonu: Batman Örneği.....	152
<i>Mustafa DOĞAN, S. Emre DİLEK, Burçin GÜNGEN, Nur K. DİLEK, Akarcan GÜNGÖR</i>	
Dijital Teknolojilerle Kültürel Mirasın Korunması: Somut Eserlerin 3D Tarayıcılar ve Yazıcılarla Arşivlenmesi ve Yeniden Üretimi.....	155
<i>Bayram KANCA, Taner NUR</i>	
Gastronomi Öğrencilerinin Staj Deneyimlerinde Profesyonel Kimlik Dönüşümü: Yansıtıcı Öğrenme Yaklaşımı.....	159
<i>Osman KESKİN, Gülseren ÖZALTAŞ SERÇEK</i>	
Yemek ve Kutsal: Yiyecek ve Beslenmenin Kültürel ve Dinî Boyutları.....	161
<i>İsmet TUNÇ</i>	

Turizm ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Güneydoğu Anadolu Bölgesi Üzerine Panel Nedensellik Analizi.....	163
<i>Ahmet ÇAKMAKOĞLU, Okan DOĞAN</i>	
Kuşaktan Kuşağa Aktarılan Lezzetler: Mardin’de Kadınların Gastronomik Hafızadaki Yeri	177
<i>Ece BAZLAMAÇCI</i>	
Yöresel Yemeklerde Mevsimsellik ve Kültürel Hafıza – Mardin Örneği.....	180
<i>Fatma DURU</i>	
Geleneksel Ktır Kabak Tatlısının Ayva Meyvesine Uyarlanması.....	184
<i>Rumeysa KARA, Duygu ALP BALTAKESMEZ</i>	
Diyarbakır Coğrafi İşaretili Yemeklerinin Restoran Menülerinde Yer Alması Üzerine Nitel Bir Çalışma.....	188
<i>Cüneyt ATEŞ, Lokman TOPRAK</i>	
Ahmet Hamdi Tanpınar’ın Beş Şehir Eseri’nde Erzurum’un İnanç Turizmi Açısından Değerlendirilmesi.....	205
<i>Ahmet ÇAVUŞ, Mehmet DUMAN</i>	
Latmos’ta Bulunan Tarihi ve Kültürel Değerlerin Sürdürülebilirliğinde Paydaşların Yeri ve Önemi.....	208
<i>Burçak AKINCI EKİZTEPE, Hüseyin ÇEKEN</i>	
Mardin Müzesinin Bölge Turizmindeki Rolü.....	210
<i>Amine SALMIŞ, Mehmet Necati CİZRELİOĞULLARI</i>	
Gastronomide Yenilikçi Yöntemlerle Kuru Kaymağın Değerlendirilmesi: Bitlis Yöresi Örneği	212
<i>Yaren Betül UÇAK, Muhammed İkbâl AVCİL, Zehra ALTINTAŞ, Berfin KULUMAN, Osman KESKİN</i>	
Gılgamış Destanı’nda Ekmek, Şarap ve Bira: Antik Mezopotamya Mutfak Kültürünün Mitik İzleri.....	215
<i>Yılmaz KAVAL</i>	
Dijital Kültürel Miras Deneyiminde Otantiklik ve Anlam: Göbeklitepe Örneği.....	216
<i>Emrah KIRMACI, Ahmet ÇAVUŞ</i>	
Dilin Kültürel Mirası Aktarma Rolü: Bibliyometrik İnceleme.....	219
<i>Mehmet Veysi BABAYİĞİT, Mustafa TÜNİK</i>	
Ahlat Müzesi Bağlamında Tematik Gastronomi Yaklaşımıyla Kültürel Hikayeleştirme ve Gastronomik Ürün Tasarımı.....	221
<i>Kerime KARAKAŞ, Melek AKYÜZ, Osman KESKİN</i>	
Gastronomi Kültürel Mirasının Dijitalleşmesi: 2011-2025 Yılları Arasında Küresel Yayın Eğilimlerinin Bibliyometrik Analizi.....	224
<i>Ezgi ETER, Mehmet KABACIK</i>	
Hizan Pirincinin Dünya Mutfaklarındaki Kullanım Potansiyelinin İncelenmesi.....	226
<i>Berivan CARAV, Ferda AKBABA, Hüseyin AKSOY, Umut GÜLERYÜZ, Osman KESKİN</i>	
Aile Habitusunun Dönüşümü: Dijital Kültür, İnanç ve Yemek Üzerine Teorik Bir Okuma	229
<i>Pınar BAYKAN</i>	

İnanç Turizmi ile Kültür Turizmi Arasındaki Karşılıklı Etkileşim: Türkiye Örneğinde Mekân Hafızası ve Kimlik Üretimi.....	231	<i>Zeliha KİRİŞCİ</i>
Insecto-Gastronomy: Examining Gastronomy Students' Perceptions and Acceptance of Insect-Based Foods.....	234	
<i>Zehra Nur GÜLNİHAL, Osman KESKİN, Ayşe Başak ÇAKMEN</i>		
Semiotic Perspectives On Gastronomy Tourism: Analysis of Language, Visuals, and Cultural Narratives.....	238	<i>Mehmet Veysi BABAYIGIT, Umut BALCI</i>
The Motivations and Experiences of Non-Christian Visitors at Laodikeia Church.....	241	
<i>Mehmet Yavuz ÇETİNKAYA, Ayşe DEMİR, Sinem ÖZTÜRK</i>		
Tematik Gastronomi Yaklaşımı: Van Gölü Konseptinin Tabak Tasarımına Uyarlanması Üzerine Bir Araştırma.....	243	
<i>Ayşe Başak ÇAKMEN, Mukadder ÇETİN, Umut GÜLERYÜZ, Osman KESKİN</i>		
Kutsal Mekânların Ticarileşmesi: Mardin Örneği.....	246	
<i>Berfin ATA, Abidin Can AKTAŞ</i>		
Kutsallığın Dijital İzleri: Saint Pierre Kilisesi Üzerine Ziyaretçi Yorumlarının İçerik Analizi	249	
<i>Nadire ÖKSÜZ, Gamze ERYILMAZ</i>		
Coğrafi İşaretli Yerel Bir Ürün Olarak Bor Söğürmesi: Kültürel ve Ekonomik Değeri Üzerine Bir İnceleme.....	252	
<i>Ahmet ÇAVUŞ, Barış TURAN, Arif KÜÇÜKKAHRAMAN</i>		
Mezopotamya Seramik Kültürüne Bir Örnek: Halaf Seramikleri.....	255	
<i>Hülya AK, Çiğdem Önder ER</i>		
Tarihi Yapıların Şehir İnanç Kültürüne Katkıları: Diyarbakır Örneği.....	258	
<i>Tahsin KULA</i>		
Gelenekselden Evrensele: Coğrafi İşaretli Karacadağ Pirincinin Dünya Mutfaklarındaki Kullanım Potansiyelinin Araştırılması.....	263	
<i>Helin AKIN, Ğazal DEMİR, Ayşe Başak ÇAKMEN, Umut GÜLERYÜZ, Osman KESKİN</i>		
Kubbeler ve Çanlar: Türkiye'nin Çok Dinli Miras Rotasında Cami ve Kilise Komşuluğu.....	265	
<i>Elif DEMİR, Kübra PEKTAŞ, A. Celil ÇAKICI</i>		
Current Approaches in Cultural Heritage Marketing.....	269	
<i>Sema DEMİRKIRAN, Bülent AYDIN</i>		
Kültürel Travma ve Ruhsal İyileşme: Mezopotamya'da Tufan Mitinin Psikolojik Okuması.....	273	
<i>Yılmaz KAPLAN</i>		
Geçmişten Günümüze Diyarbakırlı Bilim İnsanları: Bilimsel Mirasın Sürekliliği.....	276	
<i>Hasan BAYRAM, Kadriye MİRZADE</i>		
Geleceğin Ötesinde Bir Deneyim: VR ve AR Teknolojisinin Kültürel Miras Eğitimindeki Rolü	278	
<i>Nurcan DİLMAÇ, Hasan Hüseyin ŞAHİN, Volkan GENÇ</i>		

Âşıklık Geleneğinin Turizm Açısından Değerlendirilmesi ve Sürdürülebilirliği.....	281	<i>Lale TOPRAK</i>
Beş Bin Yıldır Süren Kültür: Tandır.....	285	<i>Mehmet Fatih PULLU</i>
Yerel Mirasın Sürdürülebilir Tanıtımı: Geleneksel Kavurganın Çeşitlendirilmesi ve Gastronomik Hediye Olarak Turizme Sunulması.....	287	<i>Yaren BAYA, Zilan ARSLAN, Nursel ABA, Osman KESKİN</i>
Gastronomi; Barışın Sofrası Olabilir mi?.....	290	<i>Sedat ÇELİK</i>
Examining The Role of Foreign Language Education in the Development of Professional and Cultural Competencies of Gastronomy Tourism Students.....	292	<i>Mehmet Veysi BABAYİĞİT, Meryem AKÇAYOĞLU</i>
Gastronomic Lexicon Across Time: A Historical and Linguistic Analysis.....	295	<i>Mehmet Veysi BABAYİĞİT, İhsan PİLATİN</i>
Coğrafi İşaretli Karacadağ Pirincinin Diyarbakır Mutfak Kültüründeki Öneminin Değerlendirilmesi.....	298	<i>Şervan Kemal UZUN, Serkan YİĞİT</i>
Adıyaman Yöresel Çorbalarının Vejetaryen Beslenme Açısından Değerlendirilmesi.....	309	<i>Emine YAZAN, Çiğdem SABBAĞ</i>
Zanaattan Tabaga, Mozaiklerden Sofra'ya, Medeniyetlerin İzi, Geleceğin Sözü: Gaziantep Kültüründen, Geleceğe Sürdürülebilir Bir Miras Yolculuğu.....	312	<i>Sümeyra ŞİMŞEK KARA</i>
Trabzon'daki Yerel Restoranların Arap Turist Deneyimine Etkisi.....	315	<i>Ahmet ÇAVUŞ, Ceren AKÇAY</i>
Diyarbakır'ın Tarihi ve Kültürel Mekânlarında Ziyaretçi Deneyimi Üzerine Tematik Bir Analiz	318	<i>Lezgin AYDIN, Filiz DURAN, Onur AKGÜL</i>
Akıllı Lezzetler Çağı: Turizm ve Gastronomi 4.0 Eksenine Üzerine Modern Restoran Yönetimi	322	<i>Serkan GÜN, Mehmet Nuri SEVGİN</i>
Dijital İzlerde Kültürel Miras Algısı: TripAdvisor Üzerinden Diyarbakır Surları Üzerine Nitel Bir Analiz.....	341	<i>Taner NUR, Gülseren ÖZALTAŞ SERÇEK</i>
Diyarbakır Taş İşlemeciliği: Kültürel ve Tarihsel Analiz.....	344	<i>Bahar BURTAN DOĞAN, Kadriye MİRZADE</i>
UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında Afyonkarahisar Gaziantep ve Hatay'ın Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi.....	347	

Gökhan KADIRHAN

Diyarbakır Coğrafyası, Kültürel ve Gastronomik Yapısı Üzerine Bir Değerlendirme: Mezopotamya'dan Günümüze Uzanan Bir Mutfak Mirası.....350 *Lokman TOPRAK, Mustafa TÜNİK*

X ve Z Kuşağının Yöresel Gıda Algısı.....354 *Kübra YILDIRIM, Mehmet Necati CİZRELİOĞULLARI*

Hikâye Anlatıcılığı ve Gastronomik Ürün Geliştirme: Şerbet-i Afet.....356 *Selva İBRAHİMOĞLU, Ayşe Başak ÇAKMEN, Osman KESKİN*

İnanç Turizmi ve Dijitalleşme: Kavramsal Bir Yaklaşım.....359 *Ediz GÜRİPEK*

Kapadokya'nın Destinasyon Kişiliği: Dijital Platformlarda Yapılan Turist Yorumları Çerçevesinde Bir İçerik Analizi.....362 *Selcan UĞUŞ*

Dijital Etkileşim Çağında Küresel Yiyecek Tüketimi: Sosyal Medyanın Dönüştürücü Etkileri 364 *Kerem ÇIRAK, Zeliha KAYA*

YouTube Seyahat Vloglarının Turistlerin Karar Verme Sürecindeki Rolü: Giresun Örneği.....368 *Fatih SAYDAM*

Yapay Zeka Tabanlı Tarif Geliştirmenin Artıları ve Eksileri.....371 *Seda Nur KESKİN*

Helal Turizmde Dijital Dönüşüm: İslami FinTek Uygulamalarının Turizmdeki Rolü.....382 *Mehmet BEYAZGÜL*

Akıllı Turizmde Yapay Zeka Teknolojilerinin Dönüşümü.....384 *Muazzez KORKMAZ, Sadık SERÇEK*

Dijital Çağda İnanç Turizminin Dönüşümü.....386 *Gülten KURT DERMİRCAN, Şeyhmus DEMİRCAN, Hüseyin ÇEKEN*

Avrupa Birliği Politikaları Kapsamında Gümrük Birliğinin Türk Turizmine Etkileri.....389 *Sezai SARIİBRAHİMOĞLU*

The Effect of Memorable Tourism Experience on Behavioural Intentions in Battlefield Tourism: The Case of Gallipoli Historical Site.....393 *Tarık YALÇINKAYA*

Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde İnanç Turizmi Merkezlerine Yönelik E-Şikâyetlerin İncelenmesi.....396 *Esra CESUR, Serap OK, Özge ALKAN*

Diyarbakır Sofrasını Okumak: Alanyazın Üzerinden Kesişen Temalarla Meta-Analiz.....399 *Emrah YILDIZ*

Turizm Rotaları Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi.....403

Üzeyir Emrah İLTER

İnanç Turizmi Kapsamında Ziyaretçi Deneyimi: Balıklıgöl Örneği.....405

Arif AKPINAR

Monoteist Dinlerde Bereket Kültü.....409

Hatice KAYRAN

Pastacılıkta Kullanılan Katkı Maddelerinin Etiketlerinin İncelenmesi: E Kodlarının İçerik Analizi.....412

Kübra ALTAY, Alper KURNAZ

Cittaslow Üye Kentlerinde Turistik Faaliyetlerin Karşılaştırmalı Analizi: Doğu Anadolu Bölgesi Örneği..... 414

Onur YILDIZ, Taner DALGIN, Dilan ŞATIR YILDIZ

Yerli Alanyazında Din ve Gastronomi İlişkisini Ele Alan Araştırmalar Üzerine Bir Sistemik Derleme.....417

Nuri Anıl MAZLUM, Ozan GÜLER, Dila ŞAHİNGÖK, Gülser YAVUZ

Hatay Mutfak Kültüründe Tören Yemekleri: Somut Olmayan Kültürel Mirasın Gastronomik Yansımaları.....421

Hilal ÖZ

Bir Restoranı ‘En İyiler’ Arasına Taşıyan Etmenler: Tripadvisor Yorumlarıyla Restoranların Güçlü ve Zayıf Yönlerinin İncelenmesi.....423

Halil İbrahim KARAKAN, Nur Deniz KARAGÜLLE

İslamiyet'te Deniz Ürünleri İkilemi: Gastronomi Öğrencilerinin Bakış Açısı.....425

Uğur KILINÇ, Türkan DEDE

Türkiye'nin Yerli Turist Profiline Belirlenmesi.....427

Burcu GÖK OLGUN

Kars'ta Yerel Halkın Gastronomi Turizmine Katkısı ve Bölgesel Kalkınmadaki Rolü.....429

Ahmet Berke DEMİRAL

Gastronomi Kültürü, Yabancı Mutfak Deneyimleri ve Gastronomi Turizmi.....433

Rumeysa OĞUZSOY

Toplu Hayır Yemeklerinin Sosyal ve Kültürel Boyutları: Dijital Çağdaki Yaklaşımlar.....447

Burak ALTIN

Yahudilikte Beslenme Kuralları: Koşer.....452

Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Sıklıkla Kullanılan Bazı Baharatların Özellikleri ve Gastronomide Kullanımı.....463

Sedat SARIGÜL, Semra GÜRBÜZ

Kırsaldaki Gastronomik Öğelerin Bir Turistik Çekicilik Olarak Kullanımı: Ege Bölgesi Örneği 467

İsmail Umut ÖZENÇ, Taner DALGIN, Büşra UZUN

Dijital Platformlar ve Türkiye’de Gastronomi Turizmi.....	470
<i>Seda ADLİ TAPANCI</i>	
Süryani Oruç Kültüründe İnanca Dayalı Beslenme ve Gastronomik Yansımaları.....	482
<i>Kumri KIRKLER</i>	
Üçüncü Nesil Kahve Demleme Yöntemlerinin Duyular Üzerindeki Etkisi.....	484
<i>İrem ÖVEANAR, Şeval KANİ, Süleyman AKKAŞOĞLU</i>	
Trabzon’un Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi Teması Kapsamında Değerlendirilmesi	487
<i>Kaan YILMAZ, Meral ÜZÜLMEZ</i>	
Somut Olmayan Kültürel Miras Unsuru Olarak Geleneksel Çocuk Oyunlarının Turizmde Kullanımı.....	491
<i>Özlem GÜNCAN</i>	
Otel İşletmeleri Çalışanlarının Uzaktan Eğitimde Oyunlaştırmanın Kullanımı.....	492
<i>Mehmet Emin BAYNAZOĞLU</i>	
Turizmde Yeni Bir Alternatif: Sessiz Seyahat.....	494
<i>Serkan BARUT, Mehmet Necati CİZRELİOĞULLARI</i>	
Destinasyon İmajı Geliştirmede Turist Rehberlerinin Rolü: Safranbolu Örneği.....	496
<i>Ahmet TOPBAŞ, Nuray TÜRKER</i>	
Kültürel Miras Yoluyla Küçük Şehirlerin Gelişimine Yönelik Bir Model Önerisi: Kuramsal Bir Yaklaşım.....	500
<i>Abdullah ERAVCI, Songül YAVUZ</i>	
Helal Turizm Literatürünün 2015–2024 Arasındaki Evrimi: R ve Biblioshiny ile Web of Science Tabanlı Bibliyometrik Analiz.....	503
<i>Doğan ÇAPRAK</i>	
Safranbolu’daki Gayrimüslim Evlerinin Zemin Kat Yapıları Üzerinden Bir İnceleme: Fonksiyon, Kimlik ve Kapalı Ekonomi.....	504
<i>Durmuş GÜR, Nuray TÜRKER</i>	
Mardin’in Kültürel Kimliğinde Acı Bir Tat: Mırza Kahvesi.....	508
<i>Esmanur BOZAN</i>	
Hatay’ın Geleneksel Yemek Eşleşmelerinin Menüleştirilmesinin Gastronomik Kimliğin Sürdürülebilirliğine Katkısı.....	511
<i>Elif Canser PERK, Salih Zeki ŞAHİN</i>	
Öğrencilerinin Mutfak Yeterliliklerinin Belirlenmesi.....	513
<i>Yaren ÖZTÜRK, Ayşe Nur GÜRBÜZ, Süleyman AKKAŞOĞLU</i>	
Destinasyon Sürdürülebilirliğinde Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Rolü: Otel İşletmelerine Yönelik Bir İnceleme.....	516
<i>Ebru KEMER, Ezgi KIRICI TEKELİ, Mehmet TEKELİ</i>	

Şifalı Olduğuna İnanılan Bitkiler ve Halk Hekimliğinde Kullanımı: Dinler Tarihi Perspektifinden Bir Yaklaşım.....	519
<i>Delila ELÇE</i>	
Sürdürülebilirlik Bağlamında Bitki Bazlı Et Alternatiflerine Yönelik Kavramsal Bir Değerlendirme.....	521
<i>Raşit BAKAN, Emrah ÖZKUL</i>	
Sürdürülebilir Destinasyon Pazarlaması Kapsamında Van Gölü Havzası'nın Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi.....	525
<i>Melahat AVŞAR</i>	
Turist Rehberliği Programında Eğitim Gören Öğrencilerin Program Müfredatıyla İlgili Görüş ve Beklentileri: Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu Örneği.....	533
<i>Sedat DEĞİŞGEL</i>	
Tarımsal Endüstriyel Mirasın Turistik Deneyime Dönüşümü: Antika Traktör Müzesi Ziyaretçilerinin Deneyimleri Üzerine Netnografik Bir Araştırma.....	536
<i>Emrah KARA, Bilgin GÜNER, Hüseyin ÇEKEN</i>	
Dijital Çağda Kültürel Mirasın Korunmasında Devlet Destekli Projelerin Rolü: Gaziantep İli Üzerine Bir İnceleme.....	538
<i>Özge ALKAN, Hüseyin ÇEKEN</i>	
Mezopotamya Bölgesinde Halkın Geleneksel ve Alternatif Tıbbı Yönelik Tutumları: İnanç Kültür ve Turizm Perspektifinden Bir Değerlendirme.....	541
<i>Sakine ÇELİK</i>	
Kültürel Kimlik Perspektifinden Elazığ'ın Kültürel Miras Potansiyeli.....	544
<i>Tuğçe ÇALGIN, Cansu UZUN GÜRİPEK</i>	
Kültür Turizmi Kapsamında Muğla İlinde Düzenlenen Yöresel Festivallerin Değerlendirilmesi	547
<i>Berfin Helin YALÇIN, Merve BATUM, İsmail Umut ÖZENÇ</i>	
Türkiye'deki Mezopotamya Şehirlerinde Bulunan Kilise ve Manastır Ziyaretleri: Tripadvisor Yorumları Üzerinden Bir Değerlendirme.....	551
<i>Nurullah Cihan AĞBAY</i>	
Datça'da Unutulmaya Yüz Tutmuş Somut ve Somut Olmayan Kültürel Miras Unsurlarının Belirlenmesi ve Koruma Olanakları.....	554
<i>Levent KARADAĞ, Hüseyin ÇEKEN, Taner DALGIN</i>	
Kapsayıcı Liderlik, Kültürel Çeşitlilik ve Kültürler Arası İletişim.....	556
<i>Yeliz AKÇAY</i>	
Kutsal Rotalar, Modern Kanatlar: Havacılık, Hac ve Sürdürülebilir Kültürel Turizmin Kesişim Noktası.....	557
<i>Ebru BAĞÇI</i>	
Chocolate Consumption: Addiction or Self-Reward? (A Qualitative Study).....	558
<i>Ramazan KARAMAN</i>	

Doğu Anadolu’da Tandır Kültürünün Arkeolojik Kökenleri: Malatya Arslantepe Höyüğü Bulguları Üzerinden Bir İnceleme.....	561
<i>Kağan Çağrı KARACA</i>	
Digital Storytelling in Tourism: Reimagining Tour Guide Roles in the Instagram Era.....	563
<i>Vildan BAKIR ERTAŞ</i>	
Experiential Wine Tourism: Enhancing Tourist Engagement Through Authentic Vineyard Experiences.....	566
<i>Nesrin SAVAŞ</i>	
Feasting with Pixels: The Erosion of Gastronomic Authenticity in the Digital Age.....	568
<i>Çağdaş ERTAŞ</i>	
Gastronomi Turizmi Perspektifinden Muğla’nın Coğrafi İşaretli Ürünleri ve Rehberliğin Rolü	570
<i>Özcan ÖZDEMİR, Suat AKYÜREK</i>	
Aşırı Turizme Dair Bibliyometrik Bir Çalışma.....	572
<i>Oğur ÇAVĞA, Davut KODAŞ</i>	
Dijital Çağda Gastronomi: Yenilik, Deneyim ve Dönüşüm.....	579
<i>Yasemin ASILTÜRK OKUTAN</i>	
Batman Yöresel Yemeklerinin Vegan Vejetaryen Mutfak Kapsamında Değerlendirilmesi.....	583
<i>Fatıma TALAYHAN KURT, Hasan Önal ŞEYHANLIOĞLU, Reşat ARICA</i>	
Şanlıurfa Mutfak Kültüründe Izgara Yemekleri ve Sunumu Üzerine Bir Değerlendirme.....	597
<i>Mehmet Fatih KAYRAN</i>	
Türkiye’de Yerel Halk Konulu Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi: Turizm Alanında Bir Eğilim Değerlendirmesi.....	599
<i>Şeyma DUMANLI</i>	
Şanlıurfa Kültür Varlıklarının Ziyaretçi Deneyimleri Çerçevesinde Değerlendirilmesi.....	603
<i>Süleyman Can ASLAN, S. Ceylin ŞANLI KAYRAN</i>	
Gastronomi Araştırmalarında Kullanılan Teoriler: 2020-2025 Yerli Alanyazın Araştırmaları Üzerine Sistematik Analiz.....	606
<i>Dila ŞAHİNGÖK, Ozan GÜLER, Nuri Anıl MAZLUM</i>	
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Eğitiminde Aşçılık Gölgesi: Eğitim Müfredatlarına Yönelik Bir İnceleme.....	609
<i>Ezgi Zeynep KOZBAŞ, Gürkan AKDAĞ, Aykut Göktuğ SOYLU, Yusuf KARA</i>	
Diyarbakır İlinin Mutfak Kültürünün UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına Girme Potansiyelinin SWOT Analizi Çerçevesinde Değerlendirilmesi.....	612
<i>Başak BOZ, Mehmet Fatih KAYRAN</i>	
Bursa’nın İnanç Turizmi Potansiyeli: Tarihi, Kültürel ve Sosyo-Ekonomik Boyutlarıyla Bir Değerlendirme.....	614
<i>Mustafa COŞKUNER, Şahin KURT, Nesrin SAVAŞ</i>	
Sürdürülebilir Arkeoturizm Perspektifinde Mezopotamya: Mardin’in Kültürel Mirası ve Dijital Teknolojilerin Rolü.....	617

Abdullah GÜNGÖR, Mehmet Necati CİZRELİOĞULLARI

Hıdırellez Geleneği Ekseninde Bir Etkinlik Turizmi Modeli Önerisi.....620

Sedat DEĞİŞGEL

Öğrencilerin Sürdürülebilir Turizm Tutumu: Mardin Artuklu Üniversitesi Turizm Fakültesi
Örneği..... .623

Betül KODAŞ, Turan ÇÖLGEÇEN

Diyarbakır Mutfağı Kurs Programı: Mezopotamya Gastronomi Kültürünün Eğitim Yoluyla
Sürdürülebilir Aktarımı 626

Şirine ERONAT, Safiye TOPDEMİR, Hasan BEYSUN, Yunus MEMİŞ, Sadık AĞAR,

Hacı MALKOÇ

Mezopotamya Metaverse’inde Sanal Arkeolojik Kazı: Yapay Zekâ ile Veri Modelleme ve Kuantum ile Güvenli Veri Saklama

İrem Ceyda SAMANCI^{1*}, Muhammed BAYKAL²

Turizm Fakültesi/Turizm İşletmeciliği Bölümü
Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Türkiye
¹ samanciirem@icloud.com

ORCID: [0009-0008-0253-7895](https://orcid.org/0009-0008-0253-7895)

Turizm Fakültesi/Turizm İşletmeciliği Bölümü
Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Türkiye
² muhammed.baykal@adu.edu.tr
ORCID: [0000-0002-7763-1949](https://orcid.org/0000-0002-7763-1949)

Özet

İnsanlık tarihinin en kadim medeniyetlerine tanıklık eden Anadolu Mezopotamyası, derin birikimiyle kültürel mirasın en değerli merkezlerinden birine ev sahipliği yapmaktadır (Tekin, 2014). Özellikle Göbeklitepe’nin ritüel alanları (Bengisu, 2022), Mardin’in taş işçiliğiyle bezenmiş sokakları (Karadağlı, 2023) ve Diyarbakır’ın UNESCO Dünya Mirası listesindeki surları ve Hevsel Bahçeleri (Çağlar, 2018; Biçen, 2023), bu bölgenin zengin kültürel potansiyelini ve eşsiz arkeolojik değerlerini gözler önüne sermektedir. Ancak, bu mirasın geniş kitlelere erişilebilir kılınması ve dokusunun korunması, geleneksel turizm ve arkeolojik yöntemler için önemli zorluklar barındırmaktadır (Bristol, Brown ve Esnard, 2014).

Çalışma, geleneksel kültürel miras ve turizm yaklaşımlarını dijital çağın sunduğu imkanlarla harmanlayarak, Anadolu Mezopotamyası için dönüştürücü bir gelecek vizyonu sunmayı amaçlamaktadır. Gelişen Metaverse, yapay zekâ (AI) ve kuantum hesaplama teknolojileri (Correria, 2015), mekânsal ve zamansal sınırlamaları aşarak kültürel deneyimleri yeniden tanımlama potansiyeli taşımaktadır. Modelin temel amacı, kültürel mirasın pasif bir sergi objesi olmaktan çıkarılıp, sürükleyici ve etkileşimli deneyimlere dönüştürülmesini sağlamaktır. Ayrıca, kuantum kriptografisi ve kuantum anahtar dağılımı (QKD) gibi yöntemlerle elde edilen hassas dijital kültürel verilerin gelecekteki siber güvenlik tehditlerine karşı korunması, modelin önemli bileşenlerindendir.

Kültürel mirasın korunması ve aktarılması, sürdürülebilir turizm yönetimi açısından ciddi öneme sahiptir (Halaç ve Öğülmüş, 2021). Günümüzde; 3D modelleme, sanal gerçeklik (VR) ve dijital arşivler gibi teknolojiler, kültürel varlıkların kopyalanması, depolanması ve etkileşimli sunulması gibi yeni yöntemlerin gelişimini tetiklemiştir (Diaz Mendoza vd., 2023). Bu teknolojiler, Göbeklitepe gibi hassas arkeolojik alanların korunmasına yardımcı olurken, aynı zamanda küresel düzeyde tanınmasına da katkıda bulunmaktadır (Yıldız vd., 2022). Lazer tarama (LIDAR) ve

fotogrametri gibi teknikler ise, tarihi yapıların ultra çözünürlüklü dijital arşivlerinin oluşturulmasını sağlamaktadır (Yılmaz ve Yakar, 2006; Arı, 2024).

Yapay zekâ, kültürel miras alanında pasif veri analizinden kişiselleştirilmiş aktif içerik üretimi dahil olmak üzere dönüşüm yaratmıştır (Wang ve Zhou, 2025). AI araçları, kazı verilerini işleme, tarihi belgelerdeki kalıpları tanımlama ve objeleri sınıflandırma gibi özelliklerinin yanı sıra (Buratti vd., 2021), üretken yapay zekâ (generative AI) modelleriyle sanal ve sürükleyici kültürel deneyimler yaratma yeteneği de kazanmıştır (Chamola vd., 2024).

Metaverse, fiziksel dünyayı sanal evrenle birleştiren, birden fazla kullanıcının sosyal etkileşim, iş ve oyun gibi çeşitli alanlarda bulunabileceği “gerçeklik sonrası” bir evren olarak tanımlanmaktadır (Mystakidis, 2022). Kültürel miras Metaverse’ü, doğrusal, düzlemsel, mekânsal, zamansal ve bağlamsal olmak üzere beş boyutta ele alınmakta ve kültürel mirasın dijitalleşmesini desteklemektedir (Zhang vd., 2022). Sanal kazı platformu, yalnızca fiziksel dünyanın dijital kopyasını sunmakla kalmayıp, kullanıcıların birbirleriyle ve sanal çevreleriyle etkileşimde bulunabileceği sosyal bir alan da yaratmaktadır (Mestiri vd., 2025).

Kuantum hesaplama, bir yandan mevcut şifreleme algoritmalarını kırma potansiyeli taşıırken öte yandan bu tehditlere karşı kuantum anahtar dağılımı gibi kırılamaz çözümler de sunmaktadır (Gadkari, 2025). QKD’nin sağladığı yüksek güvenlik, önerilen Mezopotamya Metaverse projesindeki hassas arkeolojik verilerin (LIDAR,3D) uzun vadeli korunması için kritik bir bileşen olarak öne çıkmaktadır (Malwade, 2025; Gadkari, 2025).

Çalışma, nitel bir araştırma deseni benimseyerek kavramsal modelleme yaklaşımına dayanmıştır (Fettke, 2009). Doküman analizi ve literatür sentezi yöntemleri kullanılarak, Metaverse, yapay zekâ ve kuantum teknolojileri gibi disiplinler arası alanlardaki mevcut bilgiler bir araya getirilmiştir (Ülger, 2019). İkincil veri kaynakları kullanılarak akademik veri tabanları üzerinden veriler elde edilmiştir. Gemini ise bilişsel asistan olarak literatür sentezi ve tema belirlemede kullanılmıştır (Imran ve Almusharraf, 2024). Geçerlik ve güvenilirlik, inanılabilirlik, aktarılabirlik, güvenilebilirlik ve onaylanabilirlik terimleri bağlamında değerlendirilerek (Lincoln ve Guba, 1985), kapsamlı literatür, araştırmacı yansıtması, vaka örnekleri, detaylı yöntem açıklığı ve literatüre dayalı argümanlarla sağlanmıştır. Çalışmanın ve modelin görselleştirilmesinde “Copilot” bilişsel asistanlar olarak seçilmiştir.

Model, Metaverse platformu, yapay zekâ ve kuantum güvenlik mimarisi entegrasyonu ile Anadolu Mezopotamya’sının kültürel mirasını erişilebilir, etkileşimli ve güvenilir bir dijital deneyime dönüştürmeyi amaçlamaktadır. Metaverse, gerçek kazı alanlarının LIDAR taramaları ve fotogrametriyle oluşturulmuş yüksek çözünürlüklü dijital ikizlerinde sanal arkeolojik keşiflere olanak tanır, fiziksel kısıtlamaları aşar ve sosyal etkileşimleri destekler (Yıldız ve Tavukçuoğlu, 2022). Yapay zekâ, kişiselleştirilmiş sanal rehberlik, anlık bilgi erişimi ve üretken yapay zekâ modelleriyle tahrip olmuş alanların rekonstrüksiyonunu sağlayarak ziyaretçiyi aktif bir öğrenciye ve kâşife dönüştürür (Chamola vd.,2024; Wang ve Zhou, 2025). Kuantum güvenlik tasarımı ise, LIDAR taramaları ve 3D modeller gibi hassas arkeolojik verilerin, kuantum kriptografisi ve QKD gibi yöntemlerle gelecekteki siber tehditlere karşı teorik olarak kırılamaz bir güvenlik seviyesiyle korunmasını sağlar (Malwade vd., 2025). Dolayısıyla, Göbeklitepe’nin sanal kazı deneyimi, Mardin’in şehir dokusunun keşfi ve Diyarbakır surlarının dijital ikiziyle kuantum güvenliği, modelin bölgesel potansiyelini somutlaştıran uygulama senaryolarıdır.

Çalışma, Anadolu Mezopotamya'sının kültürel mirası için Metaverse, yapay zekâ ve kuantum hesaplama teknolojilerini entegre eden yenilikçi bir sanal arkeolojik kazı modeli sunmaktadır. Çalışma, pasif turizm anlayışından aktif katılımlı bir keşif ve öğrenme sürecine geçişi mümkün kılarak, kültürel mirasın korunması ve tanıtılmasına yeni bir boyut kazandırmaktadır. Dijital turizm ve kültürel miras alanındaki literatür boşluğunu dolduran teorik bir model sunması, yapay zekanın kişiselleştirme ve kuantum güvenliği entegrasyonu ile kapsamlı bir yaklaşım ortaya koyması ve kültürel bilincin yayılmasına katkı sağlayacak erişilebilir bir platform vizyonu sunması açısından önem taşımaktadır.

Bulgular, önerilen kültürel mirasın dijitalleştirilmesinde etkileşimli bir dönüşüm sağladığını, yapay zekâ destekli kişiselleştirmenin öğrenme deneyimini zenginleştirdiğini ve kuantum güvenliğinin veri korumasında çığır açıcı bir yenilik sunduğunu net bir şekilde göstermektedir. Ayrıca, çalışma mevcut literatürdeki çoğu dijital miras projesinin pasif 3D görselleştirme ve sanal turlarla sınırlı kalmasının aksine (Diaz Mendoza vd., 2023; Paulauskas, 2023), sanal arkeolojik kazı konseptini Metaverse'in sürükleyici ortamında, yapay zekanın kişiselleştirilmiş rehberlik yetenekleri ve üretken yapay zekâ ile kayıp yapı rekonstrüksiyonları birleştirmesiyle öne çıkmaktadır. Ek olarak, kuantum hesaplama prensiplerine dayalı veri güvenliği tasarımı (Malwade vd., 2025; Mehmood vd., 2024) ile dijital varlıkların geleceğin siber tehditlerine karşı teorik olarak kırılmaz bir seviyede korunması, bu araştırmayı alandaki diğer çalışmalarda ayıran temel yeniliktir.

Anahtar Sözcükler: Kültürel miras, Metaverse, Yapay zekâ (AI), Kuantum, Sanal arkeolojik kazı, Kavramsal modelleme, Mezopotamya

Kaynakça

- Bengisu, E. (2020). Human history and Göbeklitepe. *International Journal of Social, Political and Economic Research*, 7(1), 1-10.
- Biçen, A. (2023). The Effect of a Cultural Landscape Area on Urban Green Spaces: Case Study of Diyarbakir Fortress and Hevsel Gardens. *İnsan ve Sosyal Bilimler Dergisi*. <https://doi.org/10.53048/johass.1371471>.
- Bristol, L. S. M., Brown, L., & Esnard, T. (2014). Socialising principals: early career primary school principals in Trinidad and Tobago. *Journal of Educational Administration and History*, 46(1), 17-37.
- Buratti, G., Conte, S., & Rossi, M. (2021). Artificial intelligence, big data and cultural heritage. *DISÉGNO-OPEN ACCESS*, 29-34.
- Chamola, V., Sai, S., Bhargava, A., & Gupta, S. (2024). A Comprehensive Survey on Generative AI for Metaverse: Enabling Immersive Experience. *Cognitive Computation*, 16, 3286–3315. <https://doi.org/10.1007/s12559-024-10342-9>
- Correria, P. (2015). From Virtual to Reality: Enhancing Cultural Tourism Through AI, VR, and the Metaverse. *International Conference on Tourism Research*. <https://doi.org/10.34190/ictr.8.1.3460>.

- Çağlar, Z. (2018). *UNESCO dünya miras listelerinin turizme etkisi: Diyarbakır Surları ve Hevsel bahçeleri örneği* (Yüksek Lisans Tezi).
- Diaz Mendoza, M. A., De La Hoz Franco, E., & Gómez, J. (2023). Technologies for the Preservation of Cultural Heritage—A Systematic Review of the Literature.
- Fettke, P. (2009). How conceptual modeling is used. *Communications of the Association for Information Systems*, 25(1), 43.
- Gadkari, B. (2025). Quantum Computing and Cybersecurity: Navigating the Next Frontier of Digital Security. *International Journal of Scientific Research in Computer Science, Engineering and Information Technology*. <https://doi.org/10.32628/cseit251112155>.
- Halaç, H. H., & Öğülmüş, V. (2021). Kültürel Miras Verilerinin Dijital Olarak Depolanması: Openheritage3d Örneği. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 11(2), 521-540.
- Imran, M., & Almusharraf, N. (2024). Google Gemini as a next generation AI educational tool: a review of emerging educational technology. *Smart Learning Environments*, 11(1), 22.
- Karadağlı, A. (2023). *Zekai Erdal, Mardin Abbaraları*.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage publications.
- Malwade, S., Choudhary, S., Lavate, S., Mahalle, P., Ajani, S., & Khetani, V. (2025). Enhancing Data Security in Transmission Through Quantum Key Distribution in Cryptography. *2025 International Conference on Emerging Smart Computing and Informatics (ESCI)*, 1-6. <https://doi.org/10.1109/ESCI63694.2025.10987916>.
- Mehmood, A., Shafique, A., Alawida, M., & Khan, A. (2024). Advances and Vulnerabilities in Modern Cryptographic Techniques: A Comprehensive Survey on Cybersecurity in the Domain of Machine/Deep Learning and Quantum Techniques. *IEEE Access*, 12, 27530-27555. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2024.3367232>.
- Mestiri, M., Khadhar, M., Huftier, A., & Fergombé, A. (2025). Fostering Social Interaction Variability in the Metaverse: A Case Study of the Museum of L'Avesnois in Fourmies. *Heritage*. <https://doi.org/10.3390/heritage8050171>.
- Paulauskas, L., Paulauskas, A., Blažauskas, T., Damaševičius, R., & Maskeliūnas, R. (2023). Reconstruction of Industrial and Historical Heritage for Cultural Enrichment Using Virtual and Augmented Reality.
- Tekin, S. (2014). An essay on the Anatolian geography. *Tarih Dergisi*, (59), 23-44.
- Ülger, B. B. (2019). *Üstün yetenekli öğrencilere yönelik farklılaştırılmış sorgulama temelli fen bilgisi ders modüllerinin geliştirilmesi, uygulanması ve etkililiğinin değerlendirilmesi* (Doktora Tezi, Bursa Uludağ Üniversitesi).

- Wang, Y., & Zhou, Y. (2025). Artificial Intelligence-Driven Interactive Experience for Intangible Cultural Heritage: Sustainable Innovation of Blue Clamp-Resist Dyeing. *Sustainability*, 17(3), 898.
- Yıldız, N., & Tavukçuoğlu, T. (2022). Müzelerde dijitalleşme sürecine ilişkin sanal müzelerin incelenmesi. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 5(2), 117-141.
- Yılmaz, H. M., & Yakar, M. (2006). Lidar (Light Detection And Ranging) Tarama Sistemi. *Yapı Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 2(2), 23-33.
- Zhang, X., Yang, D., Yow, C. H., Huang, L., Wu, X., Huang, X., ... & Cai, Y. (2022). Metaverse for cultural heritages. *Electronics*, 11(22), 3730.

Konaklama Sektöründe Robotik Teknolojilerin Kullanımına Yönelik Bakış Açısı: Batman Örneği

Ümmü Gülsüm AĞIR^{1*}, Bülent AYDIN²

Turizm Fakültesi/Turizm İşletmeciliği Bölümü
Batman Üniversitesi, Türkiye
ummuglsmagir12@gmail.com

ORCID: 0009-0008-2186-5376

Turizm Fakültesi/Turizm İşletmeciliği Bölümü
Batman Üniversitesi, Türkiye
² aydin1986@gmail.com

ORCID:0000-0002-5449-4611

Özet

Bu araştırma, Batman ilinde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinde çalışan personelin robotik teknolojilerin kullanımına yönelik algı, tutum ve değerlendirmelerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Günümüzde teknolojik gelişmelerin hız kazanmasıyla birlikte hizmet sektöründe dijitalleşme, otomasyon ve robotik sistemlerin kullanımı giderek yaygınlaşmaktadır (Ivanov vd.,2019). Özellikle Endüstri 4.0 süreci kapsamında geliştirilen robotik teknolojiler, üretim sektörünün yanı sıra hizmet sektöründe de önemli dönüşümlere yol açmaktadır (Schwab, 2016). Konaklama sektörü ise emek yoğun yapısı, insan odaklı hizmet anlayışı ve müşteri memnuniyetine dayalı rekabet yapısı nedeniyle bu dönüşüm sürecinden doğrudan etkilenmektedir (Buhalis vd., 2018). Bu bağlamda, robotik teknolojilerin konaklama sektörüne entegrasyonunun çalışanlar tarafından nasıl algılandığının belirlenmesi, teknolojik yeniliklerin başarısı açısından kritik bir önem taşımaktadır (Lu vd., 2019). Konaklama sektöründe hizmet kalitesi büyük ölçüde çalışanların performansına, iletişim becerilerine ve müşteriyle kurduğu etkileşime bağlıdır. Nitelikli iş gücü, müşteri memnuniyetinin sağlanmasında ve işletmelerin rekabet avantajı elde etmesinde belirleyici bir unsur olarak öne çıkmaktadır (Kandampully vd., 2018). Robotik teknolojilerin hizmet süreçlerine dâhil edilmesi ise iş yapış biçimlerini, çalışan rollerini ve örgütsel yapıyı dönüştürme potansiyeline sahiptir (Ivanov vd., 2018). Ancak bu dönüşüm sürecinin yalnızca teknik ve ekonomik boyutlarla ele alınması yeterli değildir. Çalışanların robotik teknolojilere yönelik algıları, beklentileri ve tutumları, bu teknolojilerin etkin ve sürdürülebilir bir şekilde uygulanabilmesi açısından belirleyici olmaktadır (Venkatesh vd., 2012). Bu nedenle, araştırmada robotik teknolojiler çalışan perspektifinden ele alınmış ve konaklama sektöründeki insan faktörüne odaklanılmıştır.

Araştırma, nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Veri toplama süreci, Batman ilinde faaliyet gösteren farklı sınıf ve büyüklükteki konaklama işletmelerinde çalışan personel üzerinde yürütülmüştür. Toplam 124 otel çalışanından elde edilen veriler, betimleyici istatistiksel yöntemler kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz sürecinde frekans ve yüzde dağılımlarından yararlanılarak çalışanların robotik teknolojilere yönelik genel eğilimleri, bilgi düzeyleri ve tutumları ortaya konulmuştur (Altunışık vd., 2017). Anket formunda yer alan ifadeler; robotik teknolojilerin iş gücü üzerindeki etkileri, hizmet kalitesine katkısı, maliyet boyutu, rekabet gücü, güven düzeyi, memnuniyet algısı ve kullanım istekliliği gibi temel boyutları kapsamaktadır (Ivanov vd., 2020).

Araştırma bulguları, katılımcıların önemli bir bölümünün robotik teknolojiler konusunda yeterli bilgiye sahip olmadığını göstermektedir. Çalışanların büyük bir kısmı robotik sistemlerin konaklama sektöründeki kullanımına ilişkin net bir görüşe sahip olmadıklarını ifade etmiş ve kararsız ya da temkinli bir tutum sergilemiştir. Bu durum, teknolojik yeniliklerin benimsenmesi sürecinde bilgi eksikliğinin ve deneyim yetersizliğinin önemli bir engel oluşturduğunu ortaya koymaktadır (Rogers, 2003). Özellikle bölgesel düzeyde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinde teknolojik farkındalık düzeyinin sınırlı olması, çalışanların robotik teknolojilere karşı mesafeli yaklaşımlarına neden olmaktadır (Çakıcı & Aydın, 2020). Araştırmada, robotik teknolojilerin iş gücü üzerindeki olası etkilerine ilişkin algıların çalışanlar arasında önemli bir endişe kaynağı olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların önemli bir bölümü, robotların insan emeğinin yerini alabileceği, istihdamı azaltabileceği ve çalışanların iş güvencesini olumsuz yönde etkileyebileceği düşüncesine sahiptir. Bu algı, literatürde sıklıkla vurgulanan “teknolojik işsizlik” tartışmalarıyla örtüşmektedir (Frey & Osborne, 2017). Çalışanların bu yöndeki kaygıları, teknolojik dönüşüm sürecine karşı direnç geliştirilmesine ve robotik sistemlere duyulan güvenin azalmasına neden olabilmektedir (Pfeiffer, 2018). Hizmet kalitesine yönelik değerlendirmelerde de çalışanlar arasında belirgin görüş ayrılıkları olduğu görülmektedir. Bazı katılımcılar robotik teknolojilerin hizmet süreçlerinde hız, verimlilik ve standartlaşma sağlayarak hizmet kalitesini artırabileceğini düşünmektedir (Belanche vd.,2020). Buna karşılık, önemli bir kesim konaklama sektöründe insan temasının vazgeçilmez olduğunu ve robot kullanımının müşteri memnuniyetini olumsuz etkileyebileceğini ifade etmektedir. Özellikle müşteriyle birebir etkileşimin yoğun olduğu ön büro, yiyecek-içecek ve misafir ilişkileri gibi alanlarda robot kullanımına karşı daha temkinli bir yaklaşım sergilendiği görülmektedir (Gursoy vd., 2019). Bu durum, çalışanların robotik teknolojileri insan odaklı hizmet anlayışına alternatif bir unsur olarak algıladıklarını göstermektedir. Araştırma kapsamında maliyet boyutu da çalışanların robotik teknolojilere yönelik tutumlarını etkileyen önemli faktörlerden biri olarak öne çıkmaktadır. Katılımcıların büyük bir bölümü, robotik sistemlerin yüksek kurulum, bakım ve işletme maliyetlerine sahip olduğunu düşünmektedir. Bu algı, özellikle küçük ve orta ölçekli konaklama işletmeleri açısından teknolojik yatırımların sürdürülebilirliği konusunda çekincelere yol açmaktadır (Ivanov vd., 2017). Bununla birlikte, robotik teknolojilerin uzun vadede işletmelere rekabet avantajı sağlayıp sağlamayacağı konusunda çalışanlar arasında net bir görüş birliği bulunmamaktadır.

Araştırma sonuçları, robotik teknolojilere duyulan güven düzeyinin genel olarak düşük olduğunu ortaya koymaktadır. Çalışanların önemli bir kısmı robotik sistemlerin güvenilirliği, hata yapma olasılığı ve hizmet sürecindeki etkinliği konusunda tereddüt yaşamaktadır. Bu durum, çalışanların robotik teknolojileri kullanmaya yönelik isteklerini ve bu teknolojilerden duydukları memnuniyeti olumsuz yönde etkilemektedir (Venkatesh vd., 2008). Ayrıca, katılımcılar robotik teknolojilerin

etkin bir şekilde kullanılabilmesi için gerekli eğitim ve bilgilendirme faaliyetlerinin yetersiz olduğunu ifade etmektedir. Bu bulgu, teknolojik dönüşüm sürecinde insan kaynağının geliştirilmesine yönelik stratejilerin önemini açıkça ortaya koymaktadır (Buhalis vd., 2019).

Sonuç olarak bu araştırma, Batman ilindeki konaklama sektörü çalışanlarının robotik teknolojilere yönelik bakış açılarının büyük ölçüde kararsızlık, temkinlilik ve bilgi eksikliği çerçevesinde şekillendiğini göstermektedir. Çalışanların robotik teknolojilere yönelik güven, memnuniyet ve kullanım istekliliklerinin sınırlı düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bulgular, robotik teknolojilerin konaklama sektöründe başarılı ve sürdürülebilir bir şekilde uygulanabilmesi için çalışan odaklı yaklaşımların benimsenmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu kapsamda, çalışanların bilgilendirilmesi, eğitilmesi ve teknolojik dönüşüm sürecine dâhil edilmesi büyük önem taşımaktadır (Gursoy vd., 2020). Araştırma, sektör yöneticileri, akademisyenler ve politika yapımcılar açısından robotik teknolojilerin entegrasyon sürecinde insan faktörünü merkeze alan stratejilerin geliştirilmesine yönelik önemli katkılar sunmaktadır.

Anahtar sözcükler: Robotik teknolojiler, Konaklama sektörü, Otel çalışanları, Çalışan algısı, Teknoloji kabulü

Kaynakça

- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2017). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri* (9. bs.). Sakarya Yayıncılık.
- Belanche, D., Casaló, L. V., & Flavián, C. (2020). Service robot implementation: A theoretical framework and research agenda. *Service Industries Journal*, 40(3–4), 203–225. <https://doi.org/10.1080/02642069.2019.1672666>
- Buhalis, D., & Leung, R. (2018). Smart hospitality—Interconnectivity and interoperability towards an ecosystem. *International Journal of Hospitality Management*, 71, 41–50. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.11.011>
- Buhalis, D., & Sinarta, Y. (2019). Real-time co-creation and nowness service: Lessons from tourism and hospitality. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(5), 563–582. <https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1592059>
- Çakıcı, A. C., & Aydın, B. (2020). Turizm sektöründe dijitalleşme ve teknolojik dönüşüm. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2550–2570.
- Davenport, T. H., & Kirby, J. (2016). Just how smart are smart machines? *MIT Sloan Management Review*, 57(3), 21–25.
- Frey, C. B., & Osborne, M. A. (2017). The future of employment: How susceptible are jobs to computerisation? *Technological Forecasting and Social Change*, 114, 254–280. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.08.019>

- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>
- Gursoy, D., Chi, O. H., Lu, L., & Nunkoo, R. (2019). Consumers acceptance of artificially intelligent (AI) device use in service delivery. *International Journal of Information Management*, 49, 157–169. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.03.008>
- Gursoy, D., Chi, O. H., Lu, L., & Nunkoo, R. (2020). Artificial intelligence in hospitality and tourism: A review of current applications and future research directions. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(1), 1–25. <https://doi.org/10.1080/19368623.2019.1595246>
- Ivanov, S. (2020). The impact of automation on tourism and hospitality jobs. *Information Technology & Tourism*, 22(2), 205–215. <https://doi.org/10.1007/s40558-020-00175-1>
- Ivanov, S., & Webster, C. (2017). Adoption of robots, artificial intelligence and service automation by travel, tourism and hospitality companies – A cost-benefit analysis. In *International Scientific Conference “Tourism. Innovations. Strategies”* (pp. 190–203).
- Ivanov, S., & Webster, C. (2019). Robots in tourism: A research agenda for tourism economics. *Tourism Economics*, 25(2), 1–16. <https://doi.org/10.1177/1354816618822583>
- Ivanov, S., & Webster, C. (2020). Robots in hospitality: A systematic literature review. *Tourism Management Perspectives*, 34, 100646. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100646>
- Ivanov, S., Webster, C., & Garenko, A. (2018). Young consumers’ attitudes towards the use of robots in tourism. *Technology in Society*, 55, 24–32. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2018.06.003>
- Kandampully, J., Zhang, T., & Jaakkola, E. (2018). Customer experience management in hospitality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), 21–56. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2015-0549>
- Lu, L., Cai, R., & Gursoy, D. (2019). Developing and validating a service robot integration willingness scale. *International Journal of Hospitality Management*, 80, 36–51. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.01.005>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Pfeiffer, S. (2018). The vision of “Industrie 4.0” in the making—A case of future told, tamed, and traded. *NanoEthics*, 11(1), 107–121. <https://doi.org/10.1007/s11569-016-0280-3>
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.

- Schwab, K. (2016). *The fourth industrial revolution*. World Economic Forum.
- Tussyadiah, I. P. (2020). A review of research into automation in tourism: Launching the Annals of Tourism Research curated collection on artificial intelligence and robotics in tourism. *Annals of Tourism Research*, 81, 102883. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102883>
- Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. *Decision Sciences*, 39(2), 273–315. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.2008.00192.x>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.

İnanç Temelli Yemek Ritüellerinin Dijitalleşmesi: Aşure Paylaşımları Üzerine Bir Analiz

Beydanur NİZAM^{1*}, Serpil KAYA²

Özet

Aşure, İslam kültüründe özellikle Muharrem ayının onuncu gününde gerçekleştirilen ritüellerle ilişkilendirilen köklü bir yemek geleneğidir. İmam Hüseyin'in Kerbela'da şehadeti ile bağlantılı olan bu yemek, Şii topluluklarda yas, anma ve dayanışmayı sembolize eden önemli bir kültürel uygulamadır (Ayoub, 2023; Masoudi-Nejad, 2021). Tarihsel olarak farklı coğrafyalarda çeşitli biçimlerde kutlanan aşure ritüeli, hem dini hafızanın hem de toplumsal kimliğin aktarılmasında işlevseldir (Fibiger, 2010; Nuryanto vd., 2025). Günümüzde dijitalleşme, geleneksel mutfak pratiklerini dönüştürmüş; ritüel yiyeceklerin sosyal medya platformlarında yeniden üretilen görsel kültür nesnelerine dönüşmesine yol açmıştır (Lewis, 2018). Bu çalışma, aşure ritüelinin Instagram'daki temsili üzerinden, inanç temelli yemek pratiklerinin dijital kültürde nasıl yeniden anlamlandırıldığını analiz etmektedir.

Çalışmanın amacı, Instagram'da paylaşılan aşure videoları aracılığıyla aşure ritüelinin dijitalleşme bağlamında nasıl sunulduğunu incelemektir. Bu doğrultuda; (1) aşurenin içerik, sunum ve estetik tercihleri açısından dijital ortamdaki temsil biçimlerini ortaya koymak, (2) paylaşımlardaki etkileşim, etiket kullanımı ve içerik türleri arasındaki ilişkileri değerlendirmek ve (3) geleneksel bir ritüelin sosyal medya dinamikleriyle nasıl birleştiğini anlamak hedeflenmiştir. Bu hedef, Partanen ve Uusiautti'nin (2023) yemek pratiklerinin dijital alanda nasıl anlam kazandığına dair yaklaşımlarıyla paraleldir.

Araştırmada nitel araştırma desenine dayalı doküman inceleme ve içerik analizi teknikleri kullanılmıştır (Muşmal & Gürbüz, 2018; Kiral, 2020). Instagram'da "aşure" anahtar kelimesi ile yapılan taramada 2025 yılında paylaşılmış ve en yüksek beğeni sayısına sahip 10 video örnekleme dâhil edilmiştir. Videolara 18 Eylül 2025 tarihinde erişilmiş; içerik analizi 21 Eylül–1 Ekim 2025 tarihleri arasında yapılmıştır. Videolar; tarif içeriği, sunum unsurları, kullanılan malzemeler, etiketler, paylaşım dili ve etkileşim düzeyi açısından tematik olarak sınıflandırılmıştır. İlgili literatürde sosyal medyanın yemek kültürüne etkisini değerlendiren çalışmalar (Ahmad vd., 2024; Shan vd., 2025) analiz sürecinin teorik çerçevesini desteklemiştir.

Analiz edilen tüm videolarda aşure tarifinin temel unsur olduğu görülmüştür. Temel malzemeler tüm videolarda tekrar ederken (buğday, nohut, kuru fasulye, kuru üzüm, kuru kayısı, kuru incir), bazı videolarda süt, portakal kabuğu, pirinç, kaju, dut gibi farklılaştırıcı malzemelerin eklenmesi bireysel yaratıcılığın ve modern gastronomik yorumların dijital alana yansıdığını göstermektedir. Aşurenin yerleşmiş yorumlarının farklı kültürlerde çeşitlilik gösterebileceğini belirten çalışmalarla (Saputra vd., 2024; Lestari vd., 2022) bu bulgu örtüşmektedir. Süsleme analizinde tarçın, ceviz, fındık ve nar taneleri en sık kullanılan malzemeler olup, bu unsurlar aşurenin

geleneksel görsel kimliğini sürdürmektedir. Ancak gül yaprakları, file badem veya Hindistan cevizi gibi dekoratif unsurların kullanımı, sosyal medyadaki estetik kaygılarla uyumludur. Lewis'in (2018) belirttiği üzere dijital platformlarda yemeğin görselleştirilmiş bir kültürel objeye dönüşmesi bu sonucu desteklemektedir. Beğeni analizi, en yüksek etkileşimin (124 bin beğeni) kullanıcıya soru sorarak etkileşim teşvik eden videoda gerçekleştiğini göstermektedir. Bu bulgu, sosyal medya etkileşiminin içerik görünürlüğünü artırdığına dair önceki çalışmalarla tutarlıdır (Folkvord vd., 2020; Coates vd., 2019). Dini-kültürel vurgu içeren videolar ise orta düzeyde etkileşim üretmiştir. Etiket analizinde #aşure ve #aşuretarifi gibi ritüele özgü etiketlerin yanı sıra #keşfet, #viral gibi geniş kitleye yönelik etiketlerin bilinçli bir görünürlük stratejisi olarak tercih edildiği görülmüştür. Bu durum Kelly et al. (2015) ve Ibarra-Cantú & Cheetham'ın (2021) sosyal medya üzerindeki kültürel yayılım ve görünürlük stratejileri bulgularıyla uyumludur. Ticari içerik yalnızca tek videoda görülmüş, bu da aşurenin sosyal medyada ticarileşme baskısına karşı büyük ölçüde geleneksel ve paylaşım odaklı bir ritüel kimliği koruduğunu göstermektedir. Elde edilen bulgular, aşurenin sosyal medya ortamlarında hem geleneksel hem de modern bir kültürel öğe olarak yeniden üretildiğini göstermektedir. Aşurenin tarif boyutu güçlü biçimde korunurken, sunumun modernleşmesi ve tarif çeşitliliğinin artması, dijitalleşme ile ritüel yemek pratiklerinin dönüşüme uğradığını göstermektedir. Bu dönüşüm, Eum'un (2008) ve Irmak'ın (2024) dini yemek uygulamalarının toplumsal işlevlerine ilişkin değerlendirmelerini dijital bağlamda yeniden düşünmeyi gerekli kılmaktadır. Aşure paylaşımlarının büyük bölümünde kültürel hafızayı destekleyen bir anlatı korunmakta; ancak modern sosyal medya estetiği ritüelin sunuluş biçimini yeniden şekillendirmektedir. Bu ikili yapı, Dogra'nın (2017) Aşure'nin ulusötesi ve kültürlerarası yeniden üretim karmaşıklığına ilişkin bulgularıyla benzerlik göstermektedir. Dijital platformlarda aşurenin bir görsel paylaşım nesnesine dönüşmesi, ritüeli genç nesiller için daha görünür kılmakta; böylece dijital kültür ile kültürel miras arasında yeni bir etkileşim alanı oluşmaktadır.

Bu çalışma, aşure ritüelinin Instagram'daki temsili üzerinden dijitalleşmenin geleneksel bir dini yemeği nasıl yeniden şekillendirdiğini göstermiştir. Sonuçlar, aşurenin dijital kültürde hem kültürel kimliğini koruyan bir öğe hem de modern estetik ve bireysel yaratıcılıkla bütünleşen bir dijital ritüel nesnesi olduğunu ortaya koymuştur. Kullanıcı etkileşimi, görsellik ve etiket stratejileri, ritüelin sosyal medya algoritmalarıyla uyumlu yeni bir biçim kazandığını göstermektedir. Gelecekte TikTok, YouTube gibi platformlarla karşılaştırmalı çalışmalar yapılabilir; kullanıcı yorumları ve görsel tasarım unsurlarının ritüelin dijitalleşmesine etkisi derinlemesine analiz edilebilir. Dijital gastronomi, görsel kültür ve inanç temelli yemek pratiklerinin kesişiminde yapılan çalışmalar kültürel mirasın dijital çağdaki dönüşümüne ışık tutacaktır.

Anahtar Sözcükler: Aşure, Yemek ritüeli, Gastronomi, İnanç, Dijitalleşme.

Kaynakça

Ahmad, N., Edwin, E., & Mat Ali, S. A. (2024). Food consumption preference amongst young adults based on social media influence in Malaysia. *Information Management and Business Review*, 16(3), 562–571.

- Ayoub, T. (2023). Heroism and being-towards-death: On sacrificial martyrdom in contemporary Shi'ism. *Religions*, 14(8), 971. <https://doi.org/10.3390/rel14080971>.
- Coates, A. E., Hardman, C. A., Halford, J. C. G., Christiansen, P., Boyland, E. J., & Halford, J. C. G. (2019). Social media influencer marketing and children's food intake: A randomized trial. *Pediatrics*, 143(4), e20182554.
- Dogra, S. (2017). Karbala in London: Battle of expressions of Ashura ritual commemorations among Twelver Shia Muslims of South Asian background. *Journal of Muslims in Europe*, 6(2), 158–178. <https://doi.org/10.1163/22117954-12341346>.
- Eum, I. (2008). A study on current culinary culture and religious identity in the Gulf region. *International Area Review*, 11(2), 55–73. <https://doi.org/10.1177/223386590801100203>.
- Fibiger, T. (2010). Ashura in Bahrain: Analyses of an analytical event. *Social Analysis*, 54(3). <https://doi.org/10.3167/sa.2010.540302>.
- Folkvord, F., Roes, E., & Bevelander, K. E. (2020). Promoting healthy foods in the new digital era on Instagram: An experimental study on the effect of a popular real versus fictitious fit influencer on brand attitude and purchase intentions. *BMC Public Health*, 20, 1677.
- Ibarra-Cantú, C., & Cheetham, F. (2021). Consumer multiculturation in multicultural marketplaces: Mexican immigrants' responses to the global consumer culture construction of Tex-Mex as Mexican food. *Journal of Business Research*, 134, 70–77.
- Irmak, Y. (2024). Türk kültüründe tören yemeklerine işlevsel bir yaklaşım. *Motif Akademi Halk Bilimi Dergisi*. <https://doi.org/10.12981/mahder.1468557>.
- Kelly, B., Vandevijvere, S., Freeman, B., & Jenkin, G. (2015). New media but same old tricks: Food marketing to children in the digital age. *Current Obesity Reports*, 4(1), 37–45.
- Kiral, B. (2020). Nitel bir veri analizi yöntemi olarak doküman analizi. *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 170-189.
- Lestari, O., Widiastuti, Y., Jazeri, M., & Busri, H. (2022). Lexicon in tradition Kuih Ashura Malay society Nakhon Si Thammarat Thailand: An ethnolinguistic study. *Eralingua Jurnal Pendidikan Bahasa Asing Dan Sastra*, 6(2), 356. <https://doi.org/10.26858/eralingua.v6i2.32622>.
- Lewis, T. (2018). Digital food: From paddock to platform. *Communication Research and Practice*, 4(1), 1–17.
- Masoudi-Nejad, R. (2021). Ashura. In *Encyclopedia of Life Sciences*. <https://doi.org/10.1093/obo/9780195390155-0287>.
- Muşmal, H. ve Gürbüz, İ. (2018). “Doküman incelemesi”, Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri (Nicel, Nitel ve Karma Tasarımlar İçin Bir Rehber), Ed. Şebnem Aslan, Eğitim Yayınevi Yayınları: Konya, s. 217-243.
- Nuryanto, U., Subroto, D., Ningsih, R., Fiana, M., Komariah, A., Fikri, R., ... Basrowi, B. (2025). Assistance in commemorating Ashura in Kampung Nangka Bugang: Efforts to preserve

- tradition, meaning, and social cohesion. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 150–158. <https://doi.org/10.32815/jpm.v6i1.2339>.
- Partanen, R., & Uusiautti, S. (2023). What can be learned about a positive relationship with food in food blogs? A netnographic analysis of Finnish food bloggers' posts on social media. *Seminar.net – International Journal of Media, Technology and Lifelong Learning*, 19(1), 5121.
- Saputra, E., Eramahi, E., Gustianda, N., Arwansyah, A., Itrayuni, I., & Hidayat, R. (2024). Acculturation of religion and local culture in the Ashura Mandoa tradition among the Jorong Lubuk Alung community: A study of living hadith. *Jurnal Ilmiah Al-Mu Ashirah*, 21(2), 205. <https://doi.org/10.22373/jim.v21i2.24606>.
- Shan, Y., Wang, H., & Wang, W. (2025). Food neophobia: Psychological dimensions of consumer perception and emotional sentiment in social media discourse. *Frontiers in Nutrition*, 12, 1584409.

Kutsal Mekânların Ticarileşmesi: Mardin Örneği

Berfin ATA^{1*}, Abidin Can AKTAŞ²

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü/Turizm Rehberliği Bölümü
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye

¹iamberfinataa@icloud.com

ORCID:0009-0000-7135-5755

Turizm Fakültesi/Turizm Rehberliği Bölümü
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye

² abidincanaktas@gmail.com,

ORCID: 0000-0002-6176-3728

Özet

Mimarlığın temeli olan mekân kavramı, insan algısı ve mekân sınırlarına bağlı olarak, sınırlayıcıların farklılıklarına göre doğal, yapay ve karma mekân şeklinde sınıflandırılmaktadır. Mekân kavramı farklı medeniyetlerde farklı şekillerde ifade edilse de felsefi ve kökenbilimsel bir araştırmada, bu kavramda insan-çevre ilişkisi ya da bağlantısı olan bir odağa sahip olduğu görülmektedir. Nitekim mekân, içinde bulunanlar tarafından hissedilen ve dikkate alınan bir düzlem, bir başka deyişle insani eylemlerin gerçekleştirildiği ve bütün deneyimlerinin yaşandığı yer olarak ifade edilmektedir. (Altan, 1993; Demir, 2020). Usta'ya (2020) göre genel olarak mekân kavramının soyut bir boşluktan oluşmuş olduğu, yer kavramının ise insan deneyimini içeren mekânlar olduğu ifade edilmektedir. Yoğun anlamların mekân kavramını ortaya çıkarmasının yanı sıra inanç ve duygu esaslı kutsal kavramı (Dölek, 2024) 'e göre temizlenmiş, bütün kötülükten arınmış ve korunmuş olarak tanımlanmaktadır. Kutsalın tüm dinlerde var olduğu ve kutsal olmadan dinlerin var olamayacakları ifade edilmektedir. Bir dinde var olan Tanrı, ahlak, ibadet, ahiret inancı gibi bütün dini sembeleri kutsal kavramı şekillendirmektedir. Dünyanın farklı yerlerinde kutsal mekânlar varlığını sürdürmektedir ve bu mekânlar, inananların kutsalla ilişki kurmasının yanı sıra toplumsal barış ve birlikteliğe katkı sağlamaktadır.

Öte yandan kutsal kavramı dini, sanatsal ve felsefi olarak oldukça farklı tanımlamalarla ifade edilmektedir. Genel tanımıyla kutsal; tapınılacak derecede önemsenen, üstüne titrenen bozulmaması ve dokunulmaması gereken, dini saygı uyandıran Tanrısal-İlahi-Aşk gibi derin yücelikte tanımlanmaktadır. Kutsiyet atfetme genellikle insanı aşan, mutlak olana, kısacası yaratıcıya duyulan derin bağlılıkla karşımıza çıkmaktadır. İnsan kavramaya çalıştığı bu ilahi aşkın niteliğini, kutsalın yardımcı araçlarından olan sanat ve sembollerle yeryüzüne yansıtmaktadır (Aslan, 2021). Mekânın değer yüklü bir kavram olması onun farklı anlamlar kazanmasına da olanak tanımaktadır. Bu doğrultuda, tüketimin gerçekleştiği alan olarak “mekân tüketimi” ticarethanelerin oluşumuyla doğrudan ilişkilendirilmektedir. Kutsal mekânların çevresinde hizmet noktalarının artışı da bununla değerlendirilmektedir. Bu alanlar, oluşturdukları çevreyle toplumsal

çekim gücüne sahip olmakta; kutsal mekân ziyareti sırasında yapılan alışveriş faaliyetleri ise, bu mekânların temel amacı dışında da kullanılarak yeni bir tüketim alanı ortaya çıkarmaktadır (Yırtıcı, 2005; Alver, 2010). Mekân artışı, ekonomik açıdan belirleyicidir ve bu durum kutsal mekânları da kapsamaktadır. Kutsal mekânları çevreleyen ticarethaneler, ziyaretçiler tarafından sıklıkla kullanılmakta ve bu durum, kutsal mekânların asıl işlevlerinin dışında alanlara dönüşmesine yol açmaktadır. Kafe, restoran ve hediyelik eşya satışı yapan dükkânlar bu durumun en belirgin örneklerindendir. Dolayısıyla, kutsal mekânların çevresindeki ticari işletmelerin sayısı ve çeşitliliği arttıkça, kutsal mekânlarda tüketim merkezlerine dönüşmektedir (Mirzaoglu, 2023).

Ticari faaliyetleri, dini ve tarihi anlamları yaygınlaştırarak ve mekânları ayakta tutarak ekonomik bir itici güç görevi görmektedir. Bununla birlikte ticari faaliyetler kutsal mekânların rutin işleyişini, korunmasını ve tanıtımını sürdürmek amacıyla hayati önem taşıyan gelir kaynakları sağladığını ve dini ya da kültürel miras değerlerinin daha geniş kitlelere aktarılmasına yardımcı olduğunu göstermektedir. Örneğin Shaolin Manastırı üzerine yapılan araştırma, yerel paydaşların turistik faaliyetler ile dini uygulamalar arasındaki yakınlık konusunda endişelerini dile getirmelerine rağmen, turizmle ilgili ticarileşmenin günlük faaliyetlere finansal olarak katkıda bulunduğunu ve manastırın kamuoyundaki profilini yükselttiğini, böylelikle dinin görünürlüğünü ve takipçi kazanımını desteklediğini kabul ettiklerini ifade etmektedir (Hung vd., 2016).

Bu çalışmanın amacı Mardin'deki hem kültürel miras alanları arasında yer alan hem de kutsal mekân olarak adlandırılan ve en çok ziyaret gerçekleştirilen Kasımiye Medresesi, Zinciriye Medresesi, Deyrulzafaran Manastırı, Mor Gabriel Manastırı ve Mardin Ulu Cami'nin ticari faaliyetlerini irdelemek ve mekân ile ilişkisini karşılaştırmak ve bu faaliyetler neticesinde güçlü, zayıf yönleri ile fırsat ve tehditleri (SWOT) ortaya koymaktır. Bu çalışma nitel araştırma yöntemlerinden durum çalışması yaklaşımıyla yürütülmüştür. Durum çalışması, bir sistemin nasıl çalıştığı ve işlediği hakkında sistematik bilgi toplama amacı güderek çoklu veriler elde etmek suretiyle o sistemin derinlemesine incelenmesini kapsayan metodolojik bir yaklaşım olarak ifade edilmektedir (Chmiliar, 2010). Literatürde dini mekânların ticarileşmesiyle ilgili pek az çalışma yer almaktadır. Ayrıca çalışma öneriler ve stratejik yöntemler sunmayı amaçlamaktadır. Dolayısıyla bu çalışma hem ilgili alanyazına katkı sağlayacak hem de Mardin'deki kutsal mekânların ticari faaliyetlerine yönelik değerlendirme yapacaktır. Elde edilen bulgular kapsamında Kasımiye Medresesi'nde bir adet kafeterya bir adet tesbih atölyesi bir adet telkari atölyesi ve gişe, Zinciriye Medresesi'nde bir adet meşrubat satış alanı bir adet hat sanatları alanı ve gişe, Deyrulzafaran Manastırı'nda bir adet kafeterya bir adet hediyelik eşya alanı bir adet şarap satış alanı bir adet telkari satış alanı ve gişe, Mor Gabriel Manastırı'nda bir adet meşrubat satış alanı ve gişe yer almaktadır. Mardin Ulu Cami ise birkaç çarşı içerisinde olduğundan dolayı satış alanları camiye bağlı değil özel niteliktedir. Bu alanların ticarileşmesi üzerine güçlü yönleri; kültürel ve dini çeşitlilik, yüksek turistik çekim gücü, mekânsal estetik ve özgünlük, ziyaretçi hizmetlerinin gelişmekte olması ve yerel rehberlik ve anlatı geleneğinin olmasıdır. Zayıf yönleri; aşırı ticarileşme riski, fiziksel ve mekânsal baskı, yetersiz gelir yönetimi, altyapı eksiklikleri ve kurumsal koordinasyon eksikliğidir. Fırsatlar; sürdürülebilir turizm politikaları, yerel kalkınmaya katkısı, akademik ve kültürel farkındalık artışı, dijital tanıtım ve sanal müze imkânı ve kültürel rotalarla bütünleşmelidir. Tehditleri ise aşırı turizm baskısı, kültürel kimlik erozyonu, politik ve dini gerilimler, iklim ve çevresel faktörler ve ticari faaliyetlerin dengesizliği şeklindedir. Bahsedilen beş mekân Mardin'in inanç turizmi kimliğinin çekirdeğini oluşturmaktadır. Kentin ekonomik, kültürel ve sosyal yapısını da doğrudan etkileme özelliğine sahip oldukları değerlendirilmektedir. Fakat ticarileşmenin kontrolsüz biçimde artması durumunda mekânların

dini, kültürel ve otantik değerlerinin aşınma ve yozlaşma riski söz konusu olabilmektedir. Bu kapsamda ticarileşmenin yerel fayda üretmesi, mekânların manevi atmosferlerinin korunması ve ziyaretçi yönetimlerinin bilimsel verilere dayalı olarak yürütülmesi temel öncelikler arasında yer alması gerektiği önerilmektedir.

Anahtar Sözcükler: Kutsal mekân, Ticarileşme, SWOT

Kaynakça

- Altan, İ. (1993). Mimarlıkta mekân kavramı. *Studies in Psychology*, 19, 75–88.
- Alver, K. (2010). *Siteril hayatlar* (2. basım). İstanbul: Hece Yayınları.
- Aslan, Y. (2021). Daire simgesi ve kutsal bağlantıları üzerine: Manevi temelde aşkın bir üretim. *Sanat Tarihi Dergisi*, 30(2), 1191–1219.
- Chmiliar, I. (2010). Multiple-case designs. In A. J. Mills, G. Eurepas & E. Wiebe (Eds.), *Encyclopedia of case study research* (pp 582-583). USA: SAGE Publications.
- Demir, T. (2020). Jeopolitikte mekân kavramı. *Avrasya Terim Dergisi*, 8(1), 1–7.
- Dölek, İ. (2024). Kutsal yerler teolojisi: Şiddet ve saldırılar karşısında kutsal mekânların kutsallığı ve dokunulmazlığı üzerine. *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi (ÇÜİFD)*, 24(2), 98–114.
- Hung, K., Yang, X., Wassler, P., Wang, D., Lin, P., & Liu, Z. (2016). Contesting the commercialization and sanctity of religious tourism in the shaolin monastery, china. *International Journal of Tourism Research*, 19(2), 145-159.
- Mirzaoglu, M. A. (2023). Kutsal mekân-ticaret ilişkisi. *Din Sosyolojisi Araştırmaları*, 3(4), 73–94.
- Usta, G. (2020). Mekân ve yer kavramlarının anlamsal açıdan irdelenmesi. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 10(1), 25–30.
- Yırtıcı, H. (2005). *Çağdaş kapitalizmin mekânsal örgütlenmesi* (1. baskı). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

İnanç Turizmi Kapsamında Aziz Paulus'un Önemi ve Çanakkale Turizmine Etkisi

*Lokman GÜZEL^{1*}, Mutlu CAN², Songül GÖKHAN³, Fulya ERDOĞAN⁴,
Erol DURAN⁵*

Turizm Fakültesi/Turizm İşletmeciliği Bölümü
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Türkiye

¹ lkmn.gzll@gmail.com,

ORCID: 0000-0002-6682-2088

Turizm Fakültesi/Turizm İşletmeciliği Bölümü
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Türkiye

² cm.mutlucan@gmail.com,

ORCID: 0000-0002-0198-8378

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü/Turizm İşletmeciliği Bölümü
İzmir Tınaztepe Üniversitesi, Türkiye

³ songul.gokhan@tinaztepe.edu.tr

ORCID: 0000-0001-6394-9844

Turizm Fakültesi/Turizm İşletmeciliği Bölümü
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Türkiye

⁴ gumusdalf@gmail.com

ORCID: 0000-0003-0055-1243

Turizm Fakültesi/Turizm İşletmeciliği Bölümü
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Türkiye

⁵ erolduran@comu.edu.tr

ORCID: 0000-0003-0116-3189

Özet

Kültür, toplumların geçmişini aydınlatan ve nesillere aktarılmasında önemli bir rol oynayan kavram olarak kabul edilmektedir. Mekan-kültür etkileşiminde ortaya çıkan kültür rotası kavramı ise güzergâhı üzerinde yer alan antik yapılar, tarihi kalıntılar ve tarihte öne çıkan önemli kişilerin tercih ettiği yolları göstererek ve kültürel zenginlik oluşturarak katkı sağlamaktadır. Kültür turizmi rotaları, turistik faaliyetlerde dikkat çekici olarak kullanılacak ticari, dini, askeri yollar üzerine geliştirilen güzergâhlar olarak bilinmektedir (Özdemir, 2023). Bu kapsamda turizm faaliyetlerindeki beklentilerin farklılaşması, tüketicilerin seyahat etme algılarının çeşitlilik göstermesi ile kültürel turistik faaliyetlerde ilgi arttığı görülmektedir. Bu noktada Türkiye, topraklarında birçok farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmasından dolayı kültürel turizm

potansiyeli yüksek bir ülke olarak ön plana çıkmaktadır. Uluslararası turizm faaliyetlerinde rekabet gücünü artırmak isteyen Türkiye, sahip olduğu alternatif turizm türlerine yönelerek turizm pazarında önemli gelirler elde etmeyi amaçlamaktadır (Güngör, 2022).

Türkiye, inanç turizmi bakımında zengin olmasından dolayı bu alanda turizm taleplerini arttırarak daha fazla turist kitlesine ulaşmayı hedeflemektedir (Berk, 2011). Bu çerçevede Türkiye, pazar payını geliştirmek için birçok alternatif rota çalışmaları yürütmektedir (Dalgıran ve Sarıca, 2020). Çanakkale kenti de barındırdığı tarihi, doğal ve kültürel değerleriyle birçok alternatif turizm türüne ev sahipliği yapmaktadır. Bu turizm türlerinden biri olan inanç turizmi, son yıllarda hızla gelişim gösteren bir alan olarak öne çıkmaktadır. Anadolu topraklarında inanç turizmi kapsamında öne çıkan Aziz Paulus Hristiyanlığı geniş kitlelere yaymak için çeşitli seyahatlerde bulunmuştur (KTB, 2008). Bu seyahatler alanyazında “*Üç Kutsal Görev Gezisi*” olarak bilinmektedir. İlk kutsal görev gezisi Kıbrıs’tan başlamakta ve Hatay Antakya’da son bulmaktadır. Aziz Pavlus’un ikinci kutsal görev gezisi, Antakya’dan başlamakta ve Orta Anadolu üzerinden günümüz Çanakkale toprakları, o dönem adı ile Troas’a devam etmektedir. Bu rota, deniz yolu ile Troas’tan Yunanistan’a doğru ilerlemekte ve yine deniz yolu ile Kudüs’te son bulmaktadır. Üçüncü ve son kutsal görev gezisinde ise Aziz Pavlus Antakya üzerinden seyahatlerine başlamakta ve buradan günümüz İzmir şehrine gelmektedir (İstek, 2020). Daha sonrasında İzmir’den deniz yolu kullanarak yine Yunanistan’a geçmiş ve oradan da yine deniz yolu ile Kudüs’e dönerken tekrar Troas’a uğramıştır (Körpe, 2011).

Aziz Pavlus Hristiyanlığı yaymak ve sürdürmek için gerçekleştirdiği bu seyahatler esnasında bir süre boyunca Troas’ın çeşitli bölgeleri ve Aleksandreia Troas’ta konaklamıştır (Körpe, 2011; Boz, 2018; Tıkrır, 2023). İnanç turizmi kapsamında ele alınan Aziz Paulus’ un Mersin/Tarsus’ da doğması ve Hristiyanlığı yaymak için Kıbrıs’tan yola çıkması ve rotasında Çanakkale kentinin olması, kentin inanç turizmi potansiyelini artırarak bölgenin turizm çeşitliliğine katkı sağlamaktadır (Erçolak vd., 2019).

Bu araştırmada, Aziz Pavlus’un Hristiyanlığı yaymak adına yaptığı gezilerde kullandığı rotanın Çanakkale ve Çanakkale Boğazı ile ilgili olan noktaları incelenmiştir. Araştırma kapsamında nitel araştırma yöntemlerinden yaygın olarak kullanılan doküman analizi tercih edilmiştir. Doküman analizi belirli bir amaca yönelik olarak, kaynakları ortaya çıkarma, tarama ve değerlendirme işlemlerini kapsamaktadır. Bu bağlamda her çalışma için gerekli olan veri toplama tekniği olarak ifade edilmektedir (Karasar, 1994).

Yapılan analizler sonucunda; İnanç turizmi kapsamında Aziz Pavlus’un Çanakkale’de bilinirliğin artırılmasına yönelik yapılacak olan çalışmaların bir kültürü yaşatmaya yardımcı olacağı, sürdürülebilirliğe etkisi olduğu ve yöreyi turizm açısından çeşitli yönleriyle olumlu etkileyeceği sonucuna varılmıştır. Kent turizminde alternatif turizm türlerinin güçlendirilmesi kentin doğal, tarihi, mimari yapısına dikkat çekerek turistlerin deneyimlerini zenginleştireceği sonucunu ortaya çıkartmaktadır. Bu bağlamda kentin yerel ekonomisine olumlu katkıları olacağı muhtemeldir. Buna ek olarak ilgili alanyazında konuya ilişkin yeterli çalışmanın bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır (Körpe, 2011). Aziz Pavlus’un “*Üç Kutsal Görev Gezisi*” rotasının Çanakkale kısmı ile ilgili yapılan çalışmanın alanyazına katkı sağlayacağı ve gelecek çalışmalara yön verebileceği düşünülmektedir.

Anahtar Sözcükler: İnanç turizmi, Aziz Pavlus, Aziz Pavlus Rotası, Troas Antik Kenti, Çanakkale.

Abstract

Culture is regarded as a concept that illuminates the history of societies and plays a pivotal role in its preservation for future generations. The notion of a cultural route, which arises from the interaction between space and culture, contributes to this process by emphasising ancient structures, historical remnants, and the routes chosen by notable historical figures, thereby enriching cultural diversity. Cultural tourism routes are defined as itineraries developed along commercial, religious, and military roads that can be effectively utilized for tourism-related activities (Özdemir, 2023). In this context, the diversification of expectations in tourism activities and the varying perceptions of travel among consumers have led to a growing interest in cultural tourism endeavours. Turkey, in particular, distinguishes itself as a nation with substantial potential for cultural tourism, having served as a host to numerous civilizations throughout history. To enhance its competitiveness in international tourism markets, Turkey aims to generate substantial revenue by focusing on alternative forms of tourism (Güngör, 2022).

Turkey, owing to its richness in faith tourism, aims to boost demand in this sector and attract a broader range of tourists (Berk, 2011). Within this context, Turkey is exploring various alternative routes to increase its market share (Dalğiran & Sarıca, 2020). The city of Çanakkale, with its historical, natural, and cultural assets, hosts many different types of tourism. One of these, faith tourism, has become a rapidly growing field in recent years. In the realm of faith tourism across Anatolian lands, Saint Paul stands out as a significant figure who undertook multiple journeys to spread Christianity to wider audiences (KTB, 2008). These journeys are known in the literature as the “Three Holy Missionary Journeys.” The first begins in Cyprus and concludes in Antioch, in present-day Hatay. Saint Paul’s second journey starts in Antioch and travels through Central Anatolia to the region known today as Çanakkale, which was called Troas in ancient times. This route continues by sea from Troas to Greece and ends in Jerusalem, again via sea. During the third and final journey, Saint Paul departs from Antioch and travels to the current city of İzmir (İstek, 2020). Afterwards, he sails from İzmir to Greece and, on his return to Jerusalem—again by sea—he makes another stop in Troas (Körpe, 2011).

During these missionary journeys aimed at disseminating and maintaining Christianity, Saint Paul resided for a period in various parts of Troas and in Alexandreia Troas (Körpe, 2011; Boz, 2018; Tıkır, 2023). Given that Saint Paul was born in Tarsus (Mersin), commenced his journey from Cyprus, and included the city of Çanakkale in his route, this significantly enhances the regional potential for faith-based tourism and contributes to the diversification of local tourism offerings.

This study examines the segments of Saint Paul’s missionary journey associated with Çanakkale and the Dardanelles. Among qualitative research methodologies, document analysis—a widely utilised approach—was selected. Document analysis involves identifying, reviewing, and assessing sources for a specific purpose, thus it is considered a fundamental technique for data collection in research (Karasar, 1994).

Following these analyses, it has been concluded that efforts to enhance the recognition of Saint Paul within the framework of faith tourism in Çanakkale would serve to preserve the cultural

heritage, promote sustainability, and exert a positive influence on various facets of tourism in the region. Augmenting alternative tourism pursuits in the city would accentuate its natural, historical, and architectural features, thereby enriching visitors' experiences. In this context, it is also anticipated that such initiatives will yield beneficial effects on the local economy. Moreover, the literature review reveals a deficiency in comprehensive studies addressing this particular subject (Körpe, 2011). Consequently, it is expected that the present research, focused on the Çanakkale segment of Saint Paul's "Three Holy Missionary Journeys," will make a valuable contribution to the existing body of knowledge and will serve as a foundation for future scholarly investigations.

Keywords: *Faith tourism, Saint Paul, Saint Paul's Route, Ancient City of Troas, Çanakkale*

References

- Karasar, N. Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler. (6. bs.). Ankara: 3A Araştırma Eğitim Danışmanlık Ltd, (1994)., 183-184.
- Dalkıran, G. B., & Sarıca, G. (2020). Kalkınma Ajanslarının Bölge Alternatif Turizm Pazarına Etkileri: Trakya Kalkınma Ajansı Örneği. *Balkan & Near Eastern Journal of Social Sciences (BNEJSS)*, 6.
- Özdemir, E. (2023). *Aeneas Avrupa kültür rotası'nın turizm açısından değerlendirilmesi: paydaş görüşleri* (Master's thesis, Balıkesir University (Turkey)).
- Güngör, Ş. (2022). Kapadokya Kültür Yolu'nun Alternatif Turizm Rotası Bağlamında Değerlendirilmesi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 12(3), 1784-1802.
- Erçolak, G., Tanrısever, C., & Pamukçu, H. (2019). İnanç turizmi kapsamında Aziz Paulus' un önemi ve Tarsus turizmine etkisi. *VIII. Ulusal IV. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu içinde*, 521-532.
- Körpe, R. (2011). Son Arkeolojik Bulgular Işığında Aziz Paulus' un İkinci Kutsal Görev Gezisinde Troas Yolculuğu. *Seleucia*, (1), 41-75.
- Berk, F. M. (2011) Turizm Sektöründe Sürdürülebilirlik Rekabet Konsepti Dahilinde Konya'da Unutulan İnanç Turizmi Destinasyonları: Lystra Örneği. *1. Uluslararası Turizm ve Otelcilik Sempozyumu*, 360-368
- İstek, E. (2020). Batılı Seyyahların Gözüyle Şam (Dimaşk) Şehri (XVI ve XVII. Yüzyıllar). *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 117-142.
- Tıkır, S. (2023). Çanakkale İlinin İnanç Turizmi Potansiyelinindeğerlendirilmesine İlişkin Bir İnceleme, Sinop Üniversitesi Boyabat İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergisi Cilt: 3 Sayı: 2.**
- Boz, M. (2018). Religious heritage tourism: the St. Paul trail project in Troas. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 6(3), 9.

**Kültür Ve Turizm Bakanlığı Aziz Paul İle Türkiye Yolculuğu Umut Tanı Sağlık Matbaa
Turizm İnş. San. Ve Tic. A.Ş. Saner Basım Sanayi, Ankara, 2008. (Sayfa 17) Erişim
tarihi: 08.10.2025 <https://Engelsiz.Ktb.Gov.Tr/Eklenti/9748,Stpaulpdf.Pdf?0>**

Turizm Rehberliği Eğitiminde Engelsiz Turizm Farkındalığı: İskenderun Teknik Üniversitesi Örneği

Aybüke YÜKSEL^{1*}, Hasan CİNNİOĞLU²

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Seyahat İşletmeciliği ABD
İskenderun Teknik Üniversitesi, Türkiye
¹ aybukeyuksel.lee24@iste.edu.tr

ORCID: 0009-0009-3547-3987

Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
İskenderun Teknik Üniversitesi, Türkiye
hasan.cinnioğlu@iste.edu.tr

ORCID: 0000-0001-7826-619X

Özet

İnsanların doğuştan veya hayat içerisinde meydana gelen olaylardan kaynaklı engelli bireyler olmaları olağan bir durumdur. Engelli bireylerin toplumda yer alması her insanın titizlikle üzerinde durması gereken önemli konulardan biridir (Kasım & Akyurt 2024). Engelli bireylerin toplumsal yaşamın tüm alanlarında aktif olması, çağdaş toplumların en temel insan hakları ilkelerinden biri olarak kabul edilmektedir. Bu alanlardan biri de turizm faaliyetleridir. Bu nedenle engelli bireylerin de engelli olmayan bireyler gibi aktif hayata katılıp turistik faaliyetler gibi sosyal aktivitelerde bulunma hakları vardır (Gül, 2021). Buna bağlı olarak turizm sektöründe yer alan tüm paydaşlara da bu haktan yararlanılmasını sağlayacak önemli görevler düşmektedir. Destinasyon deneyimini aktaran bir uzmanlık alanı olmakla birlikte, farklı özelliklere sahip turist gruplarına rehberlik etme becerisini de içeren turist rehberliği (Oduncuoğlu & Efendi, 2020) bu paydaşlardan biridir. Özellikle fiziksel, zihinsel ya da duyuşsal engellere sahip bireylerin ihtiyaçlarını anlayabilen ve bu ihtiyaçlara uygun hizmet sunabilen rehberlerin varlığı, turizmde kapsayıcılık düzeyini doğrudan etkilemektedir (Oduncuoğlu & Efendi, 2020). Bu anlayışın yerleşmesinde ve hayata geçirilmesinde eğitimin kritik bir işlevi bulunmaktadır (Kasım & Akyurt 2024). Bu nedenle turist rehberi adaylarına verilen lisans eğitimin niteliği ve engelli bireyleri kapsayıcılığı önem arz etmektedir. Lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitiminin, sadece teknik bilgiye değil, aynı zamanda sosyal duyarlılığa da odaklanması gerekmektedir. Özellikle öğrenci düzeyindeki farkındalık, gelecekte sunulacak hizmetin kalitesini ve kapsayıcılığını doğrudan etkileyen bir faktördür. Bu nedenle, engelli bireylerin deneyimlerinin anlaşılmasına yönelik eğitimsel yaklaşımların geliştirilmesi önemli bir konudur (Solmaz & Yenişehirlioğlu, 2020). Buna bağlı olarak rehberlik eğitim müfredatlarında engelli bireylerin turizm faaliyetlerine engelsiz bir şekilde katılmalarını sağlayabilecek eğitim programlarının yer alması gerekmektedir. Lisans düzeyinde eğitim veren turizm rehberliği bölümlerinde eğitim gören öğrencilerin engelsiz turizm eğitimine yönelik bakış açısı nedir? sorusu, bu araştırmanın temel çıkış noktasını oluşturmaktadır. Araştırma

sorusuna bağılı olarak bu araştırmanın temel amacı Türkiye’de turizm rehberliği lisans programlarında engelsiz turizm kavramının müfredatlarda yer alma düzeyini belirlemek ve öğrencilerin engelli bireylere yönelik farkındalık, bilgi ve tutumlarını incelemektir. Ayrıca, rehberlik eğitiminde engelli farkındalığını artırmaya yönelik ders, yöntem veya uygulama önerilerini ortaya koyarak, gelecekte engelsiz turizm bilincine sahip rehberlerin yetiştirilmesine katkı sağlamayı amaçlamaktadır. İlgili literatür incelendiğinde turist rehberliği ve engelli turizmle yönelik birtakım çalışmaların yapıldığı görülmektedir (Oduncuoğlu ve Efendi, 2020; Gül, 2021; Altun, Kizilirmak ve Eser, 2022; Ozdemir ve Eşitti, 2023; Şengel ve Karamanlıoğlu, 2023; Aslan ve Ateş, 2025; Göker Özyürek 2025). Bu çalışma mevcut literatürden farklı olarak öğrencilerin görüşme yoluyla engelsiz turizm eğitimi konusundaki farkındalık, bilgi ve tutumlarını doğrudan ortaya koymaktadır. Aslan ve Ateş (2025) tarafından engelsiz turizm kapsamında turizm rehberliği programlarının müfredatı üzerine yapılan çalışmada ülkemizdeki üniversitelerde turizm rehberliği eğitimi veren bölümlerin müfredatları incelenmiştir. Araştırma sonucunda bu bölümlerin sadece 19’unda engelsiz turizm eğitime yönelik derslerin bulunduğu, derslerin çoğunluğunun seçmeli ve işaret diline yönelik olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda araştırmada gelecekte konu ile ilgili çalışmaların artırılması alana sağlayacağı katkı açısından önem arz ettiği belirtilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilecek bulgular, turizm rehberliği eğitiminde engelli bireylere yönelik farkındalığın artırılmasına dikkat çekme, eğitim süresi boyunca engelli bireylerle nasıl iletişim kurulması gerektiğine dair öneriler geliştirme, bu bireylerin aldıkları hizmetin kalitesini yükseltme ve rehber adaylarının bu konuda bilinçlenmesini sağlayacak müfredat oluşturma noktasında önem arz etmektedir.

Araştırmanın amacını gerçekleştirmek için araştırmada nitel yöntem kullanılmıştır. Nitel araştırma, sosyal olguların bağlam içinde derinlemesine anlaşılmasını sağlayarak bireylerin deneyimlerini ve algılarını anlamada etkili bir yöntemdir (Yıldırım & Şimşek, 2021). Araştırmanın evrenini İskenderun Teknik Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm Rehberliği bölümünde eğitim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini ise bu bölümlerde eğitim gören 20 lisans öğrencisi oluşturmaktadır. Araştırmada verilerin toplanmasında derinlemesine bilgi edinmek için yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme formunda konuyla ilgili detaylı literatür taraması yapılarak ve ilgili alanda uzman öğretim üyelerinin görüşleri alınarak hazırlanan toplamda beş soru bulunmaktadır. Görüşmeler Eylül-Ekim 2025 tarihleri arasında yapılmıştır. Araştırma soruları şu şekildedir:

- Turizm rehberliği programlarında engelli bireylere yönelik herhangi bir ders aldınız mı? Eğer aldıysanız bu dersin ismi ve içeriği neydi?
- Müfredatınızın engelsiz turizm kavramını kapsama düzeyi hakkında ne düşünüyorsunuz?
- Rehberlik eğitiminde engelli farkındalığını artırmak için nasıl bir ders veya yöntem önerirsiniz?
- Sizce turizm rehberliği bölümlerinde Engelsiz Turizmle yönelik zorunlu dersler olmalı mı?
- Eğitim sonrasında engelli turistlere yönelik herhangi bir eğitim, seminer vb olmayı düşünüyor musunuz?

Görüşmeler sonucunda elde edilen veriler betimsel analiz tekniği ile incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre katılımcıların büyük çoğunluğunun turizm rehberliği programlarında engelli bireylere yönelik herhangi bir ders almadıklarını belirlenmiştir. Elde edilen diğer bir bulgu ise turizm rehberliği müfredatı “Engelsiz Turizm” konusunu yeterince kapsamadığıdır. Çoğu katılımcı, bu konuda ders bulunmadığını ve eğitimin artırılması gerektiğini belirtmiştir. Görüşler

genel olarak müfredatın yetersizliği ve konuya duyarlılık eksikliği üzerinde yoğunlaşmıştır. Bununla birlikte katılımcıları tarafından rehberlik eğitiminde engelli farkındalığını artırmak için uygulamalı, proje temelli ve işaret dili odaklı derslerin müfredatta yer alması ve engelli bireylerle etkileşimli etkinliklerin düzenlenmesi önerilmiştir. Aynı zamanda katılımcıların büyük çoğunluğu turizm rehberliği bölümlerinde Engelsiz Turizme yönelik derslerin zorunlu olması gerektiğini ve bu tür derslerin farkındalık kazandıracağı, rehberlerin farklı turist gruplarına daha bilinçli hizmet sunmasını sağlayacağı ve toplumsal duyarlılığı artıracığı görüşündedir. Son olarak katılımcıların çoğu lisans eğitimi sonrasında engelli turistlere yönelik seminer, kurs veya sertifika programlarına katılmayı düşündüklerini belirtmiştir.

Elde edilen bulgular doğrultusunda, turizm rehberliği lisans programlarında engelli bireylere yönelik eğitimin güçlendirilmesi amacıyla çeşitli düzenlemelere ihtiyaç duyulmaktadır. Öncelikle, bu derslerin tüm programlarda zorunlu hale getirilmesi ve Yükseköğretim Kurulu tarafından müfredat düzeyinde standartlaştırılması önerilmektedir. Ders içeriklerinin yalnızca işitme engellilerle iletişimi kapsamak yerine, fiziksel, görsel, zihinsel engelli bireylerle iletişim ve rehberlik becerilerini de içerecek biçimde genişletilmesi önem taşımaktadır. Ayrıca, bu derslerin uygulamalı bir yapıya kavuşturulması, öğrencilere vaka analizi, simülasyon, saha uygulamaları ve staj imkânları sunularak engelli bireylerle gerçek etkileşim deneyimi kazandırılması gerekmektedir. Engelli turizmi ve erişilebilirlik alanında uzman öğretim elemanlarının bu dersleri yürütmesi, eğitim kalitesini artıracak bir diğer unsurdur. Öğrencilerin farkındalığını artırmak amacıyla engelli turizmüne yönelik seminerler, sosyal sorumluluk projeleri ve öğrenci kulüpleri teşvik edilmelidir. Son olarak, Kültür ve Turizm Bakanlığı ile meslek kuruluşlarının iş birliğiyle engelli turizmüne yönelik rehberlik standartlarının belirlenmesi ve rehberlerin bu alanda sertifikasyon programlarına katılımının desteklenmesi, hem eğitimde hem de sektörde kapsayıcı bir yaklaşımın yerleşmesine katkı sağlayacaktır. Dolayısıyla, engelli bireylerin turizm hizmetlerinden eşit biçimde yararlanabilmesi için rehberlik eğitimi müfredatlarında daha kapsamlı, zorunlu ve uygulamalı derslere yer verilmesi gerekmektedir. Konuyla ilgili bundan sonraki çalışmalarda üniversitelerin ilgili bölüm öğretim elemanlarıyla görüşmeler yapılabilir. Rehberlik ve engelli turizmüne yönelik yapılan bilimsel çalışmalar içerik analiziyle incelenebilir.

Anahtar Sözcükler: Turizm rehberliği, Engelsiz turizm, Müfredat, Turizm rehberliği eğitimi

Kaynakça

- Altun, S., Kizilirmak, İ., & Eser, S. (2022). Turist Rehberliği Eğitiminde Türk İşaret Dili İncelemesi. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 5(2), 81-99.
- Aslan, E., & Ateş, M. (2025). Engelsiz Turizm Kapsamında Turizm Rehberliği Programlarının Müfredatı Üzerine Bir İnceleme. *Kocatepe Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 79-92.
- Göker Özyürek, S. (2025). Turist Rehberliği Mesleğinde Sessizliğin Dili: Türk İşaret Dilinin Önemi. *Sosyal, Beşeri Ve İdari Bilimler Dergisi*, 8(5), 381-394.
- Gül, T. (2021). Turist Olarak “Engelli” Algısı, Turist Rehberleri Üzerine Bir Çalışma. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 21(52), 575-603.

- Kasım, M., & Akyurt, H. (2024). Engelli Turizm Eğitimleri Lisansüstü Tezlerinin Bibliyometrik Analizi. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 11(108), 1237-1248.
- Oduncuoğlu, F., & Efendi, M. (2020). Engelli Turizmde Turist Rehberliği Uygulamaları Üzerine Niteliksel Bir Araştırma. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 15(60), 708-727.
- Ozdemir, M., & Eşitti, B. (2023). Turist Rehberleri Açısından Sessiz Turizmde Sorunlar Ve Çözüm Önerileri. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 242-261.
- Solmaz, S. A., & Yenişehirlioğlu, E. (2020). Turizm öğrencilerinin engelli bireylere ve engelli turizmüne bakış açılarını belirlemeye yönelik bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 476-487
- Şengel, Ü., & Karamanlioğlu, N. (2023). Turizm Rehberliği Mesleği İçin Bir Uzmanlaşma Önerisi: Engelli Turist Rehberliği. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 6(1), 12-28.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2021). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (12. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Coğrafya ve Kültür Etkileşimi Bağlamında Girit Mübadillerinin Mutfak Yapılarının Değişimi ve Akdeniz Bölgesi Mübadillerinin Mutfak Kültürünün İncelenmesi

Metin ÖZTÜRK^{1*}, Lokman TOPRAK²

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü/ Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye
¹ozturkmetin14@gmail.com

ORCID: 0000-0001-9462-8226

Turizm Fakültesi/ Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye
²lokmanoprak@artuklu.edu.tr

ORCID: 0000-0003-3144-2613

Özet

Somut Olmayan Kültürel Miras (SOKÜM), toplulukların ve bireylerin kültürel kimliklerinin bir parçası olarak kabul ettikleri bilgi, beceri, anlatım, temsil ve uygulamalar ile bunlara bağlı araç, gereç ve kültürel mekânları kapsamaktadır. Nesilden nesile aktarılan bu miras, toplulukların çevre, doğa ve tarih ile kurdukları etkileşimler sonucunda sürekli olarak yeniden şekillenir; bu süreç, onlara kimlik ve süreklilik hissi kazandırırken, kültürel çeşitliliğe ve insan yaratıcılığına saygının gelişmesini de destekler (Arıkan, 2008; Türker ve Çelik, 2012). SOKÜM’ün kapsamı oldukça geniştir. Sözlü gelenekler ve anlatımlar-destanlar, efsaneler, halk hikâyeleri, atasözleri, masallar ve fıkralar, önemli yer tutar. Karagöz, meddah, kukla ve halk tiyatrosu gibi gösteri sanatları; düğün, nişan, doğum ve nevrüz gibi toplumsal ritüeller; geleneksel/yöresel yemekler (Bessière, 1998), ayrıca dokumacılık, nazar boncuğu yapımı, telkari, bakırcılık ve halk mimarisi gibi el sanatları SOKÜM’ün temel bileşenleri arasında yer alır (Arıkan, 2008; Türker & Çelik, 2012).

Göç ve mübadele kavramları ayrıştırılmalıdır. Göç, ekonomik, toplumsal veya siyasi nedenlerle bir ülkeden başka bir ülkeye veya yerleşim alanına taşınmayı ifade ederken; göçmen, kendi ülkesini terk ederek başka bir ülkeye yerleşen kişi, aile veya topluluğu tanımlar. Mübadele ise, iki veya daha fazla devlet arasında yapılan protokol doğrultusunda, taraf devletlerin denetiminde bir komisyon aracılığıyla yürütülen zorunlu nüfus değişimidir (Atabay, 2008; Sepetcioğlu, 2014; Emgili, 2017).

Zorunlu nüfus değişimi olarak adlandırılan mübadele, Türkiye tarihinin hem sosyal hem de kültürel açıdan önemli bir olaydır (Atabay, 2008; Sepetcioğlu, 2014; Emgili, 2017). Bu süreç kapsamında Anadolu’ya göç eden Giritli Müslümanların mutfak kültürleri, geldikleri yeni coğrafyalara taşınmış ve bölge mutfaklarının zenginleşmesine katkı sağlamıştır. Mübadele, yalnızca bir nüfus hareketi olarak ele alınmamalı; tarih, dil, din, örf, adet, gelenek, edebiyat, müzik

ve sanat gibi çok sayıda unsurla ilişkili kültürel ve sosyolojik bir olgu olarak değerlendirilmelidir (Atabay, 2008; Emgili, 2010; Sepetcioğlu, 2014; Emgili, 2017).

Türk-Yunan Halklarının Mübadelesi kapsamında, 1.200.000 Ortodoks Rum Anadolu'dan Yunanistan'a, 500.000 Müslüman Türk ise Yunanistan'dan Türkiye'ye göç etmiştir (Emgili, 2014). Mübadillerin yoğun olarak yerleştirildiği şehirler Adana, Balıkesir, Bilecik, Bursa, Çanakkale, Edirne, İstanbul, İzmir, Kırklareli, Kocaeli, Manisa, Mersin, Samsun ve Tekirdağ olmuştur. Bu nüfus değişimi büyük ölçüde 1923-1924 yıllarında gerçekleşmiş, bazı durumlarda ise 1930 yılına kadar devam etmiştir (Sepetcioğlu, 2010; Toprak, 2015). Mübadele mutfak kültürleri, Somut Olmayan Kültürel Miras (SOKÜM) bağlamında incelendiğinde, toplumların tarihî, sosyal ve kültürel dokularını anlamak açısından önemli bir araştırma alanı sunmaktadır.

Yapılan literatür taramaları, Girit mutfak kültürü üzerine özgün çalışmaların sınırlı olduğunu göstermektedir. Çoğu çalışma, Girit mutfağını genel bilgiler çerçevesinde ele almakta ve derinlemesine bir inceleme sunmamaktadır (Dere Yağar, 2012; Karaca, Yıldırım ve Çakıcı, 2015; Yıldırım Saçılık, Çevik & Toptaş, 2018). Bu durum, göç sonrası mübadillerin yerleştikleri bölgelerdeki yöresel mutfaklarla kurdukları etkileşimlerin ve mutfak kültürlerinde meydana gelen değişimlerin incelenmesini zorunlu kılmaktadır. Araştırmanın temel amacı, göç sonrası mübadillerin mutfak kültürlerini ortaya koymak ve değişim sürecini değerlendirmektir. Bu sayede mutfak kültürlerindeki temel farklılıklar ve değişim süreçleri detaylı olarak anlaşılabilir. Türk-Yunan mübadele olayı, her iki ülkede farklı dönemlerde araştırmacıların ilgisini çekmiş ve çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Yunanistan'da 1930'lu yıllardan itibaren araştırmalar başlamışken, Türkiye'de bu ilgi ancak 1990'lı yıllardan sonra artmıştır. Yapılan çalışmalar, Girit mutfağı ve mübadele mutfak kültürlerinin yeterince ele alınmadığını ortaya koymakta ve bu durum araştırmanın özgünlüğünü ve önemini pekiştirmektedir.

Yeme içme davranışları, tüm toplumlarda temel bir olgu olarak evrensel bir nitelik taşıırken, biçim ve içerik açısından kültürel yapıdan büyük ölçüde etkilenir (Saatçi, 2016; Güldemir, 2016; Türkay ve Genç, 2019). Bu çerçevede, mübadele ile gelen Girit mutfak kültürü, Anadolu mutfağı ile etkileşime girerek özgün bir sentez oluşturmuştur.

Girit mutfağı, Anadolu mutfaklarından farklı olarak zeytinyağı ve yenilebilir yabani otların yoğun kullanımıyla öne çıkar (Yıldırım Saçılık vd., 2018; Karaca vd., 2015). Girit mutfağı; az et tüketimi, sebze ve ot ağırlıklı yemekler, tahıl, zeytinyağı, sebze ve meyve temelli beslenme ve süt ürünlerinin yoğun tüketimi ile karakterizedir. Et ise çoğunlukla sebze ve otlarla birlikte, küçükbaş hayvanlardan elde edilen kırmızı et, balık ve tavuk şeklinde tüketilir (Karaca vd., 2015; Yıldırım Saçılık vd., 2018). Girit mutfağının karakteristik özellikleri; zeytinyağının yaygın kullanımı, Akdeniz bitkilerinden elde edilen sebze ve otların yoğun tüketimi, süt, süt ürünleri ve yumurta tüketiminin etten fazla olması, karbonhidrat kaynaklarının ekmek, bakliyat, börek ve pilavdan oluşması, şekerli tatlılara az rağbet edilmesi ve kahvaltılarda peynir, zeytin, bal, reçel ile taze sebzelerin birlikte tüketilmesidir (Çevik & Yıldırım Saçılık, 2011; Dere Yağar, 2012; Bozok ve Kahraman, 2015; Karaca vd., 2015; Sotiriadis, 2017; Yıldırım Saçılık vd., 2018). Başlangıçta göç edilen bölgelerdeki halk için farklı ve anlaşılmaz gelen Girit mutfağı, zamanla yerel mutfak kültürleriyle etkileşime girerek birleşmiş ve yeni bir kültürel sentez ortaya çıkmıştır (Öztok Akay, 2012; Bozok & Kahraman, 2015). Bu bağlamda çalışmanın çıktısı, Cumhuriyet'in ilk yıllarında Girit Adası'ndan Türkiye'ye göç eden Giritli Müslüman Türklerin mutfak alışkanlıklarını tespit etmektir. Buradan hareketle çalışmanın devamı ve gelişmesi için, mübadillerin yerleştirildikleri

farklı coğrafyalardaki yöresel mutfaklarla etkileşimleri sonucunda mutfak kültürlerinde meydana gelen değişimler belirlenebilir.

Anahtar Sözcükler: Somut olmayan kültürel miras, Somut olmayan kültürel miras ve gastronomi, Mübadele, Girit mutfacı, Girit mutfak kültürü.

Kaynakça

- Ağcakaya, H. ve Can, I. (2019) Somut Olmayan Kültürel Miras Kapsamında Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği: Türkiye Gastronomi Müzeleri Örneği. Sustainability of Culinary Culture in the Context of Cultural Heritage: An Example for Gastronomy Museums in Turkey. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*. 3(4), (Özel Sayı), 788-804.
- Arıkan, M. (2008) Küreselleşme ve Milli Kimlik Açısından Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması (The Preservation of Intangible Cultural Heritage in Terms of Globalization and National Identity). *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi/ Journal of Turkish World Studies* 8(2), 1-8.
- Atabay, M. (2008) Mübadelede Küçükkuyu (Ex-Change at Kucukkuyu). *Çanakkale Araştırmaları Türk Yılığ*, (Bahar-Güz), 61-90.İİ
- Avcıkurt, C. ve Sarioğlu, M., (2019). *Gastronomi Olgusuna Sosyolojik Bakış*. İçinde, Avcıkurt, C. ve Sarioğlu, M., (Editörler), *Gastronomi Olgusuna Genel Bakış*. (1-14). *Detay Yayıncılık Ankara 2019*.
- Aydoğdu Atasoy, Ö. (2019) Somut Olmayan Kültürel Miras Unsurlarının Turizm İşletmelerinde Kullanılmasına Yönelik Yeni Yaklaşımlar. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 12(67), 822-829.
- Bessière, J. (1998) Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourists Attractions in Rural Areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21-34.
- Bozok, D. ve Kahraman, K. (2015) Kırsal Turizmde Yöresel Yemek Kültürünün Rolü: Balıkesir. *IJSES Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi. International Journal of Social and Economic Sciences*. 5(1), 85-90.
- Bozok, D. ve Demirlek, E., (2020). *Gastronomi Turizminde Güncel Araştırmalar*. İçinde Aydın, Ş., Çoban, Ö., Karakuş, Y., Çalışkan, N., (Editörler), *Somut Olmayan Kültürel Miras Tanıtım Günleri'nin Sunulan Gastronomik Ürünler açısından Değerlendirilmesi*. (61-75), *Detay Yayıncılık Ankara 2020*.
- Çalık, İ. ve Ödemiş, M. (2018) Gümüşhane İlinin Somut Olmayan Kültürel Miras Değerlerinin Sürdürülebilir Turizm Çerçevesinde İncelenmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma (A Qualitative Study on Investigation of Intangible Cultural Heritage Values of Gümüşhane Province within the Framework of Sustainable Tourism). *Mediterranean Journal of Humanities* 8(2) 233-249.
- Çekiç, İ. (2015) Geçmişten Günümüze Törenselleşen Bir Yemek: Keşkek. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı Yüksek lisans Tezi*. 1-88.

- Dere Yağar, H. (2012) Antalya Mutfak ve Yemek Kültürü Müzesi Tasarımı. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Müzecilik Ana Bilim Dalı, Yüksek lisans Tezi, 1-160.
- Emgili, F. (2014) Türk-Yunan nüfus Mübadelesi'nin Türkiye Cumhuriyeti'nin Milli İktisadının Oluşumundaki Etkisi. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi* Özel Sayı (3) Ocak 2014, 105-121.
- Emgili, F. (2017) Türk-Yunan Nüfus Mübadelesi Hakkındaki Araştırmalara Bir Bakış. Tarih ve Günce, Atatürk ve Türkiye Cumhuriyeti Tarih Dergisi, 1(1), 29-54.
- Güldeir, O. (2016). *Bir İletişim Biçimi Olarak Gastronomi*. İçinde Yılmaz, H., (Editör), Geleneksele Dönüşün Öyküsü Slow Food. (193-212), *Detay Yayıncılık Ankara 2016*.
- Karaca, O., Yıldırım, O. ve Çakıcı, A. C. (2015) Girit Yemek Kültürü ve Sürdürülebilirliği (Cretan Food Culture and It's Sustainability). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1), 3-13.
- Kim, Y. (2008) Kore Cumhuriyeti ve Japonya'nın Somut Olmayan Kültürel Hazine Politikası. The Policy for Intangible Cultural Heritage of Republic of Korea and Japan. *Milli Folklor Dergisi* 20(78), 12-21.
- Öztok Akay, A. (2011), Girit Kökenli Mübadil Kadınlar Üzerine Sosyal-Antropolojik Bir Araştırma: Bursa/Tirilye Örneği, Ankara Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi 1-164.
- Saatçi, G., (2016). *Bir İletişim Biçimi Olarak Gastronomi*. İçinde Yılmaz, H., (Editör), Kültürel Miras Olarak Gastronomi. (1-18), *Detay Yayıncılık Ankara 2016*.
- Sepetcioğlu, T. (2010) Türkiye'de Ana Dili Türkçe Olmayan Göçmen Topluluklara Yaklaşımlara Dair Bir Örnek: Girit Göçmenleri. *Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi*, IX/20(21), 77-108.
- Sepetcioğlu, T. (2014) İki Tarihsel "Eski" Kavram, Bir Sosyo-Kültürel "Yeni" Kimlik: Mübadele Nedir, Mübadiller Kimlerdir? *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi* Özel Sayı (3) Ocak 2014, 49-83.
- Sotiriadis, M. (2017) Pairing Intangible Cultural Heritage With Tourism: The Case of Mediterranean Diet. *EuroMed Journal of Business*. 12(3), 269-284
- Toprak, S. (2015) I. Dünya Savaşı'ndan Sonra Nüfus Mübadelesi Kapsamında Türkiye'ye Göçenlere Karşı Yunanistan'ın Tutumunun İstanbul Basınına Yansıması. *Türkiyat Mecmuası*, 25(1), 253-273.
- Türkay, O. ve Genç, K., (2019). *Tüm Yönleriyle Gastronomi Bilimi*. İçinde Sarıışık, M., (Editör), Gastronomi Turizmi. (211-235). *Detay Yayıncılık Ankara 2019*.
- Türker, A. ve Çelik, İ. (2012) Somut Olmayan Kültürel Miras Unsurlarının Turistik Ürün Geliştirilmesine Yönelik Alternatif Öneriler. *Yenifikir*, 9(2), 86-98.
- Yıldırım, A., Şimşek, H., (2018). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (11. Basım). *Seçkin Yayıncılık Ankara (2018)*

Yıldırım, Saçılık, M., Çevik, S. ve Toptaş, A. (2018) Geçmişin Mutfağından Gelecekteki Sofralara: Bandırma-Erdek Yöresinin Gastronomik Mirası. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 300-319.

Karşılıklı İlişki Kurmada Yerel Halkın Turist Algısının Önemi: Arap Turistler Üzerine Uygulama

Ahmet ÇAVUŞ^{1*}, Dilara ÇAVUŞOĞLU²

Turizm Fakültesi/Turizm Rehberliği Bölümü
Atatürk Üniversitesi, Türkiye
ahmetcavus@atauni.edu.tr

ORCID: 0000-0002-7359-1273

Sosyal Bilimler Enstitüsü\Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı
Atatürk Üniversitesi, Türkiye
² dilara.cavusoglu20@ogr.atauni.edu.tr

ORCID:0009-0009-3308-5710

Özet

Dünyanın en hızlı büyüyen endüstrilerinden biri olan turizm, 21. yüzyılda küresel ölçekte en büyük ekonomik sektörlerden biri olarak öne çıkmaktadır (Forno & Garibaldi, 2015). Turizm yalnızca ekonomik büyüme ve istihdam açısından değil, aynı zamanda farklı toplumların etkileşimi ve kültürel paylaşımı bakımından da önemli bir role sahiptir. Ancak turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliği için yalnızca turistlerin deneyimlerine odaklanmak yeterli değildir; yerel halkın tutumları, algıları ve katılımı da bu süreçte belirleyici bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Son yıllarda yapılan araştırmalar, yerel halkın turizme katılımının tutum, algı ve davranışları üzerindeki etkilerini inceleme üzerine odaklandığını göstermektedir (Orgaz-Agera, 2020; Ren vd., 2021; Wang vd., 2021; Zhang vd., 2020). Turistik faaliyetlerin yoğunlaştığı bölgelerde, destinasyonlar cazibe merkezi haline geldikçe, yerel halk turizmin etkilerini hem olumlu hem de olumsuz biçimde algılamaya başlamaktadır (Almeida-García vd., 2016; Latip vd., 2018; Obradović vd., 2020; Uysal vd., 2012). Ayrıca, literatürde öne çıkan anahtar kavramlar (turizmin etkileri, yerel halkın katılımı ve desteği) son on yılda giderek daha fazla önem kazanmış ve bu durum, turizm planlamasında yerel halkın katılımının kritik rolünü ortaya koymuştur (Yavuz Demirci, 2025).

Literatürde, yerel halkın turistlere yönelik algıları ve bu algıların turizme verdikleri destek üzerindeki etkilerini inceleyen bir çok araştırmanın olduğu görülmektedir (Cıfci vd., 2023; Shtudiner vd., 2018; Yajun Jiang, 2023; Yunus Doğan, 2024) Ancak bu araştırma, yerel halk–turist ilişkilerinde yerel halkın algısının önemini vurgulamakta ve bu algının karşılıklılık (reciprocity) ile turist çekiciliği (tourist attractiveness) kavramlarıyla olan bağlantısını analiz etmeyi amaçlamaktadır. Literatürde, yerel halk–turist etkileşimlerinin turizm deneyimini şekillendiren önemli bir unsur olduğu vurgulanmaktadır. Olumlu etkileşimler turistlerin destinasyona olan bağlılıklarını artırırken; olumsuz algılar, yerel halkın yaşam kalitesini ve turizme yönelik desteğini

azaltabilmektedir(Brent W. Ritchie¹, 2006; Dong-Wan Koa, 2002). Çalışmalar, yerel halkın turizm süreçlerine katılımının ve algılarının, turizmi destekleme konusunda kritik olduğunu göstermektedir(Vodeb vd., 2021).

Olumsuz algılar veya sosyal gerilimler, turizmin gelişimini ve sağladığı ekonomik faydaları sınırlandırabilmektedir (Mojtaba. Javdan, 2024).Altyapı gelişimi ve sosyal hizmetlerin iyileştirilmesi gibi olumlu etkiler sağlarken; yerel halkın farklı şekilde etkilenmesi nedeniyle hizmet dağılımında adaletsizlik gibi olumsuz sonuçlar da ortaya çıkabilmektedir (Alamineh vd., 2023). Bu bağlamda turistlerin deneyimleri ve memnuniyet düzeyleri, yerel halkın tutum ve davranışlarıyla da ilişkilidir Yerel halkın bakış açısının ölçülmesi, potansiyel gerilimleri önlemeye ve karşılıklı anlayışı güçlendirmeye yardımcı olacaktır. Özellikle Trabzon gibi yoğun turist akışına sahip destinasyonlarda, yerel halkın turistlere yönelik algılarının doğru biçimde ölçülmesi ve değerlendirilmesi, ekonomik kalkınma kadar sosyal uyum açısından da önem taşımaktadır. Özellikle Trabzon’da Arap turistlerin yoğun olması, yerel halkın günlük yaşamını, mekân kullanımlarını ve kültürel kimliğini etkilemektedir. Bu durum, ekonomik fırsatların yanında sosyal ve kültürel algı sorunlarını da beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla, Trabzon’da yerel halkın turistlere yönelik algılarının “turist çekiciliği” kavramı çerçevesinde incelenmesi, bölgesel turizm yönetimi açısından önemlidir. Yerel halkın turizm projelerine yönelik tutum ve algılarının anlaşılması, bölgesel turizm planlaması ve sürdürülebilir uygulamaların geliştirilmesi açısından belirleyici bir etkiye sahiptir (Hien vd., 2024). Bu doğrultuda araştırmanın temel amacı, yerel halk ile turistler arasındaki karşılıklı ilişkiyi anlamak ve bu süreçte yerel halkın turist algısının turist çekiciliği kavramıyla nasıl ilişkilendirildiğini ortaya koymaktır. Bunun için araştırmada yerel halkın, Trabzon’u ziyaret eden Arap turistlere yönelik algılarına odaklanılmıştır.

Araştırmanın evrenini Trabzon’da sürekli ikamet eden yerel halk oluşturmaktadır. Çalışma nicel yöntem kullanılarak yürütülmüş, veri toplama aracı olarak ise literatürde geçerliliği kanıtlanmış bir ölçekten uyarlanmış anket formu kullanılmıştır. Anket formu(Kim vd., 2020) uyarlanarak dil uzmanı tarafından Türkçeye çevrilmiştir. Anket; turist uyumluluğu, mali kapasitesi, turist sorumlulukları, olumlu ve olumsuz turist etkileri, sakin memnuniyeti ve yerleşik taahhüt boyutlarından oluşmaktadır. Toplanan veriler SPSS ve AMOS programlarıyla analiz edilmiştir.

Elde edilen bulgular, yerel halkın genel olarak turizme olumlu yaklaştığını ve turistlerle kurulan karşılıklı etkileşimin önemini vurguladığını göstermektedir. Yerel halkın olumlu algıları, turizm faaliyetlerinin başarısını desteklerken; olumsuz algılar sosyal ve kültürel gerilimlerin artmasına neden olabilmektedir. Bu durum, turizm planlamasında yerel halkın algı ve tutumlarının anlaşılmasının ne kadar kritik olduğunu bir kez daha ortaya koymaktadır. Yerel halkın perspektifi, olası toplumsal çatışmaların önlenmesine ve olumlu etkileşimlerin artırılmasına katkı sağlayabilir. Bu nedenle, bölgesel turizm politikalarında yerel halkın katılımını teşvik eden, kültürel değerleri koruyan ve sosyal etkileşimi güçlendiren yaklaşımların benimsenmesi gerekmektedir. Ayrıca, yerel halk ile turistler arasında kültürel paylaşımı artıracak etkinliklerin düzenlenmesi, karşılıklı anlayışı pekiştirerek sürdürülebilir turizmin gelişimine önemli katkılar sağlayabilir. Bu araştırma, yerel halk–turist ilişkilerinin çok boyutlu etkilerini anlamaya yönelik bir çabadır. Yerel halkın turistlere yönelik algılarının halen farklı perspektiflerden yeterli biçimde incelenmediği göz önünde bulundurulduğunda, bu çalışmanın literatüre katkı sunması beklenmektedir.

Anahtar Sözcükler: Trabzon, Yerel halk, Arap turistler, Yerel halkın turist algısı,

Teşekkür

Bu çalışma, TÜBİTAK tarafından TBTK-0138-7113 numaralı 2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destek Programı kapsamında sağlanan destek ile gerçekleştirilmiştir. Desteklerinden ötürü TÜBİTAK’a teşekkür ederiz.

Kaynakça

- Alamineh, G. A., Hussein, J. W., Endaweke, Y., & Tadesse, B. (2023). The local communities' perceptions on the social impact of tourism and its implication for sustainable development in Amhara regional state. *Heliyon*, 9(6), e17088. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e17088>
- Almeida-García, F., Peláez-Fernández, M. Á., Balbuena-Vázquez, A., & Cortés-Macias, R. (2016). Residents' perceptions of tourism development in Benalmádena (Spain). *Tourism Management*, 54, 259-274. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.11.007>
- Brent W. Ritchie, M. I. (2006). Host Community Attitudes toward Tourism and Cultural Tourism Development: the Case of the Lewes District, Southern England. *International Journal of Tourism Research*.
- Cifci, I., Akova, O., Rasoolimanesh, S. M., & Ogretmenoglu, M. (2023). Residents' perception of tourism impacts and their support for tourism development: a study of a Bektashi faith destination in Türkiye. *Journal of Heritage Tourism*, 18(5), 691-709. <https://doi.org/10.1080/1743873x.2023.2212170>
- Dong-Wan Koa, W. P. S. (2002). A structural equation model of residents' attitudes for tourism development, *Tourism Management*.
- Forno, F., & Garibaldi, R. (2015). Sharing Economy in Travel and Tourism: The Case of Home-Swapping in Italy. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 16(2), 202-220. <https://doi.org/10.1080/1528008x.2015.1013409>
- Hien, D. T., Thuy, D. T., Phan, T. T., & Lien, N. T. (2024). Residents' Perception and Support for Tourism Development: An Early-Stage Perspective Applying Extended Social Exchange Theory. *Pakistan Journal of Life and Social Sciences (PJLSS)*, 22(2). <https://doi.org/10.57239/pjlss-2024-22.2.00323>
- Kim, G., Duffy, L. N., & Moore, D. (2020). Tourist attractiveness: measuring residents' perception of tourists. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(6), 898-916. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1708919>
- Latip, N. A., Rasoolimanesh, S. M., Jaafar, M., Marzuki, A., & Umar, M. U. (2018). Indigenous residents' perceptions towards tourism development: a case of Sabah, Malaysia. *Journal of Place Management and Development*, 11(4), 391-410. <https://doi.org/10.1108/jpmd-09-2017-0086>
- Mojtaba. Javdan, K. J. G., Mohammad Soleimani, Saeedeh Pavee. (2024). Community attitudes toward tourism and quality of life: a case study of Palangan village, Iran. *Discover Environment Research*.

- Obradović, S., Tešin, A., Božović, T., & Milošević, D. (2020). Residents' perceptions of and satisfaction with tourism development: A case study of the Uvac Special Nature Reserve, Serbia. *Tourism and Hospitality Research*, 21(1), 31-43. <https://doi.org/10.1177/1467358420946789>
- Orgaz-Agera, F., Castellanos-Verdugo, M., Guzmán, J. A. A. Cobea, M. ve Oviedo-García, M. C. M. D. (2020). The mediating effects of community support for sustainable tourism, community attachment, involvement, and environmental attitudes. *Journal of Hospitality & Tourism Research*.
- Ren, L., Li, J., Li, C., & Dang, P. (2021). Can ecotourism contribute to ecosystem? Evidence from local residents' ecological behaviors. *Sci Total Environ*, 757, 143814. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.143814>
- Shtudiner, Z. e., Klein, G., & Kantor, J. (2018). How religiosity affects the attitudes of communities towards tourism in a sacred city: The case of Jerusalem. *Tourism Management*, 69, 167-179. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.06.003>
- Uysal, M., Woo, E., & Singal, M. (2012). The Tourist Area Life Cycle (TALC) and Its Effect on the Quality-of-Life (QOL) of Destination Community. In *Handbook of Tourism and Quality-of-Life Research* (pp. 423-443). https://doi.org/10.1007/978-94-007-2288-0_25
- Vodeb, K., Fabjan, D., & Krstinić Nižić, M. (2021). Residents' Perceptions of Tourism Impacts and Support for Tourism Development. *Tourism and hospitality management*, 27(1), 143-166. <https://doi.org/10.20867/thm.27.1.10>
- Wang, R., Dai, M., Ou, Y., & Ma, X. (2021). Residents' happiness of life in rural tourism development. *Journal of Destination Marketing & Management*, 20. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100612>
- Yajun Jiang, Y. G. a. H. Z. (2023). Residents' Perception of Tourism Impact, Participation and Support in Destinations under the COVID-19 Pandemic: The Intermediary Role of Government Trust. *Journal Sustainability*
- Yavuz Demirci, Ö. D. Y. (2025). Residents' Perception of Tourism: Analysis of Studies between 2014-2024. *Journal of Yasar University*.
- Yunus Doğan, M. T. (2024). The Impact of Local Community Attitudes Towards Sustainable Tourism Development on Tourism Development Support in *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*.
- Zhang, Y., Xiao, X., Cao, R., Zheng, C., Guo, Y., Gong, W., & Wei, Z. (2020). How important is community participation to eco-environmental conservation in protected areas? From the perspective of predicting locals' pro-environmental behaviours. *Sci Total Environ*, 739, 139889. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.139889>

Diyarbakır Cezaevi’nin Hüzün Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi

Birgül EFE^{1*}, Emin RAMANLI² ve Volkan GENÇ³

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü/ Kültürel Miras Yönetimi ve Turizmi
Batman Üniversitesi, Türkiye

¹ORCID: 0009-0002-1388-5242

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü/ Kültürel Miras Yönetimi ve Turizmi
Batman Üniversitesi, Türkiye

²ORCID: 0009-0004-0072-0558

Turizm Fakültesi/Turizm Rehberliği Bölümü
Batman Üniversitesi, Türkiye
³volkangnc@yahoo.com

ORCID: 0000-0001-5887-0568

Özet

Toplumların kolektif hafızasında derin izler bırakan travmatik tarihsel olaylara ev sahipliği yapan mekânlara yönelik turistik ilgi, literatürde “hüzün turizmi” (dark tourism) kavramı çerçevesinde ele alınmaktadır (Alili, 2017). Savaş alanları, soykırım anıtları, eski hapishaneler ve insan hakları ihlallerinin yaşandığı mekânlar, bu turizm türünün temel destinasyonlarını oluşturmaktadır. Bu bağlamda anı müzeleri, yalnızca geçmişte yaşanan acıların sergilendiği mekânlar değil; aynı zamanda toplumsal yüzleşme, kolektif hafızanın korunması ve kültürel mirasın gelecek kuşaklara aktarılması açısından da önemli işlevler üstlenmektedir (Gümüş Akın & Gümüş, 2019; Çimen, 2020).

Bu çalışma, 12 Eylül 1980 askeri darbesi sonrasında sistematik insan hakları ihlalleriyle özdeşleşmiş olan Diyarbakır Cezaevi’nin anı müzesine dönüştürülme sürecini, hüzün turizmi ekseninde incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın temel problemi, Diyarbakır Cezaevi’nin hüzün turizmi bağlamında nasıl konumlandırılabilceği ve bu dönüşümün kentin kültürel mirasının korunması, turizm çeşitliliğinin artırılması ve sosyo-ekonomik yapıya olası etkilerinin neler olduğudur. Bu çerçevede çalışma, cezaevinin müzeye dönüştürülmesinin yalnızca fiziksel bir restorasyon süreci değil; aynı zamanda toplumsal hafızanın yeniden inşası, tarihsel adaletle yüzleşme ve etik müzecilik anlayışı açısından çok katmanlı bir dönüşüm süreci olduğunu savunmaktadır.

Araştırma, nitel araştırma yöntemlerinden örnek olay deseniyle yürütülmüştür. Veri toplama sürecinde Diyarbakır’da faaliyet gösteren seyahat acentesi sahipleri, otel yöneticileri, müze yöneticileri ve kültür alanında uzmanlaşmış toplam 14 paydaşla yarı yapılandırılmış görüşmeler

gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler 2024 yılı Mart ve Nisan aylarında yüz yüze yapılmış, ses kayıtları alınarak deşifre edilmiş ve veriler tematik analiz tekniğiyle değerlendirilmiştir (Şimşek, 2012). Elde edilen bulgular; kategori, tema, alt tema ve kodlar çerçevesinde sistematik biçimde sınıflandırılmıştır.

Araştırma bulguları, Diyarbakır Cezaevi'nin anı müzesine dönüştürülmesine yönelik toplumsal talebin yüksek olduğunu göstermektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğu, bu dönüşümün geçmişte yaşanan acıların unutulmaması, gerçeklerin olduğu gibi yansıtılması ve kolektif hafızanın korunması açısından önemli olduğunu vurgulamıştır. Özellikle cezaevinin orijinal yapısının ve yaşanmışlıklarının bozulmadan sergilenmesi, müzenin toplumsal meşruiyeti açısından kritik bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Bununla birlikte bazı katılımcılar, geçmiş travmaların yeniden canlandırılmasının psikolojik etkilerine dikkat çekerek müzenin sergileme dilinin etik bir hassasiyetle kurgulanması gerektiğini ifade etmişlerdir.

Turizm boyutunda elde edilen bulgular, anı müzesinin Diyarbakır'ın kültürel miras envanterini genişleteceğini ve kentin turizm çeşitliliğine katkı sağlayacağını ortaya koymaktadır. Ulucanlar ve Sinop Cezaevi örneklerinde olduğu gibi, Diyarbakır Cezaevi'nin de hüznün turizmi kapsamında önemli bir çekim merkezi olabileceği değerlendirilmektedir (Aylan & Kaya, 2020; Ergun & Oktay, 2022). Bununla birlikte müzenin sürdürülebilirliği için ziyaretçi yönetimi, rehberlik hizmetlerinin niteliği, ücret politikaları ve insan odaklı müzecilik anlayışının benimsenmesi gerektiği vurgulanmıştır.

Sürdürülebilirlik bağlamında öne çıkan bir diğer bulgu, yazılı ve görsel medya ile dijital teknolojilerin rolüdür. Katılımcılar, belgesel, film ve dizi yapımlarının yanı sıra artırılmış ve sanal gerçeklik uygulamalarının müze deneyimini güçlendireceğini ve ziyaretçi ilgisini artıracığını ifade etmişlerdir. Ayrıca müzenin tur firmalarının kültür rotalarına dâhil edilmesi, eğitim kurumlarıyla iş birliği yapılması ve altyapı-ulaşım düzenlemelerinin tamamlanması, uzun vadeli sürdürülebilirlik açısından kritik görülmektedir.

Sonuç olarak bu çalışma, Diyarbakır Cezaevi'nin anı müzesine dönüşümünün, hüznün turizmi bağlamında çok boyutlu bir kültürel miras yönetimi pratiği sunduğunu ortaya koymaktadır. Cezaevinin anı müzesine dönüştürülmesi; toplumsal hafızanın korunması, kültürel mirasın sürdürülebilirliği ve bölgesel turizm gelişimi açısından önemli fırsatlar barındırmakla birlikte, acının ticarileştirilmesi riski gibi etik tartışmaları da beraberinde getirmektedir. Çalışma, karar vericilere yönelik olarak katılımcı, etik ve sürdürülebilir bir müzecilik anlayışının benimsenmesine ilişkin politika önerileri sunmakta ve Türkiye'de hüznün turizmi literatürüne Diyarbakır özelinde özgün bir katkı sağlamaktadır.

Anahtar Sözcükler: Hüznün turizmi, Anı Müzesi, Diyarbakır Cezaevi Müzesi, Kültürel miras

Kaynakça

- Alili, M. (2017). Avrupa'daki ve Türkiye'deki Hüznün Turizmi Destinasyonlarının Karşılaştırması Üzerine Teorik Bir Çalışma, *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt:1 Sayı: 1.
- Aylan, S. ve Kaya, İ. (2020). Bir Hüznün Turizmi Destinasyonu Olarak Ulucanlar Cezaevi Müzesi Ziyaretçilerinin Elektronik Yorumlarının İçerik Analizi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt: 4 Sayı: 1 Sayfa Aralığı: 488 – 504

Çimen, H. (2020). Hüzün Turizminin Tercih Edilmesinde Temel Motivasyonların Kavramsal İncelenmesi, Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi, Volume: 47.

Ergun, C. ve Oktay, K. (2022), Türkiye’De Mevcut ve Potansiyel Hüzün Turizmi Alanları Üzerine Bir İnceleme, *DergiPark (Istanbul University). Akşehir Meslek Yüksekokulu Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı 14*.

Gümüş Akın, G. ve Gümüş F. (2019). Türkan Saylan Lepra Anı Evi Projesi, Unimuseum, 2 (1), 21-27.

Şimşek, A. (2012). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları.

Tarihin Kadim Ev Sahipleri: Diyarbakır Mağaralarına Dair Turist Deneyimleri

İsmail UZUT^{1*}

Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu/Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı
İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Türkiye
¹ ismail.uzut@iuc.edu.tr

ORCID: 0000-0001-6227-7249

Özet

Disiplinlerarası bir araştırma alanı olan turizm, birçok farklı bilim alanı ile ilişkilidir. Söz konusu alanlardan biri de coğrafyadır. Coğrafya ve turizm arasındaki ilişki incelendiğinde; ziyaretçilerin dağ, göl, deniz, vb. birçok coğrafi özellik alan ya da yapıyı görmek veya bu alanlarda deneyim yaşamak amacıyla seyahat ettikleri söylenebilir. Büyük Kanyon, Dak Nong, Peri Bacaları, Pamukkale Travertenleri, Kula Jeoparkı gibi alanlar buna örnek olarak verilebilir. Söz konusu alanlarla birlikte doğal ya da insan yapımı mağaraların da bu kapsamda ele alındığı söylenebilir. Türk Dil Kurumuna göre mağara “yer altında erime veya çökme sonucu oluşan boşlukların genel adı” veya “bir yamaca veya kaya içine doğru uzanan, barınak olarak kullanılabilen yer kovuğu” (TDK, n. d.) şeklinde tanımlanmaktadır. Dolayısıyla mağaralar yer altında ya da yer üstünde bulunabilir. Bu bağlamda Mağara açısından oldukça zengin olan Türkiye’de yaklaşık 20.000’in üzerinde mağara bulunduğu belirtilmekle birlikte bunların 1500’ü Maden Tetkik Arama (MTA) ile mağaracılıkla ilgili diğer dernek, kulüp, topluluk ve kuruluşlarca incelendiği ifade edilmektedir (YİGM, n. d.). Dolayısıyla gelecekte yapılacak araştırmalarla birlikte mağara turizmi açısından Türkiye’nin yüksek bir potansiyelinin olduğu söylenebilir.

Mağara turizmi ile ilgili olarak yapılan çalışmalar incelendiğinde ise konunun farklı araştırmacılar tarafından kültür turizmi, sağlık turizmi (Yozcu, 2020: 1495-1498), jeoturizm (Garofano & Govoni, 2012; Yozcu, 2020), ekoturizm (Külekçi & Sezen, 2018; Akdağ, 2013), inanç turizmi (İlgar, 2021; Elveren, 2022), doğa temelli turizm (Bachmann-Vargas, Van Koppen & Lamers, 2022) gibi turizm türlerinin kapsamında ele alındığı görülmektedir. Konu kapsamında yapılan araştırmalar incelendiğinde ise tanım ya da mağara potansiyeli (Rindam, 2014; Yozcu, 2020; Chiarini, Duckeck & De Waele, 2022), yönetim (Russell & MacLean, 2008; Lobo, 2015) ve talebin motivasyon (Shavanddasht, Karubi & Sadry, 2017) ya da deneyimi (Musa, Najmin, Thirumoorthi & Taha, 2017) boyutları açısından ele alındığı görülmektedir. Bu çalışmanın amacı ise, Diyarbakır’da bulunan mağaraları ziyaret eden turistlerin deneyimlerini anlamak ve olumlu ya da olumsuz boyutları açıklamaktır.

Çalışmanın amacı doğrultusunda, Diyarbakır’da bulunan mağaralar incelenmiş olup kentte doğal ya da insan yapımı 3579 mağara (Yıldız, 2010: 25) bulunduğu bilinmektedir. Söz konusu mağara potansiyeliyle birlikte ziyaretçi deneyimlerinin paylaşılması açısından en çok tercih edilen alanlar olan Tripadvisor.com ve Google yorumları incelenmiş, ancak Diyarbakır’da bulunan mağaralara ilişkin TripAdvisor üzerinde herhangi bir yorum tespit edilememiştir. Dolayısıyla, yalnızca Google yorumları üzerinden yapılan taramada Diyarbakır’da bulunan Hilar, Hasuni, Birkleyn ve Ashab-e Kehf mağaralarına 20 ve üzerinde yorum yapıldığı görülmüş ve anlamlı sonuçlara ulaşabilmek için bu mağaralara ilişkin yorumlar toplanmıştır. Bu nedenle söz konusu mağaralara ait 640 yoruma ulaşılmış ancak 234 kullanıcının sadece puan verdiği ya da anlamlı sonuçlara ulaşılmasına katkı sağlamayacak “emoji” adı verilen görseller kullandığı için araştırmaya dahil edilmemiştir. Dolayısıyla araştırma, incelenebilir 406 yorum üzerinden gerçekleştirilmiştir. MAXQDA 2020 nitel araştırma paket programı aracılığıyla yapılan analiz sonuçlarına göre “Tarihsel, Dini ve Arkeolojik Önem”, “Hayranlık”, “Manzara”, “Altyapı Eksikliği ve Erişilebilirlik Sorunları”, “Çevresel Sorunlar” ve “Yönetmelik Sorunları” olmak üzere altı temanın ortaya çıktığı tespit edilmiştir. Söz konusu temaların ise literatürde Roberts (2015), Gordon & Baker (2016), Musa, Najmin, Thirumoorthi & Taha (2017), Chylińska (2019), Bagader (2020), Aly vd. (2021), Antić & Mayor (2023), Haturnaz (2023), araştırmacılar tarafından daha önce gerçekleştirilen çalışmaların sonuçlarıyla benzerlik gösterdiği söylenebilir.

Anahtar Sözcükler: Mağara turizmi, Turist deneyimi, Diyarbakır, Nitel araştırma, Google yorumlar.

Kaynakça

- Akdağ, G. (2013, 19 Nisan). Bir ekoturizm aktivitesi olarak mağara turizmi: Mersin mağaraları envanter çalışması. 2. *Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu* (pp. 180-192), Türkiye.
- Aly, M. N., Hamid, N., Suharno, N. E., Kholis, N., & Aroyandini, E. N. (2021). Community involvement and sustainable cave tourism development in Tulungagung region. *Journal of Environmental Management & Tourism*, 12(2), 588–597.
- Antić, A., & Mayor, A. (2023). Geomythology, caves, and tourism: History and future perspectives. *International Journal of Tourism Anthropology*, 9(2), 99–112.
- Bachmann-Vargas, P., Van Koppen, C. S. A., & Lamers, M. (2022). A social practice approach to nature-based tours: The case of the Marble Caves in Northern Patagonia, Chile. *Journal of Ecotourism*, 21(1), 1–17.
- Bagader, M. (2020). Tourism-based approach to conserving the built heritage sites in the holy city of Makkah, Saudi Arabia. J. C. Long & S. D. Amarillo (Eds.), In: *Islamic heritage architecture and art III* (139-151). WIT Transactions on The Built Environment.
- Chiarini, V., Duckeck, J., & De Waele, J. (2022). A global perspective on sustainable show cave tourism. *Geoheritage*, 14(3), 82.
- Chylińska, D. (2019). The role of the picturesque in geotourism and iconic geotourist landscapes. *Geoheritage*, 11(2), 531–543.

- Elveren, D. (2022). Sociological analysis of transformation of sacred spaces: A case study on Mersin/Ashab-I Kehf Cave [Yüksek lisans tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi].
- Garofano, M., & Govoni, D. (2012). Underground geotourism: A historic and economic overview of show caves and show mines in Italy. *Geoheritage*, 4(1), 79–92.
- Gordon, J. E., & Baker, M. (2016). Appreciating geology and the physical landscape in Scotland: From tourism of awe to experiential re-engagement. T. A. Hose (Ed.), In: *Appreciating physical landscapes: Three hundred years of geotourism* (25-40). Geological Society.
- Hatırnaz, B. (2023). Akçakoca için alternatif bir rota olarak Fakıllı Mağarası: Ziyaretçiler gözünden bir değerlendirme. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 10(3), 46–66.
- İlgar, R. (2021). Ashab-ı Kehf'in inanç turizmi açısından değerlendirilmesi ve Afşin'in tanıtımında kullanılabilirliği. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum*, 10(28), 247–259.
- Külekçi, E. A., & Sezen, İ. (2018). Bir ekoturizm aktivitesi olarak mağara turizmi: Erzurum ili Elmalı Mağarası örneği. *Journal of Architectural Sciences and Applications*, 3(1), 66–75.
- Lobo, H. A. S. (2015). Tourist carrying capacity of Santana Cave (PETAR-SP, Brazil): A new method based on a critical atmospheric parameter. *Tourism Management Perspectives*, 16, 67–75.
- Musa, G., Najmin, S., Thirumoorthi, T., & Taha, A. Z. (2017). Examining visitors' experience with Batu Cave using the four realm experiential theory. *International Journal of Tourism Cities*, 3(2), 105–120.
- Rindam, M. (2014- 9-11 Aralık). Cave tourism: The potential of Asar Cave as a natural tourism asset at Lenggong Valley, Perak. *4th International Conference on Tourism Research* (pp. 1-9), Malezya.
- Roberts, N. (2015). The cultural and natural heritage of caves in the Lao PDR: Prospects and challenges related to their use, management and conservation. *Journal of Lao Studies*, 5(1), 113–139.
- Russell, M. J., & MacLean, V. L. (2008). Management issues in a Tasmanian tourist cave: Potential microclimatic impacts of cave modifications. *Journal of Environmental Management*, 87(3), 474–483.
- Shavanddasht, M., Karubi, M., & Sadry, B. N. (2017). An examination of the relationship between cave tourists' motivations and satisfaction: The case of Alisadr Cave, Iran. *GeoJournal of Tourism & Geosites*, 20(2), 165-176.
- TDK. (n. d.). Mağara. Türk Dil Kurumu sözlüğü. Erişim tarihi: 05.10.2025, <https://sozluk.gov.tr/>
- Yıldız, M. C. (2009, 25-27 Mayıs). Eğil-Ergani halkının dilinde medfun peygamberler. *Diyarbakır Nebiler, Sahabiler, Azizler ve Krallar Kenti Sempozyumu* (pp. 25-43), Türkiye.
- YİGM. (n. d.). Mağara turizmi. Yatırım İşleri Genel Müdürlüğü. Erişim tarihi: 05.10.2025, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-10335/magara-turizmi.html>
- Yozcu, S. (2020). Türkiye mağara turizmine yönelik bir değerlendirme. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1493–1508.

Turizmde Otantiklik İllüzyonu: Post-Modernizm, Simülakr ve Tüketilen Sahicilik

*Ayşe KÖSE ŞİRİN¹**

Sosyoloji

19 Mayıs Üniversitesi, Türkiye

¹ ysekose@gmail.com

ORCID: [0000-0002-5602-5819](https://orcid.org/0000-0002-5602-5819)

Özet

Modern bireyin anlam arayışı, toplumsal yabancılaşmaya karşı geliştirdiği kaçış stratejileri arasında en görünür olanlarından biri olarak turizm deneyimlerinde somutlaşmaktadır. Turizm, yalnızca ekonomik bir sektör değil, aynı zamanda kültürel temsillerin, kimlik müzakerelerinin ve “gerçeklik” algısının şekillendiği sembolik bir alandır. Turistin beklentisini belirleyen temel motivasyonlardan biri olarak görülen otantiklik (authenticity) kavramı, uzun yıllar boyunca turizm literatürünün kurucu mitlerinden biri olarak ele alınmış; sahici, dokunulmamış ve metalaşmamış kültürel karşılaşmaların mümkün olduğu varsayılmıştır (MacCannell, 1976). Ancak, küreselleşme, dijitalleşme ve kültürel performans ekonomisinin yükselişi, bu kavramsal zemini radikal biçimde dönüştürmüş ve otantiklik artık “bulunacak” bir gerçeklik değil, üretilen ve sahnelenen bir gösteri olarak konumlanmıştır.

Dean MacCannell (1976), modern turistin yabancılaşmaya karşı otantik deneyim aradığını, ancak turizm endüstrisinin bu talebi öngörerek “sahnelenmiş otantiklik (staged authenticity)” mekanizmaları geliştirdiğini ileri sürmüştür. Bu çerçevede turistik mekânlar, ön bölge (front region) ve arka bölge (back region) olarak ikiye ayrılır. Turist, arka bölgeye girerek gerçek olanla karşılaşmak ister; fakat endüstri, arka bölgeyi de ticarileştirerek turistin arayışını kontrollü bir deneyime dönüştürür. MacCannell’e göre bu durum, modernliğin yarattığı anlam boşluğunun turistik ritüellerle telafi edilmeye çalışılmasının bir göstergesidir. Ancak bu yapısalcı analiz, arka bölgenin gerçekten var olabileceği varsayımını sürdürdüğü için günümüz turizm pratiklerini açıklamakta kısmi kalmaktadır.

Post-modern teori, bu yapısalcı umudu radikal biçimde reddeder. Jean Baudrillard (2016), artık gerçekliğe referans veren bir sahicilikten değil, referansı kopmuş göstergelerden oluşan simülakr düzeninden söz eder. Bu bağlamda turistik deneyim, yerel kültürle bir karşılaşma olmaktan çıkar; hiper-gerçeklik (hyperreality) olarak adlandırılan, gerçeğin kendisinden daha “gerçek” görünen bir temsil ekonomisine dönüşür. Restore edilmiş eski kent dokuları, fotoğraf çekmeye uygun şekilde düzenlenmiş “otantik köyler”, geleneksel kıyafetlerin yalnızca turistik saatlerde giyilmesi—tüm bu pratikler, kültürü yaşayan bir süreç olmaktan çıkarıp performansa indirgenmiş bir gösteriye dönüştürür. Salazar (2012), yerel kültürün turistik bakışa göre biçimlendiğini ve bu bakışın aynı zamanda ekonomik bir disiplin mekanizması işlevi gördüğünü belirtir.

Bu yeni rejimde otantiklik bir deneyim değil, bir imajdır. John Urry (2002), turistik eylemi “bakış” üzerinden analiz ederek, turistin neyi otantik olarak algılayacağını medya, sosyal sınıf ve tüketim kodları tarafından önceden belirlendiğini gösterir. Bu nedenle otantiklik, artık yerel halkla kurulan organik ilişkide değil, “fotoğraflanabilirlik”, “paylaşılabilirlik” ve “hikâyeleştirilebilirlik”

düzeyinde ölçülmektedir. Sosyal medya çağında, “otantik bir deneyim yaşamak” yerine “otantik görünümlü bir deneyim göstermek” turistik eylemin merkezine yerleşmiştir.

Literatürde Cohen (1988) ve Wang (1999) tarafından önerilen sınıflandırmalar, otantikliği yalnızca nesnel bir nitelik olarak değil, deneyimsel (existential) ve sembolik bir süreç olarak kavramsallaştırmıştır. Wang, varoluşsal otantikliği, nesnenin gerçekliğinden bağımsız olarak, turistin içsel bütünlük ve anlam arayışına bağlar. Bu yaklaşım, otantikliğin dışsal kanıtlarla değil, içsel dönüşümle ilgili olduğunu ileri sürerek tartışmayı özne merkezli bir boyuta taşır. Ancak güncel turizm pratiklerinde bu dönüşüm arayışı dahi endüstri tarafından önceden paketlenmiş formlar içinde sunulmakta, “kişisel keşif” retoriği bile deneyim ekonomisinin bir parçasına dönüşmektedir. Bu noktada turizm yalnızca bir ekonomik faaliyet olarak değil, kültürel performans üretim mekânı olarak ele alınmalıdır. Yerel halkın kendi kültürel pratiklerini turistik taleplere göre yeniden düzenlemesi, otantikliğin yaşayan kültür olmaktan çıkıp rol yapmaya dönüşmesine neden olur (Bruner, 2001). Bu süreçte kültür, tüketici beklentilerini tatmin eden sembolik sermayeye indirgenir. Turist, “gerçeği” değil, kendi arzusuna uygun olarak düzenlenmiş bir temsili gerçeklik ile karşılaşır.

Bu çalışma, otantikliğin artık kavramsal olarak savunulabilir bir kategori olmadığını, aksine turizm endüstrisinin meşruiyet üretiminde kullandığı ideolojik bir mit haline geldiğini savunur. Otantikliğin çöküşü, aynı zamanda turizmin kültürel eşitsizlik, temsili şiddet ve sembolik sömürü gibi sosyolojik boyutlarını görünür kılar. Said’in (2004), Oryantalizm eleştirisi, turistin bakışında somutlaşan “öteki kültür” tasavvurunun da bir güç teknolojisi olarak işlediğini gösterir. Turistik otantiklik talebi, yerel özneyi kendi kültürünü “ oynamaya” zorlayan asimetrik bir ilişki üretir. Bu nedenle kültürel performans, yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda iktidar ilişkilerine içkin bir süreç olarak değerlendirilmelidir.

Sonuç olarak turizm sosyolojisinin, "otantiklik nerede bulunur?" sorusundan uzaklaşıp "otantiklik nasıl ve kimin çıkarına göre üretilmektedir?" sorusuna yönelmesi gerekmektedir. Bu kayma, otantikliğin idealize edilmiş romantik anlamından koparak, kültürel üretimin politik ekonomisiyle ilişkilendirilmesini zorunlu kılar. Turizm artık sahici olanın peşinden koşulan bir alan değil; gerçeğin yeniden mizansenlendiği kültürel bir sahnedir. Bu nedenle otantiklik, turizm çalışmalarında artık bir hedef değil, çözülmesi gereken sosyolojik bir problem olarak yeniden konumlandırılmalıdır.

Kuramsal incelemeye dayanan bu çalışmanın temel argümanı, turistlerin aradığı otantik deneyimin, endüstri tarafından ustalıkla yönetilen sahicilik illüzyonuna dönüştüğüdür. Analiz, otantikliğin metalaşmasının, yerel kültürleri dondurma ve küresel güç ilişkilerini yeniden üretme gibi sosyo-kültürel sonuçlar doğurduğunu göstermektedir.

Anahtar Sözcükler: Turizm sosyolojisi, Otantiklik, Simülakr, Ticarileşme, Post-Modernizm, söylem analizi

Kaynakça

- Baudrillard, J. (2009). Gösterge Ekonomi Politigi Hakkında bir Eleştiri. (Çev. O. Adanır, A. Bilgin). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Baudrillard, J. (2016). Simülakrlar ve Simülasyon. (Çev. O. Adanır). Ankara: Doğubatı Yayınları.

- Bruner, E. M. (2001). The Maasai and the Lion King: Authenticity, Nationalism, and Globalization in African Tourism. *American Ethnologist*, 28(4), 881–908.
- Cohen, E. (1988). Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research*, 15(3), 371–386.
- MacCannell, D. (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. Schocken Books.
- Said, E. (2004), *Oryantalizm, Batı'nın Şark Anlayışları*, IV. Baskı, (Çev. Berna Ünler), Metis Yayınları, İstanbul.
- Salazar, N. (2012). Tourism imaginaries: A conceptual approach. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 863–882.
- Urry, J. (2002). *The Tourist Gaze* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349–370.

Türkiye'ye Yönelik Turizm Talebinin Belirleyicileri: Genişletilmiş Çekim Modelinden Bulgular

*Emrah Eray AKÇA¹**

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü

Bartın Üniversitesi, Türkiye

¹emrahakca@bartin.edu.tr

ORCID: 0000-0003-4190-5503

Özet

Uluslararası turizm dünya ekonomisinin en hızlı büyüyen sektörlerinden biri olurken, bir turizm cazibe merkezi olarak Türkiye önemli miktarda turizm geliri elde etmektedir. Bu bakımdan tarihsel perspektifte kronik bir dış açık problemiyle karşı karşıya kalan Türkiye ekonomisi, cari işlemler hesabının hizmetler ticareti kapsamında değerlendirilen turizm gelirleri sayesinde dış açık probleminde bir miktar iyileşme sağlayabilmektedir. Bu bağlamda ekonomik gelişme stratejilerinin de önemli bileşenlerinden birini oluşturan turizm sektörünün geliştirilmesine yönelik politikalar önem taşımaktadır. Politika belirleme sürecindeki en önemli noktalardan biri ise turist akımlarına yol açan faktörlerin neler olduğu; bir diğer ifadeyle potansiyel turistlerin ülke seçiminde hangi unsurları dikkate aldığı sorusudur. Bu soru özellikle turizm ekonomisi literatüründe bilimsel araştırmacılar tarafından ele alınmış ve ilgili çalışmalarda turist akımlarının belirleyicilerine yönelik çeşitli tespitlerde bulunulmuştur.

Turist akımlarını etkileyen faktörlerin ekonomik ve ekonomik olmayan faktörler olarak başlıca iki grup altında kategorize edildikleri görülmektedir (Eryiğit vd., 2010). Ekonomik faktörler olarak; kişi başına milli gelir düzeyi, ülkeler arasındaki nispi fiyat farklılıkları, ulaştırma maliyetleri, ticaret ilişkileri, reklamcılık ve pazarlama harcamaları gibi unsurlar yer almaktadır. Ekonomik olmayan faktörler ise ülkeler arasındaki coğrafi uzaklık, ortak dil konuşulması, aynı dine mensup olmak, aynı para biriminin kullanılması ve iklimsel özellikler gibi unsurlar yer almaktadır. Ekonomik ve ekonomik olmayan faktörler çeşitli teorik ve ampirik bilimsel çalışmalara konu olmuşlardır. Bu çalışmalardan birinde 2006 yılına ait yatay kesiti verileri analiz ederek Türkiye'ye yönelik turizm talebinin belirleyicilerini Çekim modeli çerçevesinde sorgulayan Karagöz (2008), turist gönderen ülkenin ekonomik büyüklüğü, Türkiye ile tarihi, kültürel veya ırki bağları bulunması ve ortak bir sınırı paylaşmasının gelen turist sayısını artırıcı etkide bulunduğu; buna karşın iki taraf arasında artan coğrafi mesafenin ve aynı dine mensup olmanın turist akımlarını azaltıcı role sahip olduğu bulgularına ulaşmıştır. Turist gönderen ülkenin nüfus büyüklüğünün ve bir Avrupa ülkesi olma özelliğinin ise turist akımları üzerinde istatistiki olarak anlamlı bir etkisi bulunmamıştır. 1995-2005 dönemi kapsamında Türkiye'ye en çok turist gönderen ilk on bir ülke örneğini ele alarak gelen turist sayısını etkileyen faktörleri Çekim modeli aracılığıyla analiz eden Eryiğit vd. (2010), kişi başına milli gelir, turizm iklim endeksi, turist gönderen ülkenin nüfus büyüklüğü, fiyat endeksi, mesafe, deprem, 11 Eylül Saldırıları ve komşu ülke olma özelliği gibi faktörlerin turist akımlarının başlıca belirleyici faktörler olduklarını ortaya koymuşlardır.

1990-2008 ve 1990-2010 dönemleri için 24 OECD ülkesinden Türkiye'ye yönelik turizm talebinin belirleyicilerini panel veri analizi çerçevesinde sorgulayan Kaya ve Canlı (2013), OECD ülkelerinin gelir düzeyleri ile turizm talebi arasında pozitif yönlü ve nispi fiyatlar ile turizm talebi arasında negatif yönlü ilişkiler tespit etmişlerdir. Çalışmada ayrıca Portekiz'in Türk turizmi için önemli bir ikame destinasyon olduğu çıkarımında bulunulmuştur. 2008, 2009 ve 2010 yıllarına ait yatay kesit verileri kullanarak Türkiye'nin turizm talebini etkileyen faktörleri Çekim modeli çerçevesinde analiz eden Yavuz vd. (2014), turist gönderen ülkelerin gelir düzeylerindeki iyileşmelerin ve Türkiye ile kültürel bir bağa sahip olmalarının turist akımlarını pozitif yönde etkilediği, buna karşın iki taraf arasındaki coğrafi uzaklığın turist akımlarına karşı direnç oluşturduğu bulgularına ulaşmışlardır. Türkiye'ye en çok turist gönderen ilk 5 ülkenin 1996-2013 dönemi çeyrek yıllık panel verilerini analiz eden Aydın vd. (2015), turizm dinamiklerinin sadece ekonomik boyutuna odaklanmışlardır. Çalışmadan elde edilen bulgular, döviz kurları ile turizm talebi arasında pozitif yönlü ilişkiye işaret ederken, turizm fiyatları ve seyahat maliyetleri beklenildiği üzere turizm talebini negatif yönde etkilemektedir. Turist gönderen ülkenin ekonomik büyüklüğü ile turizm talebi arasında tespit edilen negatif ve anlamlı ilişki ise oldukça çarpıcı ve detaylıca ele alınması gereken bir bulgu olarak ortaya çıkmaktadır.

Bu çalışmada Türkiye'ye yönelik turizm talebinin belirleyicileri 2012-2024 dönemi kapsamında Genişletilmiş Çekim Modeli çerçevesinde analiz edilmektedir. İkili turizm akımları bağlamında turist gönderen ülkeler olarak Türkiye'ye ortalama en çok turistin geldiği ilk 26 ülke dikkate alınmıştır. Uluslararası turist sayıları TÜİK (2025)'in veri tabanından elde edilmiştir. Uluslararası turist rakamlarının hesaplanmasında turistlerin ait oldukları milliyetleri değil ikamet ettikleri ülkeler baz alınmıştır. Bu ülkeler; ABD, Almanya, Avusturya, Azerbaycan, Belçika, Birleşik Krallık, Bulgaristan, Çin, Danimarka, Fransa, Gürcistan, Hollanda, Irak, İran, İspanya, İsrail, İsveç, İsviçre, İtalya, Japonya, Kanada, Rusya, Suriye, Tunus, Ukrayna ve Yunanistan şeklinde sıralanmaktadır. 2024 yılı itibarıyla bu ülkelere gelen toplam turist sayısı Türkiye'ye gelen toplam turistlerin yaklaşık olarak %75'ini oluşturmaktadır. Türkiye'nin 2024 yılı itibarıyla yaklaşık 62 milyon olan uluslararası turist sayısının yaklaşık 47 milyonunu söz konusu bu 26 ülkeden gelen turistler oluşturmaktadır. Bu bakımdan çalışmada ele alınan örneklemin Türkiye'nin turizm dinamiklerini güçlü bir temsiliyete sahip olduğu ifade edilebilir.

Çalışmanın metodolojisi Çekim modeli çerçevesinde şekillenmektedir. Uluslararası ticaret ve göç akımları gibi ikili akımların tahmininde oldukça yaygın bir kullanıma sahip olan Çekim modeli turist akımlarının dinamiklerinin tespitinde de kullanılabilir. Uluslararası iktisada Çekim kanununu uyarlayan en ünlü çalışma, ticaret akımlarına yönelik ilk ampirik uygulama olan Tinbergen (1962)'in çalışması olmuştur. Temel Çekim modeline göre iki ülke arasındaki ticaret hacmi, bu ülkelerin ekonomik büyüklükleriyle doğru orantılı ve aralarındaki mesafe ile ters orantılı bir şekilde değişmektedir. Bu bakımdan Çekim modelinin turist akımları üzerine uygulanması ticaret akımlarınıninkine oldukça benzerdir. Sadece ev sahibi ülkenin ekonomik büyüklüğü uluslararası mal ticareti açısından önem taşıırken, turist akımları açısından bu denli bir önem taşıması beklenmemektedir. Çalışmanın ekonometrik model kurgusu bir yandan Türkiye'ye ve turist gönderen ülkelere özgü dinamikleri yakalamaya çalışırken, aynı zamanda turist akımlarının ülke çiftlerine özgü dinamiklerini de dikkate almaktadır. Ekonometrik modelin tahmininde Gourieroux vd. (1984) tarafından ortaya atılan ve Santos Silva ve Tenreiro (2006)'nın güçlü teorik ispatlar ortaya koyması sonrası popülerlik kazanan Poisson Pseudo En Çok Olabilirlik (PPML) yöntemi kullanılmıştır.

Çalışmadan elde edilen bulgular teorik beklentilerle büyük ölçüde örtüşmektedir. Buna göre Türkiye'nin turizm talebinde en belirleyici faktör, turist gönderen ülkelerin kişi başına milli gelir düzeyleridir. Bu ülkelerdeki kişi başına milli gelir artışları, Türkiye'ye gelen turist sayısında artışa neden olmaktadır. Bunun yanı sıra nispi fiyat değişimlerini yansıtan reel efektif döviz kurundaki artışlar da ülkeye gelen turist sayısında artışa neden olmaktadır. Bir diğer ifadeyle yurtiçi fiyatların yurtdışı fiyatlara nispeten daha ucuz bir hale gelmesi yabancı turistler açısından teşvik edici bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır. Ayrıca turist gönderen ülkelerin denize kıyısının olmaması da Türkiye'ye yönelik turist akımlarını artırıcı bir unsur olarak tespit edilmiştir. Seyahat maliyetlerini temsilen modelde yer alan coğrafi uzaklık değişkeni ve ülkeye gelen turist sayısı arasında tespit edilen istatistiki olarak anlamlı ve negatif yönlü ilişki ise turizm maliyetlerinin turistler açısından önemini doğrular niteliktedir. Turist gönderen ülke ile Türkiye arasındaki kültürel ve politik benzerlikleri temsilen modele dahil edilen kukla değişkenin Türkiye'ye gelen turist sayısı üzerindeki istatistiki olarak anlamlı ve negatif yönlü etkisi ise turist akımları açısından iki taraf arasındaki kültürel ve politik bağların önem taşımadığını, hatta caydırıcı bir unsur olduğunu göstermektedir. Son olarak turist gönderen ülkenin Türkiye'nin komşu ülkesi olmasının turizm dinamikleri açısından istatistiki olarak anlamlı bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Çalışmanın genel bulguları, Türkiye'nin turizm dinamikleri açısından önemli çıkarımları mümkün kılarken, aynı zamanda politika yapıcılar ve sektör temsilcilerinin turizm sektörünün gelişimine yönelik strateji geliştirmelerinde yol gösterici olabilmektedir.

Anahtar Sözcükler: Turizm talebi, Genişletilmiş çekim modeli, PPML, Türkiye.

Kaynakça

- Aydın, A., Darıcı, B., & Taşçı, H. (2015). Uluslararası turizm talebini etkileyen ekonomik faktörler: Türkiye üzerine bir uygulama. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, (45), 143-177.
- Eryiğit, M., Kotil, E., & Eryiğit, R. (2010). Factors affecting international tourism flows to Turkey: A gravity model approach. Tourism Economics, 16(3), 585-595.
- Gourieroux, C., Monfort, A., & Trognon, A. (1984). Pseudo maximum likelihood methods: Applications to Poisson models. Econometrica, 52(3), 701-720.
- Karagöz, K. (2008). Türkiye'nin turizm potansiyeli: Çekim modeli yaklaşımı. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 19(2), 149-156.
- Santos Silva, J., & Tenreiro, S. (2006). The log of gravity. The Review of Economics and Statistics, 88(4), 641-658.
- Kaya, A. A., & Canlı, B. (2013). Türkiye'ye yönelik uluslararası turizm talebinin belirleyenleri: Panel veri yaklaşımı. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 13(2), 43-54.
- Tinbergen, J. (1962). Shaping the world economy: Suggestions for an international economic policy. New York: The Twentieth Century Fund.
- TÜİK (2025). <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Turizm-Istatistikleri-I.-Ceyrek:-Ocak-Mart,-2024-53657>
- Yavuz, S., Kabadayı, B., Savaş, N., & Doker, A. C. (2014). Türkiye Turizm Talebi: Bir Çekim Modeli Uygulaması. Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 133-141.

Turistik Destinasyonlarda Sosyal Taşıma Kapasitesinin Değerlendirilmesi: Hasankeyf Örneği

Şehadet BIÇAKÇI^{1*}, Feridun DUMAN²

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü/Turizm İşletmeciliği Bölümü
Batman Üniversitesi, Türkiye
¹bicakcisehadet@gmail.com

ORCID: 0009-0007-0359-7075

Turizm Fakültesi/Turizm Rehberliği Bölümü
Batman Üniversitesi, Türkiye
²feridun.duman@batman.edu.tr

ORCID: 0000-0002-0524-638X

Özet

Turistik destinasyonlarda taşıma kapasitesi genellikle ziyaret edilecek bölgedeki turist sayısına dayanmaktadır. Taşıma kapasitesi, bir turistik merkezin veya destinasyonun aynı anda kaç turistin ziyaret edilebileceğini belirlemektedir. Dolayısıyla taşıma kapasitesi turistik merkezde veya destinasyonda bulunan otellerin, restoranların, ulaşım araçlarının ve diğer tesislerin turistlerin ihtiyaçlarını karşılaması için gerekli olan altyapı ve kaynaklara sahip olma kapasitesidir. Turistik destinasyonlardaki taşıma kapasitesi, birkaç faktöre bağlamak mümkündür (Erdemir, 2018). Destinasyonun büyüklüğü, halkın veya turistlerin çevre üzerindeki etkisi, turistik merkezin çektiği turist sayısı, mevcut ulaşım olanakları, konaklama tesislerinin kapasitesi, kalitesi ve sayısı gibi faktörler bulunmaktadır. Taşıma kapasitesi turistik destinasyon için sorun olabilmektedir. Çünkü bazı destinasyonlar popüler turistik noktalar haline geldikten sonra yoğunluk artabilir ve taşıma kapasitesini aşabilirler. Bu durumda, altyapının, ulaşım sistemlerinin veya turistik tesislerin artırılması veya yönetimiyle ilgili sorunlar ortaya çıkabilmektedir. Bu nedenle, turistik destinasyonlar, sürdürülebilir turizm ilkelerine uygun olarak taşıma kapasitelerini etkin bir şekilde yönetmelidir (Bozkurt, 2022).

Sosyal taşıma kapasitesi, turistlerin gidilen bölgede bulunan halkın, ziyaretçilerin davranışları ve huzur içinde gösterileceği hoşgörü için oluşan kalabalıkların diğer ziyaretçiler tarafından kabul edilmesi durumu olarak tanımlanabilir (Kaya, 1997). Aynı zamanda ziyaretçilerin konaklamak üzere geldiği yerdeki faaliyetlerinde memnuniyet düzeylerinde azalma yaşanmadan aldıkları hizmetlerin herkes için aynı oranda fırsatlara sahip olduğu en üst seviyeyi ifade etmede kullanılan bir kavramdır (Grieser, 2005). Turistik destinasyonlar da sosyal taşıma kapasitesi, yerel halk ile ziyaretçilerin birbiriyle ilişki ve etkileşimleri ile ilgili olduğu da ifade edilebilir. Bölgede dengeli büyüme ile ekonomik gelişmenin yerel halkı kapsamaktadır. Bu gelişme bölgedeki sosyal yapıya

yansımadır. Turistik merkezin, yerel toplumun kültürü üzerindeki etkilerini olumlu ve olumsuz şekilde değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Turistik destinasyonun kültürel mirasını da korumayı da amaçlamaktadır (Mason, 2003). Bu nedenle, sosyal taşıma kapasitesi toplumun yaşam tarzı, yerel adet ve gelenekleri, sosyal yapı ve değerleri üzerinde oluşan etkileri değerlendirmektedir. Bu toplumun kapasite aşımı gerçekleşmesi halinde oluşabilecek etkileri ele almaktadır. Sosyal taşıma kapasitesi herhangi bir destinasyona gelen ziyaretçilerin yeterliliği konusu bağlamında Hasankeyf ilçesine gelen ziyaretçilerin üst sınır limiti olarak yerel halkın gelen ziyaretçileri kabul edebilir sınır olarak ele alınması olarak ifade edilebilir. Hasankeyf ilçesi gibi küçük yerleşim bölgelerinde, sürdürülebilir turizm için sosyal taşıma kapasitesinin belirlenmesi önemlidir. Bu yerel halkın, kültürel mirasın ve doğal kaynakların aşırı ziyaretçi akınından zarar görmemesini sağlamak adına yapılır. Yerel halkın gelen ziyaretçilere duyduğu kabul edilebilirlik, bu kapasitenin belirlenmesinde kritik bir rol oynamaktadır. Bu faktörlerle bağlantılı olarak taşıma kapasitesinin çalışmasıyla beraber bölgedeki yerel halk ile ziyaretçiler arasındaki ilişkiyle var olmuştur (Kaypak, 2010). Bu ilişki bağlamında Hasankeyf ilçesi ele alındığında belirli noktalarda yoğunlaşan ziyaretçiler ve bölgede bulunan yerel halk ile olan etkileşimi ele alınmıştır.

Bu çalışmada, taşıma kapasitesi üzerinde durularak sosyal taşıma kapasitesi açıklanmış ve popüler bir kültürel turistik destinasyon haline gelen Hasankeyf'in taşıma kapasitesi önemli olduğu vurgulanmıştır. Aynı zamanda bu çalışma turistik destinasyonlarda sosyal taşıma kapasitesi bağlamında bölgede bulunan yerel halkın hayat kalitesini, yerel halkın katılımı ve turizm gelişim desteğinin destinasyon için önemini vurgulamaktadır. Özellikle sit alanı olarak koruma altına alınan alanlarda ziyaretçilerin yarattığı etkilere yönelik yerel halka etkisini ve taşıma kapasitesinin belirlenmesi, kaynaklara zarar verilmemesi yönünden önemli bir araçtır. Araştırmada, yerel halk üzerinde anket tekniği kullanılmıştır. Yerel halk üzerinde gerçekleştirilen araştırmanın evrenini Hasankeyf'te yaşayan yerel halkın toplam nüfusu 7.324 kişi oluşturmaktadır (Batman Valiliği, 2025). Araştırma bulguları, sosyal taşıma kapasitesinin yerel halkın katılımı üzerine anlamlı ve negatif etkisi ($t:0,48$; $p: 0,01$) olduğunu tespit etmiştir. Diğer taraftan, yerel halkın katılımı turizm gelişim desteği üzerine anlamlı ve pozitif etkisi ($t:-0,39$; $p:0,01$) görülmemiştir. İlave olarak, hayat kalitesinin turizm gelişim desteği üzerine anlamlı ve pozitif etkisi ($t: -0,19$; $p: 0,01$) tespit edilmemiştir.

Anahtar Sözcükler: Hasankeyf, Sürdürülebilirlik, Sosyal taşıma Kapasitesi, Turistik destinasyon, Turizm

Kaynakça

Batman Valiliği (2025) Batman İlçeleri. <http://www.batman.gov.tr/ilcelerimiz>

Bozkurt, İ. (2022). “Sürdürülebilir Turizm Bakış Açısıyla Talebin Yönetilmesinde Taşıma Kapasitelerinin Hesaplanması ve Pazarlamama Çerçevesinde İncelenmesi: Kapadokya Örneği

Erdemir, B. (2018). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Destinasyonların Fiziksel ve Psikolojik Taşıma Kapasitesi Analizi: Pamukkale Hierapolis Ören Yeri örneği (Master's thesis, Balıkesir University (Turkey)

Grieser, Kevin A. (2005). “Visitor Perceptions Of Crowding, Coping And Social Carrying Capacity: An Exploratory Study In The Mohonk Preserve”. Master Thesis. State 79 University Of New York. College Of Environmental Science And Forestry Syracuse, New York

Kaya, S. (2017). Uluslararası Koruma ve Yönetimi Bağlamında Türkiye'de Yeni Bir Kamu Hizmeti Alanı Olarak Göç ve İdaresi (Master's Thesis, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Kaypak, Ş. (2010). Ekolojik Turizmin Sürdürülebilirliği. Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, 2(2), 93-114.

Mason, P. (2020). Tourism Impacts, Planning and Management. Routledge.

**Bu çalışma yüksek lisans tezinden üretilmiştir.*

Göbeklitepe Örenyerine İlişkin Ziyaretçi Yorumlarının İncelenmesi

Sonay KAYGALAK ÇELEBİ^{1*}, Şevval KESKİNKİLİNÇ²

Turizm Fakültesi/Turizm Rehberliği Bölümü

Batman Üniversitesi, Türkiye

¹kaygalak.sonay@gmail.com

ORCID: 0000-0003-0819-3014

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Doktora Programı

Batman Üniversitesi, Türkiye

²sevval.keskinkilinc@student.batman.edu.tr

ORCID: 0000-0003-2964-7572

Özet

Bu araştırma Göbeklitepe Örenyeri'ne ilişkin TripAdvisor platformunda yer alan ziyaretçi yorumlarını nitel içerik analizi yöntemiyle incelemeyi amaçlamaktadır. Önemli bir arkeolojik buluntu alanı olmasının yanında insanlık tarihinin başlangıcına dair simgesel bir temsil alanı olan Göbeklitepe UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne dahil edilmesinden bu yana en çok ziyaret edilen çekim merkezlerinden biri olmuştur (UNESCO, 2018). Bu kapsamda Göbeklitepe Örenyeri'ni ziyaret eden kişilerin çevrim içi kullanıcı yorumlarının incelenmesi önem arz etmektedir. Bu yorumlar ziyaretçilerin örenyerini nasıl algılandığını, deneyimlerini hangi boyutlarda ifade ettiklerini ve bu deneyimlerin fiziki, psikolojik, sosyal ve kültürel çerçevede nasıl şekillendiğini ortaya koymaktadır. Araştırma sonucunda Tarihi, Kültürel ve Arkeolojik Önem, Performatif ve Varoluşsal Deneyim, Alan Yönetimi ve Erişilebilirlik, Hizmet Kalitesi ve Fiyat Politikası, Bilgilendirme Eksikliği, Popüler Kültür ve Tanıtım, Sosyo-Kültürel Çevre ve Beklenti-Karşılaştırma olmak üzere sekiz tema ortaya çıkmıştır.

Anahtar Sözcükler: Göbeklitepe, Tripadvisor, Ziyaretçi yorumları, İçerik analizi

Giriş

Kültürel miras turizmi, bireylerin geçmişle etkileşim kurmalarını, kimliklerini yeniden anlamlandırmalarını ve kültürel süreklilik hissini deneyimlemelerini sağlayan önemli bir turizm türüdür. Bu bağlamda miras alanları, ziyaretçilere bilgi aktarımı yapmanın yanı sıra bireylerin duygusal, estetik ve sembolik düzeyde anlam üretim süreçlerini de desteklemektedir (Timothy & Boyd, 2003; Smith, 2006). Kültürel miras turizmi ziyaretçilerin miras alanına aidiyet duygusu geliştirme olanağı sunmakta ve kültürel mirasın bireysel hafıza ile buluştuğu bir deneyim alanı yaratmaktadır (Yang, 2017; Poria, Butler & Airey, 2003). Bir diğer ifadeyle kültürel miras alanları çekim merkezi olarak diğer turizm türlerinden farklılaşmaktadır. Bu alanlar kültürel kimliği güçlendiren ve sembolik değeri yoğun mekânsal deneyimler sunmakta (Richards, 2021). Ve ziyaretçilerin tarihsel, kültürel ve varoluşsal anlam arayışlarına yanıt veren alanlardır (Cohen & Cohen, 2012; Wang, 1999).

Son yıllarda bu tür alanların önemi hem kültürel mirasın korunması açısından hem de inanç turizmi ve kültür turizmi bakımından artmaktadır (Gursoy, Akova & Atsız, 2022; Collins-Kreiner, 2020). Bu çekim merkezleri, ziyaretçilere dinsel anlamda bir kutsal ziyaret sağlamakta ve aynı zamanda insanlığın ortak geçmişine tanıklık etme ve köklerle bağ kurma imkânı sunmaktadır. Bu nedenle, miras destinasyonları hem manevi tatmin, hem bilişsel öğrenme, hem de sosyal etkileşim açısından zengin deneyim olanakları sunmaktadır (Douglas, Douglas & Derrett, 2001; Packer & Ballantyne, 2016). Bu bağlamda kültürel miras alanlarının kültürel bilinç ve kolektif kimlik inşasına da aracılık ettiği görülmektedir (Timothy, 2011; Rasoolimanesh vd., 2022).

Dijital çağda, ziyaretçi deneyimleri fiziksel sınırların ötesine taşınmış, çevrim içi mecralar aracılığıyla paylaşılır ve yeniden üretilir hâle gelmiştir. TripAdvisor gibi küresel platformlar bireysel deneyimlerin toplu bir anlatıya dönüşmesine olanak tanımış ve bu gelişmeler kültürel miras alanlarının dijital temsili ve algılanan kimliği açısından önemli bir veri kaynağı oluşturmaktadır (Mkono, 2017; Marine-Roig & Clavé, 2015). Bu bağlamda, Göbeklitepe Örenyeri, miras turizmi literatüründe özel bir konuma sahiptir. Yaklaşık 11.500 yıl öncesine uzanan geçmişiyle, insanlık tarihinin bilinen en eski tapınak kompleksi olarak değerlendirilen Göbeklitepe, yalnızca bir arkeolojik buluntu alanı değil, aynı zamanda tarihin sıfır noktası olarak simgesel bir kimlik kazanmıştır (Schmidt, 2010; Hodder, 2018).

Bu çalışmada, Göbeklitepe'ye ilişkin çevrim içi kullanıcı yorumlarının içerik analizi aracılığıyla incelenmesi amaçlanmaktadır. TripAdvisor platformunda paylaşılan ziyaretçi yorumları, bireysel deneyimlerin, beklentilerin ve eleştirilerin yansıdığı önemli bir mecradır. Bu bağlamda araştırma Göbeklitepe'nin tarihî-arkeolojik değerini, ziyaretçi deneyimini, hizmet kalitesini, fiziki ve sosyo-kültürel çevresini pek çok açıdan değerlendirmektedir. Araştırma, kültürel miras alanlarında dijital ziyaretçi yorumların hem deneyimsel otantikliğin hem de mirasın toplumsal temsilinin anlaşılmasına katkı sağlayabileceğini ortaya koymaktadır.

Literatür Taraması

Kültürel miras alanlarının çekim merkezi olarak ziyarete açılmaları bu mekanların bir nevi yeniden üretimini sağlamakta ve mekânın kimliğini etkilemektedir (Ashworth, 2011; Graham, Ashworth & Tunbridge, 2000). Nitekim ziyaretçilerin deneyimi mekânın fiziksel özelliklerinin yanı sıra bireyin kültürel geçmişine, bilişsel çerçevesine ve duygusal beklentilerine bağlı olarak da şekillenmektedir (Mkono & Markwell, 2014; Tussyadiah & Zach, 2012). Özellikle dijitalleşme ile birlikte TripAdvisor gibi çevrim içi platformlar ziyaretçilerin psikolojik, fiziksel, sosyo-kültürel bağlamda deneyimlerini kolektif bir anlatı biçiminde paylaştıkları önemli mecralara dönüşmüştür (Zeng & Gerritsen, 2014). Bu bağlamda kültürel miras alanlarının ziyaretçi çekim merkezi olarak ön plan çıkması ve ziyaretçilerin mekan deneyimlerinin incelenmesi hem kültürel miras yönetimi hem de turizm sosyolojisi açısından önemli bir araştırma alanı hâline gelmiştir (Timothy & Boyd, 2003; Cohen & Cohen, 2012).

Alan yazında, Göbeklitepe Örenyeri'ne yönelik ziyaretçi deneyimleri üzerine pek çok araştırmaya rastlanmaktadır. Bu araştırmaların ziyaretçi deneyimlerine, ulaşım-erişilebilirlik, bilgilendirme düzeyi, giriş ücretleri, rehberlik hizmetleri gibi hizmet ve yönetim boyutlarını ve ayrıca yerli ve yabancı ziyaretçilerin deneyimlerindeki ortaklıklar ve farklılıklar üzerine odaklanıldığı görülmektedir.

Nguyen, Ağbay ve Çakar (2023) tarafından gerçekleştirilen çalışma, Göbeklitepe Örenyeri'ne ilişkin ziyaretçi deneyimlerini çevrim içi kullanıcı yorumları üzerinden inceleyen öncü

araştırmalardan biridir. Araştırmada, TripAdvisor platformunda paylaşılan toplam 705 kullanıcı yorumu (519 yerli, 186 yabancı) nitel içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırmanın bulguları, Göbeklitepe ziyaretinin katılımcılar açısından yalnızca bir tarihî mekânı görme eylemi olmadığını aksine derin bir anlam ve deneyim alanı oluşturduğunu göstermektedir. Elde edilen veriler, ziyaretçi deneyimlerinin bilişsel, duygusal ve ilişkisel olmak üzere üç temel boyutta yapılandığını ortaya koymuştur.

- Bilişsel boyut, ziyaretçilerin Göbeklitepe'nin tarihsel ve arkeolojik önemi hakkında bilgi edinme ve öğrenme yönelimlerini ifade etmektedir. Katılımcıların yorumlarında “tarih”, “tapınak”, “inanç”, “medeniyetin başlangıcı” ve “insanlık tarihine dokunma” gibi kavramların sıklıkla vurgulanması, alanın bilişsel düzeyde güçlü bir öğrenme ve keşif motivasyonu yarattığını göstermektedir.
- Duygusal boyut, mekânın mistik atmosferiyle kurulan kişisel etkileşim ve duygusal tepkilerle ilişkilidir. Birçok ziyaretçi, Göbeklitepe'yi “büyüleyici”, “ruhani” veya “zamana unutturan” bir yer olarak tanımlamış; ziyaret deneyimlerini hayranlık, şaşkınlık ve içsel huzur gibi duygularla ifade etmiştir.
- İlişkisel boyut ise çalışmanın literatüre getirdiği özgün katkıdır. Araştırmacılar, önceki benzer çalışmaların çoğunlukla bilişsel ve duygusal düzeylere odaklandığını ancak ziyaretçilerin deneyimlerinde sosyal etkileşim ve aidiyet duygusunun da belirleyici bir rol oynadığını ortaya çıkarmışlardır.

Nguyen, Ağbay & Çakar (2023) yerli ve yabancı ziyaretçilerin deneyimlerinde hem benzerlikler hem farklılıklar bulunduğunu ortaya koymuştur. Her iki grup da Göbeklitepe'nin tarihsel önemini kabul etmekle birlikte yabancı turistler alanı evrensel bir “medeniyetin beşiği” olarak görürken, yerliler turistler ise ulusal ve kültürel kimlikle ilişkilendirmektedir.

Sezgin ve Arıcan (2023) tarafından gerçekleştirilen bir diğer araştırmada, Türkiye'nin iki önemli Neolitik miras alanı olan Göbeklitepe ve Çatalhöyük örenyerlerine ilişkin çevrim içi ziyaretçi yorumları karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Araştırmada, TripAdvisor ve Google Maps platformlarında yer alan toplam 33.000 kullanıcı yorumu içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Analiz sonucunda, her iki örenyeri için ortak temalar olarak “otopark–güvenlik, ulaşım, çevre–bakım, hizmet, görünüş ve tarihî anlam” başlıklarının ön plana çıktığı görülmektedir. Çalışma bulgularına göre, ziyaretçiler her iki alanı da tarihsel önemleri bakımından değerli bulmaktadır. Buna karşın Göbeklitepe'nin daha fazla ziyaret edilme isteği uyandırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum, Göbeklitepe'nin UNESCO Dünya Mirası statüsünün ve medyada kazandığı yüksek görünürlüğün destinasyona yönelik ilgiyi artırdığı şeklinde yorumlanmıştır. Çatalhöyük için ziyaretçilerin özellikle “tarihî anlam”, “çevre–bakım” ve “görünüş” kriterlerinden memnun oldukları, yani alanın korunmuşluk düzeyi ve arkeolojik atmosferinin ziyaretçilerde olumlu bir izlenim yarattığı görülmüştür. Göbeklitepe için belirlenen altı kriterin tamamının–“tarihî anlam, çevre–bakım, hizmet, otopark–güvenlik, ulaşım, görünüş”– ziyaretçi deneyiminde dikkat çekici bir rol oynadığı saptanmıştır. Bulgular, Göbeklitepe'nin hem fiziksel altyapı ve hizmet kalitesi hem de sembolik-tarihî değeri bakımından ziyaretçiler üzerinde daha güçlü bir etki yarattığını göstermektedir. Ayrıca, çalışmanın sonuçları iki miras alanı arasında farklı ziyaretçi beklentileri ve deneyim biçimleri olduğunu ortaya koymaktadır (Sezgin & Arıcan, 2023).

Kuzu ve Sürme (2023), Göbeklitepe Örenyeri'ne yönelik çevrim içi ziyaretçi deneyimlerini olumsuz geri bildirimler bağlamında incelemiştir. Araştırmada, 2019–2022 yılları arasında TripAdvisor platformunda yayımlanan toplam 59 olumsuz ziyaretçi yorumu nitel içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Çalışmanın amacı, Göbeklitepe ziyaretçileri tarafından ifade edilen memnuniyetsizlik unsurlarını belirlemek ve alan yönetimi ve hizmet kalitesine ilişkin geliştirilmesi gereken yönleri ortaya koymaktır. Araştırmanın bulguları, Göbeklitepe deneyimine dair eleştirilerin büyük ölçüde hizmet kalitesi, fiziksel erişim ve yönetsel düzenlemeler etrafında yoğunlaştığını göstermektedir. En sık dile getirilen olumsuz görüş giriş ücretlerinin yüksekliği ile ilgilidir. Ziyaretçilerin önemli bir kısmı, alanın Türkiye'deki diğer müze ve örenyerleriyle kıyaslandığında oldukça yüksek bir ücretlendirme politikasına sahip olduğunu ve bu durumun “halkın erişimini zorlaştırdığını” ifade etmiştir. Araştırmada öne çıkan bir diğer bulgu, araç parkı ve ulaşım düzenine ilişkin altyapı yetersizliğidir. Ziyaretçiler, otopark alanlarının sınırlı olması, yönlendirme tabelalarının yetersizliği ve servis düzenlemelerindeki aksaklıklar nedeniyle ziyaret sürecinde fiziksel güçlüklerle karşılaştıklarını belirtmiştir. Bunun yanı sıra, devam eden arkeolojik kazılar nedeniyle gezilebilen alanların sınırlı tutulması da sıklıkla dile getirilen bir memnuniyetsizlik konusudur. Katılımcıların bir kısmı, “Göbeklitepe'nin yalnızca küçük bir bölümünün ziyarete açık olduğu” ve bu durumun beklentilerini karşılama düzeyini düşürdüğü yönünde yorum yapmıştır. Çalışmada ayrıca, personel tutum ve davranışlarına ilişkin eleştiriler de dikkate değer bir yer tutmaktadır. Bazı ziyaretçiler, görevli personelin ilgisiz davrandığını, rehberlik veya bilgilendirme konusunda yeterli destek sunmadığını ve ziyaretçilerle etkili iletişim kurmadığını belirtmiştir. Son olarak yorumlarda erişilebilirlik konusunun da sıklıkla belirtildiği görülmektedir. Özellikle engelli bireyler ve çocuklu aileler için uygun bir altyapının bulunmadığı, yürüyüş yollarının pürüzlü ve eğimli olduğu, gölgelik veya dinlenme alanlarının yetersiz olduğu belirtilmiştir.

Mancı ve Tengilimoğlu (2021) tarafından gerçekleştirilen çalışma, Göbeklitepe Örenyeri'ne yönelik ziyaretçi deneyimlerini çevrim içi kullanıcı yorumları üzerinden inceleyen ilk araştırmalardan biridir. Araştırmada, 2013–2020 yılları arasında TripAdvisor platformunda paylaşılan toplam 518 ziyaretçi yorumu nitel içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular, kullanıcı yorumlarının büyük çoğunluğunun olumlu bir deneyim vurgusu içerdiğini göstermektedir. Katılımcıların ifadelerinde öne çıkan temalar, tarihî atmosferin etkileyciliği, alanın görkemli yapısı ve “olağanüstülük” algısıdır. Ziyaretçiler, Göbeklitepe'yi sıklıkla “benzersiz”, “insanlık tarihinin dönüm noktası” ve “tarihin sıfır noktası” gibi ifadelerle tanımlamıştır. Bununla birlikte, olumsuz algılara dair en sık dile getirilen unsurlar arasında giriş ücretleri, bazı ürünlerin fiyatlandırması, ulaşım/erişim sorunları ve rehberlik-bilgilendirme eksiklikleri yer almıştır.

Son olarak Eser (2021), tarafından Göbeklitepe Açık Hava Müzesi ile ilgili TripAdvisor platformunda 2018–2020 yılları arasında paylaşılan 255 çevrim içi yorum nitel içerik analiziyle incelenmiştir. Araştırma olumlu deneyimlerin teknoloji kullanımı, eserler ve buluntular, koruma ve bakım, müze evi, alan içi ulaşım ve müze kart olmak üzere altı alt kategoride toplandığını ortaya çıkmıştır. Olumsuz deneyimler müze giriş ücreti, alan içi bilgilendirme, kazı ve ziyaret alanının kapsamı, engellilere yönelik düzenlemeler, bilet gişesi hizmetleri ve hediye eşya–kafe işletmeleri olmak üzere altı alt kategori altında toplanmıştır. Katılımcılar, giriş ücretinin değer–fiyat uyumunu zaman zaman zayıflattığını; bilgilendirme materyallerinin kapsam/dil çeşitliliği bakımından yetersiz kaldığını ve yönlendirme eksiklerinin bireysel gezi deneyimini zorlaştırdığını belirtmiştir. Ayrıca, erişilebilirlik altyapısındaki yetersizlikler (rampa, yüzey dokusu, dinlenme–

gölgeleme imkânları), gişe süreçlerinde bekleme/yoğunluk, kafe ve hediyelik eşya fiyat/kalite dengesine yönelik eleştiriler sık tekrar eden temalardandır.

Yöntem

Bu çalışmanın amacı, Göbeklitepe Örenyeri'ne ilişkin çevrim içi kullanıcı yorumlarını inceleyerek ziyaretçi deneyimlerinin nasıl şekillendiğini ortaya koymaktır. Bu kapsamda nitel içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem, metinlerde yer alan anlam örüntülerini sistematik biçimde çözümleyerek bireylerin algı, tutum ve deneyimlerine ulaşmayı hedeflemektedir (Yıldırım & Şimşek, 2018; Krippendorff, 2019). Veri kaynağını, TripAdvisor platformunda Göbeklitepe Örenyeri hakkında yapılan kullanıcı yorumları oluşturmuştur. Bu platformun tercih edilmesinin nedeni, geniş bir kullanıcı kitlesine ulaşması, yorumların kamuya açık olması ve ziyaretçi deneyimlerinin doğal dil içinde, samimi bir biçimde ifade edilmesidir (Mkono & Markwell, 2014; Marine-Roig & Clavé, 2015). Çalışma kapsamında Ocak 2011 – Ekim 2025 tarihleri arasında Türkçe ve İngilizce dilinde yazılan toplam 871 (610 Türkçe-261 İngilizce) yorum incelenmiştir. Türkçe ve İngilizce yorumların incelenmesinin sebebi araştırmacıların her iki dile de hakim olmasıdır.

Veri analizi üç aşamada gerçekleştirilmiştir. Tripadvisor üzerinden Word dosyasına aktarılan veriler araştırmacılar tarafından birkaç defa okunmuştur. Anlam açısından bütünlük taşıyan ifadeler tespit edilmiştir. Benzer anlam taşıyan ifadeler elle kodlanmış, tekrar eden kavramlar altında gruplanmıştır. Kodlama aşamasında kodlar daha önce yapılmış benzer araştırmalardan (Nguyen, Ağbay & Çakar, 2023; Mancı & Tengilimoğlu, 2021; Kuzu & Sürme, 2023; Eser, 2021) ve araştırmacıların akademik bilgi düzeylerinden yararlanılarak oluşturulmuştur. Kodlar bir araya getirilerek temalar oluşturulmuş, her bir tema örnek ziyaretçi ifadeleriyle desteklenmiştir. Bu süreçte araştırmacı olarak her bir yorumu dikkatle okuyarak, ifadelerin anlamını bozmadan anahtar kavramlara ulaşılmış ve kodlar arasında ilişki kurulmuştur. Kodlama işlemi tamamen manuel (elle) gerçekleştirilmiş, temalar arası bütünlük sağlanana kadar süreç tekrarlanmıştır.

Araştırmanın geçerlik ve güvenirliğin sağlamak amacıyla nitel araştırmalarda öne çıkan inandırıcılık, aktarılabilirlik, tutarlılık ve doğrulanabilirlik ölçütleri kullanılmıştır (Lincoln & Guba, 1985). İnanırıcılık ölçütü sağlayabilmek amacıyla bulgular doğrudan kullanıcı ifadeleriyle desteklenmiştir. Aktarılabilirlik ölçütü için örnek yorumlara yer verilmiş ve analiz süreci ayrıntılı biçimde açıklanmıştır. Tutarlılık ölçütü verilerin açık ve sistematik biçimde raporlanmasını kapsamaktadır. Doğrulanabilirlik ölçütünü sağlamak amacıyla araştırmacılar arası kodlama uyumu %88 olarak hesaplanmıştır (Miles & Huberman, 1994). Araştırmanın temel sınırlılığı, verilerin yalnızca TripAdvisor platformundan Türkçe ve İngilizce dilinde yazılan yorumlardan elde edilmiş olmasıdır. Araştırma bulguları çevrim içi ortamda görüş bildirmeyi tercih eden kullanıcıların deneyimleriyle sınırlıdır.

Bulgular

Araştırma bulguları, Göbeklitepe Örenyeri'ne ilişkin ziyaretçi yorumlarının tarihsel ve arkeolojik buluntuların yanı sıra duygusal, sosyo-kültürel ve deneyimsel boyutlara da işaret ettiğini göstermektedir. Elde edilen sekiz tema aşağıda yer alan Tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1:

Tema	Kategori	Kodlar	Alıntı Örnekleri
1. Tarihi, Kültürel ve	a) İnsanlık tarihinin başlangıcı (sıfır nokta)	“tarihin sıfır noktası”, “ilk tapınak”, “medeniyetin	“Beni arkadaşlarımla heyecanlandıran, gözlerimi

Arkeolojik Önem	b) UNESCO Dünya Miras Listesi c) Ulusal gurur	doğuşu”, “arkeolojik mucize”, “dünyanın gözbebeği”, “Stonehenge’ten eski” “Türk vatandaşı olarak gurur duyduğum”	<i>bir an bile alamadığım tarihin en özel anlarından biriydi.”</i> <i>“Burası Stonehenge’den 7000 yıl daha eski.”</i>
2. Performatif ve Varoluşsal Deneyim	a) Mistik/ruhani his b) Hayranlık, büyülenme c) insanlığın kökleriyle yüzleşme	“büyüleyici”, “mistik”, “tüylerim diken diken oldu”, “ruhani enerji”, “inanılmaz bir his”	<i>“İnsanı sorgulamaya iten acayip bir havası var.”</i> <i>“O taşlara bakarken zamanın ötesine geçiyorsunuz.”</i>
3. Alan Yönetimi ve Erişilebilirlik	a) Ulaşım ve servis b) Alan düzeni c) Kalabalık ve sıra şikâyeti	“servis rezaleti”, “yönlendirme yok”, “çok kalabalıktı”, “tahta merdivenler yenilenmeli”	<i>“Tepeye çıkınca servis beklemek işkenceydi.”</i> <i>“Okunacak tabelalar var ama yaşlılar için zor.”</i>
4. Hizmet Kalitesi ve Fiyat Politikası	a) Giriş ücretleri b) Kafe/büfe fiyatları c) Personel davranışı	“kazık işletme”, “bir şişe su 33 TL”, “müze kart geçerli”, “personel ilgisiz”, “güleryüzlü güvenlik”	<i>“Kafe 5 liralık limonatayı 180 TL’ye satıyor.”</i> <i>“Personelin tavrı tarihin sıfır noktasına yakışmıyor.”</i>
5. Bilgilendirme ve Yönlendirme Eksikliği	a) Rehber yetersizliği b) Yetersiz açıklama tabelaları c) Ön bilgi gerekliliği	“önceden araştırın yoksa taş bakıp dönersiniz”, “bilgilendirme yok”, “rehber olmalı”	<i>“Okumadan gelen için sadece taş yığını gibi görünüyor.”</i>
6. Popüler Kültür ve Tanıtım	a) Medya etkisi (“Atiye” dizisi vb.) b) Parlatılmış imaj eleştirisi c) Karşılaştırmalar (Çatalhöyük, Karahantepe, Efes)	“parlatılmış”, “Atiye etkisi”, “Karahantepe daha iyi korunmuş”	<i>“Konya’daki Çatalhöyük bu kadar parlatılmadı.”</i>
7. Sosyo-kültürel Çevre	a) Yerel halkın davranışı b) Çocuklar, hayvanlar	“kedi maması götürün”, “çocuklar yolda para istiyor”, “	<i>“Köy çocuklarına oyuncak götürün, mutlulukları her şeye değer.”</i>
8. Beklenti ve Karşılaştırma	a) Diğer arkeolojik alanlarla karşılaştırma b) “Beklentinin altında” veya “Üstünde” değerlendirmeler	“Nemrut daha güzel”, “Zeugma kadar etkileyici değil”, “Efes’i geçer”	<i>“10 yıl içinde burası Efes’i geçer.”</i>

Tarihi, Kültürel ve Arkeolojik Önem

Ziyaretçiler Göbeklitepe’yi tarihin sıfır noktası, medeniyetin doğuşu veya insanlık tarihinin başlangıcı gibi ifadelerle tanımlayarak alanın tarihi ve arkeolojik önemine vurgu yapmışlardır. Ayrıca arkeolojik ve tarihi öneminden dolayı gurur duyduklarını belirtmişlerdir. Bu bulgu, Mancı ve Tengilimoğlu’nun (2021) araştırmasıyla örtüşmektedir. Söz konusu çalışmada da ziyaretçilerin yorumlarında tarihî ortamın etkileyiciliği, görkemi ve olağanüstülüğü ön plana çıkmış ve Göbeklitepe arkeolojik mucize olarak nitelendirilmiştir. Benzer biçimde Nguyen, Ağbay ve Çakar (2023) da, yerli ve yabancı ziyaretçilerin Göbeklitepe’yi bilişsel açıdan öğrenme ve keşif odaklı bir deneyim alanı olarak tanımladıklarını ortaya koymuştur. Dolayısıyla bu araştırmanın sonuçları, Göbeklitepe’nin yalnızca bilgi edinme değil, tarihsel farkındalık ve ulusal kimlik açısından da anlam yüklü bir destinasyon olduğunu göstermektedir.

Performatif ve Varoluşsal Deneyim

Ziyaretçilerin yorumlarında yer alan büyüleyici, ruhani, tüylerim diken diken oldu gibi ifadeler Göbeklitepe'nin ziyaretçiler üzerinde duygusal ve varoluşsal düzeyde güçlü bir etki yarattığını göstermektedir. Bu durum Wang'ın (1999) ortaya koyduğu varoluşsal otantiklik kavramıyla doğrudan ilişkilidir. Ziyaretçiler, mekânla kurdukları ruhsal bağ üzerinden insanlığın köklerine dokunma hissini deneyimlemektedir. Ayrıca ziyaretçiler Göbeklitepe öğreniyerini kültürel bir nesne sunumunun yanı sıra mekânla bedenleri aracılığıyla kurdukları etkileşimsel ve duygusal ilişki üzerinden değerlendirerek performatif otantikliği sağlamaktadır. Benzer bir biçimde Nguyen, Ağbay ve Çakar (2023) da, ziyaretçi deneyiminin duygusal ve ilişkisel boyutlarda yoğunlaştığını, özellikle yabancı ziyaretçilerin Göbeklitepe'yi evrensel bir medeniyet beşiği olarak değerlendirdiklerini belirtmiştir. Bu sonuç Göbeklitepe'nin yalnızca kültürel değil aynı zamanda varoluşsal bir deneyim alanı olarak algılandığını göstermektedir.

Alan Yönetimi ve Erişilebilirlik

Çalışmada ulaşılan bir diğer önemli tema, alan yönetimi ve erişilebilirliğe yönelik eleştirilerden oluşmaktadır. Ulaşım zorlukları, servis yetersizlikleri ve yönlendirme eksiklikleri ziyaretçilerin deneyimini olumsuz etkilemiştir. Bu durum, Kuzu ve Sürme'nin (2023) TripAdvisor yorumları üzerinden yaptıkları çalışmayla paralellik göstermektedir. Kuzu ve Sürme (2023), Göbeklitepe'ye ilişkin 59 olumsuz yorumu analiz etmiş ve en sık dile getirilen şikâyetlerin giriş ücretinin yüksekliği, park yetersizliği, kazı alanlarının sınırlılığı ve engelli-çocuklu ailelere uygun düzenleme eksikliği olduğunu tespit etmiştir. Benzer şekilde Eser (2021) de Göbeklitepe Açık Hava Müzesi'ne ilişkin çalışmasında, alan içi ulaşım ve bilgilendirme eksikliklerinin ziyaretçi memnuniyetini olumsuz etkilediğini vurgulamıştır. Bu sonuçlar, araştırma bulgularının fiziksel ve yönetsel boyutlarda yapısal iyileştirme gerekliliğine işaret etmektedir. Ayrıca önceki araştırmalara bakılarak 2021 ve 2023 yıllarından beri bu konuda iyileştirmelerin yapılmadığını da göstermektedir.

Hizmet Kalitesi ve Fiyat Politikası

Ziyaretçiler giriş ücretleri, kafe fiyatları ve personel davranışlarına yönelik eleştirileri ile Göbeklitepe'de sunulan hizmet kalitesini eleştirmiştir. Bulgular ziyaretçilerin fiyat-değer algısına yönelik genel bir memnuniyetsizliğe sahip olduğunu göstermektedir. Bu durum Sezgin ve Arıcan'ın (2023) Göbeklitepe ve Çatalhöyük öğreniyerlerini karşılaştırdığı çalışmada da benzer şekilde ortaya çıkmıştır. Araştırmacılar, ziyaretçilerin Göbeklitepe için “hizmet”, “görünüş” ve “tarihi anlam” kriterlerine daha fazla dikkat ettiğini belirtmiştir.

Bilgilendirme ve Yönlendirme Eksikliği

Göbeklitepe'ye ilişkin çevrim içi yorumlarda sıkça dile getirilen bir diğer eleştiri, rehberlik ve bilgilendirme eksikliğidir. Ziyaretçiler açıklama tabelaları ve yönlendirme materyallerinin bulunmadığını ve rehber olmadan alanın anlaşılmasının güç olduğunu vurgulamıştır. Bu bulgu Eser'in (2021) çalışmasıyla desteklenmektedir. Eser (2021) Göbeklitepe Açık Hava Müzesi'nde bilgi panoları ve dijital rehber sistemlerinin yetersizliğine dikkat çekmiş ve müze deneyiminin ön bilgi gerektiren bir alan olarak algılandığını belirtmiştir. Eser (2021) tarafından gerçekleştirilen araştırmadan beri bu alanda iyileştirme yapılmadığı görülmektedir.

Popüler Kültür ve Tanıtım

Bazı ziyaretçiler Göbeklitepe'yi Atiye etkisi, parlatılmış imaj veya fazla tanıtılmış ifadeleriyle ilişkilendirerek popüler kültürün miras algısı üzerindeki etkisine değinmiştir. Bu bulgu literatürde

Göbeklitepe ve Tripadvisor ile ilgili yapılmış araştırmalar ile farklılaşmaktadır. Ancak kültürel miras alanında Douglas vd. (2023) ve Genc & Gülertekin Genc (2023) tarafından ortaya konan kültürel mirasın ticarileşmesi ve medyatik temsiller aracılığıyla yeniden anlam kazanması tartışmalarıyla örtüşmektedir. Ziyaretçilerin Göbeklitepe’yi Çatalhöyük veya Karahantepe gibi diğer örenyerleriyle kıyaslaması tanıtım ve beklenti düzeyinin kültürel karşılaştırmalar üzerinden şekillendiğini göstermektedir.

Sosyo-Kültürel Çevre

Ziyaretçilerin yerel halk, çocuklar ve hayvanlara ilişkin gözlemleri, Göbeklitepe deneyiminin sosyal yönünü öne çıkarmaktadır. Köy çocuklarına oyuncak götürün gibi ifadeler ziyaretçilerin alanın çevresindeki topluluklarla empatik bir bağ kurduklarını göstermektedir. Bu bulgu, miras alanlarının yalnızca geçmişle değil, aynı zamanda günümüz toplumsal dokusuyla da etkileşim hâlinde olduğunu göstermektedir. Tıpkı MacCannell’in (1976) ön sahne–arka sahne kavramsallaştırmasında betimlediği gibi yarı yapılandırılmış bir ön bölgede arka bölgede olduklarını hissetmektedirler.

Beklenti ve Karşılaştırma

Son tema olan “Beklenti ve Karşılaştırma”, ziyaretçilerin Göbeklitepe’yi Nemrut, Efes veya Zeugma gibi diğer örenyerleriyle karşılaştırarak değerlendirdiklerini göstermektedir. Bu bulgu, Sezgin ve Arıcan’ın (2023) karşılaştırmalı analizindeki sonuçlarla uyumludur. Ziyaretçilerin bazıları Göbeklitepe’yi beklentinin altında bulurken, bazıları Efes’i geçer şeklinde değerlendirmiştir. Bu farklılık ziyaretçilerin bilgi düzeyi, kültürel ilgisi ve deneyim motivasyonuna göre değişmektedir (Cohen, 1979).

Sonuç olarak bulgular Göbeklitepe deneyiminin yalnızca arkeolojik veya tarihsel değil, aynı zamanda duygusal, sembolik ve toplumsal bir yapıya sahip olduğu görülmektedir. Bu sonuç, önceki araştırmalarla uyumlu biçimde (Nguyen vd., 2023; Eser, 2021; Mancı & Tengilimoğlu, 2021) Göbeklitepe’nin ziyaretçiler için hem öğrenme hem de anlam üretme alanı olduğunu göstermektedir.

Sonuç

Bu çalışma, Göbeklitepe Örenyeri’ne ilişkin çevrim içi kullanıcı yorumlarını içerik analiziyle inceleyerek kültürel miras alanlarında ziyaretçi deneyiminin anlamak amacıyla yapılmaktadır. Elde edilen bulgular, Göbeklitepe örenyerine giden ziyaretçilerin sadece bilgi edinmek amacıyla gitmediklerini bu alanla duygusal, varoluşsal ve toplumsal etkileşimlerde sağladığını göstermektedir. Araştırma bulguları, Göbeklitepe’nin ziyaretçiler açısından tarihin sıfır noktası olarak sembolik bir anlam kazandığını ve bu anlamın hem bilişsel hem de duygusal düzeyde güçlü bir etki yarattığını ortaya koymaktadır. Bu durum Wang’ın (1999) varoluşsal otantiklik yaklaşımıyla uyumlu biçimde bireylerin miras alanlarıyla kurduğu deneyimlerin gerçek veya tarihsel olmaktan çok kişisel anlam üretimi ve varoluşsal bağ kurma süreci olduğunu doğrulamaktadır. Göbeklitepe örneğinde bu bağ, insanlığın kökenine dair sezgisel bir farkındalıkla birleşmiş ve ziyaretçiler için mekân tarihle yüzleşme alanı olmuştur. Bir diğer ifadeyle kültürel miras deneyimi yalnızca tarihsel bilgiye değil Göbeklitepe’de mekanla kurulan duygusal bir etkileşime dayanmıştır. Bu durum, Nguyen, Ağbay ve Çakar (2023)’ın Göbeklitepe üzerine yaptığı araştırmada vurgulanan “bilişsel–duygusal–ilişkisel” deneyim modelini desteklemektedir. Buna karşın bu çalışma duygusal etkileşimi performatif ve varoluşsal deneyim ile ilişkilendirmiştir.

Araştırmada elde edilen bir diğer sonuç Göbeklitepe ziyaretçilerinin deneyimlerinde yönetsel, fiziki ve hizmet temelli koşulların da belirleyici olduğunu göstermektedir. Katılımcıların erişilebilirlik, bilgilendirme ve fiyat politikalarına yönelik eleştirileri, Kuzu ve Sürme (2023) ile Eser (2022) çalışmalarındaki bulgularla benzerlik taşımaktadır. Bu sonuç, kültürel miras yönetiminde deneyimi etkileyen unsurların yalnızca estetik veya tarihsel değil aynı zamanda yönetsel ve operasyonel nitelikte olduğunu ortaya koymaktadır. Göbeklitepe örenyeri kültürel miras alanlarının popüler kültürle etkileşim hâlinde yeniden anlam kazandığını da göstermektedir. Atıye etkisi gibi ifadeler medya temsillerinin kültürel mirasın algılanma biçimini dönüştürdüğünü göstermektedir. Ancak bu etkileşim, olumsuz bir ticarileşmeden ziyade kültürel mirasın daha geniş kitlelerce fark edilmesini sağlayan bir görünürlük alanı yaratmıştır.

Sonuç olarak, Göbeklitepe’yi ziyaret eden katılımcıların deneyimlerini sosyo-kültürel, psikolojik, fiziki, tarihi ve arkeolojik perspektiften aktardıkları görülmektedir.

Kaynakça

- Bengtsson, M. (2016). How to plan and perform a qualitative study using content analysis. *NursingPlus Open*, 2, 8–14.
- Cohen, E. (1979). A phenomenology of tourist experiences. *Sociology*, 13(2), 179–201.
- Douglas, A., Douglas, J., & Derrett, R. (2001). *Special Interest Tourism: Context and Cases*. John Wiley & Sons.
- Douglas, A., et al. (2023). *Cultural Heritage and Tourism Experience*. Routledge.
- Eser, S. (2021). Göbeklitepe Açık Hava Müzesi’nde ziyaretçi deneyimi: TripAdvisor yorumları üzerine bir değerlendirme. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 18(2), 478-495.
- Genc, V. and Gulertekin Genc, S. (2023). The effect of perceived authenticity in cultural heritage sites on tourist satisfaction: the moderating role of aesthetic experience. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 6(2), 530-548.
- Gursoy, D., Akova, O., & Atsız, O. (2022). Understanding the heritage experience: a content analysis of online reviews of World Heritage Sites in Istanbul. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 20(3), 311-334.
- Collins-Kreiner, N. (2020). A review of research into religion and tourism Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on religion and tourism. *Annals of Tourism Research*, 82, 102892.
- Hodder, I. (2018). *Where are we heading? The evolution of humans and things*. Yale University Press.
- Kuzu, S., & Sürme, M. (2023). Göbeklitepe’nin sosyal medyadaki yansımaları: turistlerin çevrimiçi olumsuz yorumlarının içerik analizi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(49), 393-408.

- MacCannell, D. (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. New York: Schocken Books.
- Mancı, A. R., & Tengilimoğlu, E. (2021). TripAdvisor ziyaretçi yorumlarının içerik analizi: Göbeklitepe örneği. *Türk turizm araştırmaları dergisi*, 5(2), 1525-1545.
- Mkono, M. (2017). Social media affordances and tourism discourse: An analysis of TripAdvisor. *Tourism Management*, 62, 287–297.
- Marine-Roig, E., & Clavé, S. A. (2015). Tourism analytics with massive user-generated content. *Tourism Management*, 46, 347-360.
- Nguyen, N., Ağbay, H., & Çakar, K. (2023). Understanding visitors' heritage experiences: Evidence from Göbeklitepe. *Journal of Heritage Tourism Insights*, 4(3), 210–230.
- Packer, J., & Ballantyne, R. (2016). Conceptualizing the visitor experience: A review of literature and development of a multifaceted model. *Visitor Studies*, 19(2), 128-143.
- Timothy, D. J. (2011). *Cultural Heritage and Tourism: An Introduction*. Channel View Publications.
- Poria, Y., Butler, R., & Airey, D. (2003). The core of heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 238-254.
- Rasoolimanesh, S. M., Seyfi, S., Rather, R. A., & Hall, C. M. (2022). Investigating the mediating role of visitor satisfaction in the relationship between memorable tourism experiences and behavioral intentions in heritage tourism context. *Tourism Review*, 77(2), 687-709.
- Richards, G. (2021). *Rethinking Cultural Tourism*. Edward Elgar Publishing.
- Cohen, E., & Cohen, S. A. (2012). Authentication: Hot and cool. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1295-1314.
- Sezgin, M., & Arıcan, G. (2023). Heritage tourism experiences in Göbeklitepe and Çatalhöyük: A comparative analysis based on visitor reviews. *Tourism Management Perspectives*, 47, 102–114.
- Smith, L. (2006). *Uses of Heritage* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203602263>
- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2003). *Heritage Tourism*. Pearson Education.
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349–370.
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349-370.
- Yang, X. (2017), "Industrial heritage tourism development and city image reconstruction in Chinese traditional industrial cities: a web content analysis", *Journal of Heritage Tourism*, Vol. 12 Iss. 3, pp.267-280.

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Örgütsel Adaletin İşgören Devir Hızı Algısına Etkisinde Örgütsel Bağlılığın Aracılık Rolü: Kuşadası'ndaki Yiyecek-İçecek İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma

Yunus Emre BİLGİÇ^{1*}, Suat ARPACI² ve Muhammed BAYKAL³

Ramada Hotel & Suites by Wyndham Kuşadası &
Ramada Resort By Wyndham Kuşadası, Türkiye

¹ y-e-bilgic@outlook.com

ORCID: 0000-0002-3779-8082

Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği
Fırat Üniversitesi, Türkiye

² sarpaci@firat.edu.tr

ORCID: 0000-0003-2683-6060

Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Türkiye

³ muhbarbay@gmail.com

ORCID: 0000-0002-7763-1949

Özet

Bu araştırmanın temel amacı, örgütsel adaletin işgören devir hızı algısı üzerindeki etkisinde örgütsel bağlılığın aracılık rolünü ortaya koymaktır. Turizm sektörü, özellikle emek yoğun bir yapıya sahip olması, mevsimsellik etkisi ve yüksek işgücü devri oranları nedeniyle örgütsel davranış araştırmaları açısından önemli bir inceleme alanı oluşturmaktadır. Çalışmanın kapsamı, Türkiye'nin önde gelen turizm destinasyonlarından biri olan Kuşadası ilçesinde faaliyet gösteren yiyecek-içecek işletmelerinde çalışan personel ile sınırlıdır. Bu bağlamda, araştırma hem turizm literatürüne hem de insan kaynakları yönetimi alanına, örgütsel adalet, bağlılık ve çalışan devir hızı arasındaki etkileşimi ampirik olarak test ederek katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Örgütsel adalet, çalışanların kurum içinde karar alma süreçlerinin, ödül ve cezalandırma sistemlerinin, yönetici-çalışan etkileşimlerinin ne ölçüde adil algılandığını ifade etmektedir. Literatürde örgütsel adalet genellikle dağıtımsal, işlemsel ve etkileşimsel adalet olmak üzere üç boyutta ele alınmaktadır (Colquitt, 2001). Adil uygulamalar, çalışanlarda güven duygusunu pekiştirmekte, aidiyet hissini güçlendirmekte ve örgütsel hedeflere yönelik gönüllü katkıyı artırmaktadır. Örgütsel bağlılık ise bireyin çalıştığı kuruma karşı geliştirdiği psikolojik bağlılığı ve örgütün amaçlarına duygusal olarak yönelimini ifade eder. Meyer ve Allen (1991)'in üç bileşenli modeli, bağlılığı duygusal, devam ve normatif boyutlarda ele alarak bu kavramın çok boyutlu doğasına dikkat çekmiştir. Duygusal bağlılık, çalışanın örgüte gönülden bağlı olması; devam bağlılığı, ekonomik veya alternatif maliyetlerden dolayı örgütte kalmayı sürdürmesi; normatif bağlılık ise ahlaki

yükümlülük hissiyle örgütte kalma isteğidir. İşgören devir hızı ise bir işletmeden ayrılan çalışan sayısının toplam çalışan sayısına oranı olarak tanımlanır. Turizm sektöründe bu oran, mevsimsel istihdam, ücret politikaları, yoğun iş temposu ve iş güvencesi eksikliği gibi nedenlerle oldukça yüksektir. Bu durum hem hizmet kalitesini hem de işletme verimliliğini olumsuz etkiler. Dolayısıyla, çalışan devrini azaltmak, sektörün sürdürülebilirliği açısından stratejik bir öneme sahiptir. Önceki araştırmalar, örgütsel adaletin örgütsel bağlılığı artırdığını (Bakhshi vd., 2009; Bal, 2014; Şahin & Kavas, 2016) ve adalet algısının çalışan devrini azaltabileceğini (Meisler, 2013; Tourani vd., 2016) öne sürmektedir. Ancak örgütsel bağlılığın bu ilişkide aracılık rolüne dair bulgular sınırlıdır. Bu nedenle çalışma, literatürdeki bu boşluğu doldurmayı ve turizm sektörünün özel koşullarında değişkenler arasındaki etkileşimi test etmeyi amaçlamaktadır.

Araştırma, nicel araştırma yöntemine dayalı olarak yürütülmüştür. İlişkisel tarama modeli benimsenmiş, veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Araştırma evrenini, Kuşadası ilçesinde faaliyet gösteren yiyecek-içecek işletmelerinde çalışan personel oluşturmaktadır. Örneklem, amaçlı örnekleme yöntemi ile seçilmiş ve toplam 391 çalışan araştırmaya katılmıştır. Anket üç bölümden oluşmaktadır: Demografik bilgiler, Örgütsel adalet ölçeği (Colquitt, 2001), Örgütsel bağlılık ölçeği (Allen ve Meyer, 1993) ve İşgören devir hızı ölçeği (Sarioğlu, 2007; Karataş, 2013). Veriler Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) ve Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM) kullanılarak analiz edilmiştir. Ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirliği Cronbach's Alpha, Composite Reliability (CR) ve Average Variance Extracted (AVE) değerleri üzerinden test edilmiştir. Tüm ölçeklerde güvenilirlik katsayıları 0.70'in üzerinde bulunarak ölçeklerin iç tutarlılığının yüksek olduğu belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, örgütsel adaletin örgütsel bağlılık üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi bulunmaktadır ($\beta=0.765$; $p<0.05$). Bu bulgu, çalışanların örgüt içindeki adil uygulamalara maruz kalmasının, örgüte duygusal bağlılıklarını güçlendirdiğini göstermektedir. Ancak, örgütsel adaletin ve örgütsel bağlılığın işgören devir hızı üzerindeki etkileri anlamlı bulunmamıştır ($p>0.05$). Bu sonuç, çalışanların adalet veya bağlılık algılarının, işten ayrılma kararlarını doğrudan belirlemediğini; bunun yerine sektörün yapısal koşulları ve dışsal faktörlerin daha belirleyici olduğunu göstermektedir. Aracılık analizinde örgütsel bağlılığın, örgütsel adalet ile işgören devir hızı arasındaki ilişkide aracılık rolü üstlenmediği görülmüştür ($\beta=0.095$; $p=0.218$). Bu durum, çalışanların adalet algısının, bağlılık üzerinden işten ayrılma niyetini etkilemediğini göstermektedir. R^2 değerleri incelendiğinde, örgütsel bağlılığın örgütsel adalet tarafından orta düzeyde ($R^2=0.585$), işgören devir hızının ise düşük düzeyde ($R^2=0.030$) açıklandığı tespit edilmiştir. Çalışmanın bulguları, örgütsel adaletin çalışanların örgüte bağlılığını güçlendirdiğini, ancak işten ayrılma niyetlerini azaltmada tek başına yeterli olmadığını göstermektedir. Turizm sektörünün doğasında bulunan mevsimsellik, geçici istihdam, düşük ücret politikaları ve sınırlı kariyer olanakları gibi faktörlerin, çalışan devir hızında belirleyici rol oynadığı anlaşılmıştır. Dolayısıyla, örgütlerde sadece adil yönetim uygulamaları değil, aynı zamanda çalışanların iş güvencesini ve refahını destekleyen bütüncül insan kaynakları stratejileri uygulanmalıdır. Bu bağlamda işletmelere şu öneriler getirilmektedir: Çalışanlara yönelik adil ücret politikaları ve şeffaf performans değerlendirme sistemleri oluşturulmalıdır. Kariyer gelişim programları ve sürekli eğitim olanakları sağlanarak çalışanların örgütte kalma motivasyonu artırılmalıdır. Mevsimsel istihdamın etkilerini azaltacak istihdam politikaları geliştirilmelidir. Çalışan bağlılığını güçlendirmek için yöneticilerin iletişim, takdir ve destek davranışları teşvik edilmelidir. Araştırmanın en önemli sınırlılığı, yalnızca Kuşadası ilçesindeki yiyecek-içecek işletmelerinde yürütülmüş olmasıdır. Dolayısıyla, bulguların genellenebilirliği sınırlıdır. Gelecekte farklı bölgelerde, turizmin farklı alt sektörlerinde (örneğin konaklama, seyahat acenteleri) yapılacak benzer çalışmalar karşılaştırmalı analizlere katkı sağlayacaktır. Ayrıca, iş

tatmini, örgütsel destek, liderlik tarzı ve çalışma stresi gibi değişkenlerin modele eklenmesi, işgören devrini etkileyen faktörlerin daha derinlemesine anlaşılmasına katkıda bulunacaktır.

Anahtar Sözcükler: Örgütsel adalet, Örgütsel bağlılık, İşgören devir hızı, Yiyecek-içecek işletmeleri.

Kaynakça

- Bal, Vedat (2014), Örgütsel adalet ve örgütsel bağlılık ilişkisi: Manisa'daki eğitim kurumlarında bir araştırma. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* . 6(1), 1-9.
- Bakhshi, A., Kumar, K. ve Rani E. (2009). Organizational justice perceptions as predictor of job satisfaction and organization commitment. *International Journal of Business and Management*, 4(9), 145-154.DOI:10.5539/ijbm.v4n9p145.
- Colquitt, J. A. (2001). On the dimensionality of organizational justice: a construct validation of a measure. *Journal of Applied Psychology*, 86(3), 386-400.
- Karataş, A. (2013). Otel işletmelerinde kronizmin iş tatmini ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkileri: Muğla ilinde bir araştırma.[Yüksek Lisans Balıkesir Üniversitesi]. <https://dspace.balikesir.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12462/2196>
- Meisler, G. (2013). Empirical exploration of the relationship between emotional intelligence, perceived organizational justice and turnover intentions. *Employee Relations*. 35(4), 441-455. <https://doi.org/10.1108/ER-05-2012-0041>
- Meyer, J.P., Allen, N.J. and Smith, C.A. (1993) Commitment to organizations and occupations: Extension and test of a three-component conceptualization. *Journal of Applied Psychology*, 78, 538-551. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.78.4.538>
- Sarioğlu, M. (2007). 4. ve 5 yıldızlı otel işletmelerinin yiyecek içecek departmanlarında işgören devir hızı: çeşme yöresinde bir uygulama.[Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi]. <https://dspace.balikesir.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12462/2125>
- Şahin, R., Kavas, E. (2016). Örgütsel adalet ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin belirlenmesinde öğretmenlere yönelik bir araştırma: Bayat örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 7(14), 119-140. <https://doi.org/10.21076/vizyoner.245975>.
- Tourani, S., Khosravizadeh, O., Omrani, A., Sokhanvar, M., Kakemam, E., & Najafi, B. (2016). The relationship between organizational justice and turnover intention of hospital nurses in Iran. *Materia socio-medica*, 28(3), 205-209. <https://doi.org/10.5455/msm.2016.28.205-209>

Kurumsal Yönetim Olgunluk Düzeylerinin Ölçülmesi: BİST Turizm Örneği

Süleyman Alperen AKDOĞAN^{1*}, Hande UYAR OĞUZ²

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü /Uluslararası Ticaret ve Lojistik
Bartın Üniversitesi, Türkiye
akdoganalperen1998@gmail.com

ORCID: 0000-0002-5489-2679

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi/ Turizm İşletmeciliği
Bartın Üniversitesi, Türkiye
handeuyar@bartin.edu.tr

ORCID: 0000-0001-8322-3864

Özet

Bu çalışma, Borsa İstanbul (BİST) Turizm Endeksi'nde yer alan şirketlerin 2022–2024 yılları arasındaki Kurumsal Yönetim Olgunluk Düzeyleri (KYOD)'ni incelemektedir. Çalışmada, Sermaye Piyasası Kurulu'nun (SPK) belirlediği kurumsal yönetim ilkeleri temel alınarak, şirketlerin Pay Sahipleri, Kamuyu Aydınlatma, Menfaat Sahipleri ve Yönetim Kurulu bölümlerine ilişkin olgunluk düzeyleri analiz edilmiştir. Veriler, Kamuyu Aydınlatma Platformu'nda (KAP) yayımlanan Kurumsal Yönetim Uyum Raporları üzerinden elde edilmiştir. Bulgular, 2022 yılında 82,79 olan genel olgunluk düzeyinin 2024 yılında 81,75'e gerilediğini göstermektedir. Bölümler bazında, Kamuyu Aydınlatma ilkesinin istikrarlı seyrettiği, Yönetim Kurulu ilkesinde ise kademeli bir iyileşme gerçekleştiği gözlemlenmiştir. Şirketler bazında AYCES ve PKENT'in yüksek performans sergilediği, ULAS ve AVTUR'un ise görece düşük düzeyde kaldığı belirlenmiştir. Sonuçlar, sektör genelinde kurumsal yönetim uygulamalarında kısmi gerileme ve sınırlı ilerleme eğilimi olduğunu ortaya koymaktadır.

Anahtar sözcükler: Kurumsal yönetim, Kurumsal yönetim olgunluk, Kurumsal yönetim ilkeleri, BİST Turizm

Abstract

This study examines the Corporate Governance Maturity Levels (CGML) of companies listed in the Borsa İstanbul (BIST) Tourism Index between 2022 and 2024. Based on the corporate governance principles established by the Capital Markets Board (CMB), the research analyzes firms' maturity levels across four dimensions: Shareholders, Public Disclosure, Stakeholders, and Board of Directors. Data were obtained from the Corporate Governance Compliance Reports published on the Public Disclosure Platform (KAP). The findings indicate that the overall maturity

level declined from 82.79 in 2022 to 81.75 in 2024. While the Public Disclosure principle remained stable, a gradual improvement was observed in the Board of Directors section. Among the firms, AYCES and PKENT demonstrated strong performance, whereas ULAS and AVTUR showed relatively lower levels. Overall, the results reveal a partial decline and limited progress trend in corporate governance practices within the sector, suggesting that companies maintain stability but face challenges in achieving continuous improvement.

Keywords: corporate governance, corporate governance maturity, corporate governance principles, BIST Tourism

Giriş

1990'lı yılların başlarından itibaren küresel krizler ve şirket skandalları, kurumsal yönetimin önemini güçlü bir şekilde gündeme taşımıştır. İyi bir yönetim modeli, gerek şirketlerin gerekse ekonomilerin uzun vadeli başarısı açısından kritik bir unsur olarak görülmüş ve bu bağlamda kurumsal yönetim bilinci büyük ölçüde artış göstermiştir (Sakarya, 2011). Küreselleşme, firmalara çeşitli fırsatlar sunarken, aynı zamanda birçok zorluğu da beraberinde getirmektedir. Bu nedenle firmaların sermaye yapılarını güçlendirmeleri ve verimli yönetim uygulamalarını benimsemeleri, rekabetçi piyasalarda sürdürülebilirliklerini sağlamaları için hayati bir gereklilik haline gelmiştir. Kurumsal yönetim uygulamaları, yatırımcıların güvenini artırarak işletmelerin daha düşük maliyetlerle finansal kaynaklara ulaşabilmesini sağlamaktadır. Dolayısıyla kurumsal yönetim, şirketlerin sürdürülebilir büyüme hedeflerine ulaşmaları için stratejik bir öncelik olarak kabul edilmektedir (Dizgil & Reis, 2021).

Günümüzde kurumsal yönetim anlayışı gerek uluslararası düzeyde gerekse ulusal düzeyde önemi giderek daha net anlaşılmaya başlanmış bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Kuramsal açıdan kurumsal yönetimi ele alan ilk çalışmalardan biri olan Cadbury Raporu, bu konuda temel bir çerçeve sunmuş ve kurumsal yönetimi şirketlerin etkin bir şekilde yönetimi ve kontrolünü sağlayan bir sistem olarak tanımlamıştır (Düzer, 2020; Cadbury, 1992). Kurumsal yönetim anlayışı, şirketlerin şeffaf, adil, sorumlu ve hesap verebilir bir çerçevede yönetilmesini hedeflemektedir. Bu modelde, yöneticilerin hesap verebilirliğini artırma hedefi ön plandadır ve aynı zamanda hissedarlar ile diğer paydaşların çıkarlarının korunması öncelenmektedir. Rapor şirketlerin uzun vadeli sürdürülebilirliğini güvence altına almaya yönelik kritik bir yapı sunmaktadır. Kurumsal yönetim, paydaşların karar alma süreçlerine aktif katılımını teşvik ederek bu sayede işletmelerin hem performansını hem de yönetim kalitesini artırmaya yönelik somut bir çerçeve oluşturmaktadır. Bu yaklaşım, kısa vadeli hedeflere odaklanmaktan kaçınarak daha bütüncül ve uzun vadeli bir bakış açısını benimsemeyi sağlamaktadır. Bunun sonucunda, şirketler hem sürdürülebilir büyümeyi yakalayabilecek hem de tüm paydaşlarıyla güçlü bir etkileşim içinde ilerleyebilecektir (Çonkar vd., 2011). Çalışmada kurumsal yönetimin kavramının amacı, önemi ve şirketlere yararları konularında bilgi verilerek 2022-2024 yılları arasında BIST Turizm (XTRZM) endeksinde yer alan kurumsal uyum raporları analiz edilerek şirketlerin kurumsal yönetim olgunluk düzeyleri tespit edilmiştir.

Kurumsal Yönetimin Amacı

Kurumsal yönetimin temel amacı, şirket yönetimi ile paydaşlar arasında sağlıklı ve dengeli ilişkiler kurarak, farklı menfaat sahiplerini ortak bir paydada bir araya getirmek ve bu süreçte denetim ve denge mekanizması oluşturmaktır. Bu yönetim anlayışı, şirketlerin şeffaflık ve sorumluluk ilkeleri çerçevesinde faaliyet göstermesini incelemekte ve tüm paydaşların çıkarlarının gözetilmesini

amaçlamaktadır (Ayanoglu ve Türedi, 2022). Bununla birlikte kurumsal yönetim, şirket yöneticilerinin yetkilerini adil ve sorumlu şekilde kullanmalarını sağlayarak yatırımcı haklarını koruma altına almayı amaçlamaktadır. Bu yaklaşım, hissedarların haklarının güvence altına alınmasını sağlarken, şirket işlemlerinin tüm menfaat sahipleri açısından şeffaf ve adil bir şekilde gerçekleşmesini temin eder. Etkili bir kurumsal yönetim sistemi, şirketin uzun vadeli başarısına ve sürdürülebilirlik hedeflerine destek sağlamanın yanı sıra yatırımcı güvenini artırarak piyasalarda bütünlüğün korunmasına katkıda bulunmaktadır (Gergin ve Şen, 2019). Bu bağlamda kurumsal yönetim sisteminin ana hedefleri aşağıdaki şekilde özetlenebilir (Aktan, 2013):

- Üst düzey yöneticilerin yetkilerini şahsi kazanç sağlamak amacıyla kötüye kullanmalarının önlenmesi.
- Yatırımcıların şirkete duyduğu güveni artırmak için yatırımcı haklarının korunmasına yönelik adımlar atılması.
- Hissedarların eşit ve adil bir şekilde muamele görmesini sağlayarak şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkelerinin önceliklendirilmesi.
- Şirketle ilişkili tüm menfaat sahiplerinin haklarının güvence altına alınması.
- Şirket kazançlarının pay sahiplerine kâr payı olarak adil bir şekilde dağıtılmasının sağlanması.
- Şirket yönetiminin sorumluluklarının net bir şekilde tanımlanması.
- Şirket kaynaklarının etkin ve verimli biçimde kullanılmasının teşvik edilmesi.
- Üst yönetimin aldığı kararlar ve uygulamaların tüm menfaat sahiplerine karşı hesap verebilir olmasının temin edilmesi.

Genel anlamda kurumsal yönetim; şirketlerin ahlaki, yasal ve ekonomik gereklerle uyumlu bir şekilde faaliyet göstermesini sağlamaktadır. Kurumsal yönetim finansal performansla birlikte sosyal sorumluluk çerçevesinde hareket ederek tüm paydaşların uzun vadeli çıkarlarını gözetmeyi hedefler.

Kurumsal Yönetimin Önemi ve Faydaları

Kurumsal yönetim anlayışının benimsenmesi hem ulusal ekonomiler hem de şirketler açısından birçok stratejik avantaj sunmaktadır. Makro ekonomik düzeyde, bu ilkelerin uygulanması, şeffaflığın artırılmasına katkıda bulunarak yatırımcı güvenini güçlendirmekte, uluslararası rekabet gücünü yükseltmekte ve ekonomik krizlere karşı daha dayanıklı mekanizmalar oluşturulmasını sağlamaktadır. Mikro düzeyde ise kurumsal yönetimin benimsenmesi, şirketlerin sermaye maliyetlerini düşürmelerine, finansal esnekliklerini artırmalarına ve piyasalar nezdinde güvenilir bir kurumsal itibar oluşturmalarına önemli ölçüde destek olmaktadır. Tüm bu unsurlar, işletmelerin uzun vadeli ve sürdürülebilir büyüme hedeflerine ulaşmalarını mümkün kılmaktadır (Küçüköğlu ve diğerleri, 2022). Ayrıca, kurumsal yönetim ilkelerinin uygulanması, işletmelerin yönetim süreçlerini, operasyonel faaliyetlerini ve karar alma mekanizmalarını belirli standartlar doğrultusunda düzenlemelerine olanak tanımaktadır (Dereköy, 2015). Kurumsal yönetim anlayışının öne çıktığı bir diğer önemli boyut ise, bu prensiplerin sürekli ve bütüncül bir şekilde uygulanmasının sadece sürdürülebilir büyümeyi desteklemekle kalmayıp aynı zamanda kurumsal sürdürülebilirliği sağlamak için etkili bir araç olarak değerlendirilmesidir (Tezel ve Günay, 2023).

Kurumsal Yönetim İlkeleri

Ekonomik krizlerin ve şirket skandallarının ardından, şirketlere duyulan güveni yeniden tesis etmek amacıyla Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD), 1999 yılında Kurumsal Yönetim İlkeleri'ni yayınlamıştır. Bu ilkeler, şeffaflık, hesap verebilirlik, adillik ve sorumluluk gibi temel değerleri içermekte olup, dünya çapında birçok ülkenin kurumsal yönetim uygulamalarının geliştirilmesinde önemli bir referans kaynağı olmuştur (Dölen, 2015). OECD Kurumsal Yönetim İlkeleri, hem üye hem de üye olmayan ülkeler için düzenleyici bir çerçeve sunmayı ve kurumsal yönetim uygulamalarının iyileştirilmesine yönelik rehberlik sağlamayı hedeflemektedir. İlkeler bağlayıcılığı olmayan bir niteliğe sahiptir. Ancak ülkeler ve kurumlar, bu ilkeleri kendi ekonomik, sosyal, kültürel ve hukuki ihtiyaçları doğrultusunda uyarlayarak modeller geliştirebilmektedir (OECD, 1999). Kurumsal yönetim, şirketlerin yönetim yapılarının düzenlenmesi ve paydaşlarla olan ilişkilerin geliştirilmesini amaçlayan bir ilke seti olarak tanımlanmaktadır. Esas hedefi, şirketlerin uzun vadeli sürdürülebilirliğini sağlamak ve tüm paydaşların haklarını korumaktır. Etkili bir kurumsal yönetim anlayışı, şirketlerin piyasa değerini ve itibarını artırdığı gibi yatırımcı güvenini de güçlendirmektedir (Yurtlu, 2023). Türkiye'de kurumsal yönetim alanında gerçekleştirilen ilk çalışmalar, Türk Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği (TÜSİAD) tarafından OECD Kurumsal Yönetim İlkeleri'nin Türkçeye tercüme edilip bir çalışma grubunun oluşturulmasıyla başlatılmıştır (Karabaş & Sayar, 2023). Bunu takiben TÜSİAD, "*Kurumsal Yönetim En İyi Uygulama Kodu: Yönetim Kurulunun Yapısı ve İşleyişi*" başlıklı raporu yayımlamıştır (TÜSİAD, 2002). Türkiye'deki kurumsal yönetim uygulamaları, uluslararası standartlarla büyük ölçüde uyumlu bir gelişim göstermiştir. OECD'nin 1999 yılında yayımladığı Kurumsal Yönetim İlkeleri, Türkiye'deki düzenleyici boşlukların giderilmesine yönelik temel bir yapı sağlamıştır. Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) bu ilkeleri Türkiye'nin özgün şartlarını göz önünde bulundurarak yerel uygulamalara uyarlamış ve benimsemiştir. SPK'nın "*uygula ya da açıkla*" yaklaşımı, şirketlerin bu ilkeleri benimsemesini teşvik ederken esneklik sunmaktadır. Bu çerçevede şirketler, kurumsal yönetim uygulamalarını kendi iş modelleri ve stratejik hedeflerine uygun şekilde adapte edebilmektedir (Ataman vd., 2017). Hem uluslararası literatürde hem de Türkiye'de kurumsal yönetim ilkeleri adillik, şeffaflık, sorumluluk ve hesap verebilirlik olmak üzere dört temel unsur üzerine inşa edilmiştir. Bu ilkeler hem teori hem de uygulamada kurumsal yönetimin temel dayanağını oluşturmaktadır.

Adillik İlkesi: Adillik ilkesi, şirket yönetiminin tüm hak sahiplerine eşit davranılmasını ve onlara adil bir şekilde muamele edilmesini zorunlu kılmak olarak tanımlanabilir. Bu ilke, hak sahiplerinin yanı sıra yabancı ortakların ve azınlık hissedarlarının haklarının güvence altına alınmasını da kapsar. Kurumsal yönetim anlayışı, pay sahipliği haklarının korunması ve bu hakların kullanılmasına yönelik gerekli kolaylıkların sağlanmasını öngörür. Ayrıca, herhangi bir hak ihlali durumunda hızlı, uygun ve yeterli miktarda tazminat verilmesi gerektiğini vurgular. Adillik prensibi, hissedar haklarını koruma ve bu hakları güvence altına alma amacını taşıdığı için kurumsal yönetimin temel ilkelerinden biri olarak kabul edilmektedir (Tenteriz & Akkaya, 2021).

Şeffaflık İlkesi: Şeffaflık ilkesi, aynı zamanda kamuyu aydınlatma ilkesi olarak da bilinmektedir. Bu ilkenin temel amacı, şirketin mevcut durumu, finansal yapısı ve kurumsal yönetim uygulamaları hakkında kamuya doğru, eksiksiz ve zamanında bilgi sunulmasını sağlamaktır. Çoğunluk hisseye sahip olan hissedarlar, genellikle diğer pay sahiplerine kıyasla bilgiye daha hızlı ve kolay ulaşma avantajına sahiptir. Şeffaflık ilkesi, çoğunluk hissedarları ile diğer pay sahipleri arasında oluşabilecek bilgi asimetrisinin giderilmesini hedeflemektedir. Kamuya bilgilerin açık ve şeffaf bir şekilde sunulması, bu tür sorunların önüne geçebilecektir (Alagöz & Erkoçak, 2021).

Sorumluluk İlkesi; Sorumluluk ilkesi, şirketlerin faaliyetlerini mevcut mevzuata, şirket esas sözleşmesine ve yönergelerine uygun bir şekilde yürütmesini ve bu uyumun denetlenmesini ifade eder. Bu ilke, genellikle yönetim kurulunun aldığı kararlar ve gerçekleştirdiği eylemlerle doğrudan ilişkilidir. Sorumluluk ilkesine göre, yöneticiler ve yönetim kurulu, aldıkları kararların sonuçlarından pay sahiplerine ve tüm çıkar sahiplerine karşı hesap verme yükümlülüğüne sahiptir. Bu ilke, yalnızca mevcut iş ve kararlarla sınırlı kalmayıp ilerleyen süreçleri de kapsadığı için, eylem ve kararların denetimi, şirketin sürdürülebilirliği açısından kritik bir öneme sahiptir (Gürkan, 2019; Sürmen & Abdioğlu, 2020).

Hesap Verebilirlik: Hesap verebilirlik ilkesi, şirket yöneticilerinin aldıkları kararlar ve bu kararların sonuçları doğrultusunda hem pay sahiplerine hem de menfaat sahiplerine karşı sorumluluk taşımalarını gerektiren bir ilke olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu ilkenin temel işlevi, yönetime dahil olan pay sahiplerinin, beklenmedik ve yüksek risk taşıyan kararların alınmasını engelleyebilmesini sağlamaktır. Aynı şekilde, hesap verebilirlik ilkesi, yöneticilerin keyfi davranışlarını ve yalnızca kendi çıkarlarına odaklanan karar alma süreçlerini sınırlandırarak şirketin genel çıkarlarını koruma altına almaktadır. Bu doğrultuda, ilke sadece pay sahiplerinin değil aynı zamanda menfaat sahiplerinin de korunmasına hizmet etmektedir. Ancak söz konusu ilkenin etkin şekilde uygulanabilmesi için şirket yönetiminde yer alan bireylerin yetki ve sorumluluk alanlarının açıkça tanımlanması ve her birinin bu alanlar çerçevesinde eşit ölçüde sorumlu tutulması zorunludur (Tuğ, 2019).

Kurumsal Yönetim Olgunluk Düzeyi

Kurumsal Yönetim Olgunluk Düzeyleri (KYOD), Borsa İstanbul A.Ş. (BIST) bünyesinde işlem gören şirketlerin, Kurumsal Yönetim Tebliği doğrultusunda Kamuyu Aydınlatma Platformu'na (KAP) ilettikleri Kurumsal Yönetim Uyum Raporları temel alınarak hesaplanmaktadır. Bu değerlendirmeler, şirketlerin kurumsal yönetim standartlarına ne ölçüde uyum sağladığını ortaya koyarak sektörler arası karşılaştırma yapılmasına imkân tanımaktadır (VAP, 2025). Kurumsal yönetim olgunluk düzeyine etki eden faktörler analiz edildiğinde, küresel ölçekte kabul gören G20/OECD kurumsal yönetim ilkeleri kapsamında pek çok kriter ve başlığın dikkate alındığı gözlemlenmektedir. Bunun yanı sıra, çeşitli ülkelerin kendilerine özgü yerel uygulamalara da yer verdiği görülmektedir (Arıkan, 2022). BIST Pay Piyasası'nda işlem gören ve Kurumsal Yönetim Tebliği kapsamına giren şirketler KYOD değerlendirmesine dahil edilirken, Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) düzenlemeleri gereği belirli istisnalar mevcuttur. Örneğin, yabancı sermaye piyasası aracı ihraççısı statüsündeki şirketler ile özel hesap dönemine sahip olan şirketler bu kapsam dışında bırakılmaktadır (MKK, 2025). KYOD hesaplamaları, Borsa İstanbul'da işlem gören şirketlerin yıllık finansal tablolarını KAP'a göndermelerinin ardından yapılmakta ve genellikle Nisan ayının sonunda kamuoyuna açıklanmaktadır. Ancak, SPK tarafından yıllık finansal rapor gönderim tarihine ilişkin yapılan değişiklikler KYOD'un yayınlanma zamanını etkileyebilir. Ayrıca, yapılan düzenlemeler ve yıl içerisinde ek olarak yayınlanan raporların dikkate alınmasıyla bir sonraki yılın Ocak ayı sonunda KYOD güncellemeleri yapılmaktadır (MKK, 2025). KYUR (Kurumsal Yönetim Uyum Raporu), dört ana bölümden oluşmakta ve toplamda 68 ilkeyi içermektedir. SPK'nın 01.02.2013 tarihli ve 4/105 sayılı İlke Kararı ile belirlenen kurumsal yönetim derecelendirme ağırlıkları bu karar kapsamında detaylı bir şekilde tanımlanmıştır. Söz konusu ağırlıklar, şirketlerin kurumsal yönetim performanslarının değerlendirilmesi için kullanılan kriterleri ifade etmektedir (MKK, 2025).

Tablo 1: KYOD hesaplamasında kullanılan ilke sayısı ve ağırlık düzeyleri

Bölüm Adı	İlke sayısı	Ağırlık (%)
Pay Sahipleri	17	25
Kamuyu Aydınlatma	5	25
Menfaat Sahipleri	21	15
Yönetim Kurulu	25	35

Kaynak: MKK, <https://www.vap.org.tr/bist-sirketleri-kurumsal-yonetim-olgunluk-duzeyi>

KYOD, şirketlerin yönetim kalitesini değerlendirmek ve karşılaştırmak amacıyla kullanılan önemli bir göstergedir. Bu gösterge, hem piyasa paydaşlarına değerli bilgiler sunmada hem de düzenleyici ve denetleyici kurumlar tarafından borsada işlem gören şirketlerin Kurumsal Yönetim Olgunluk Düzeylerinin takip edilmesinde bir referans noktası olarak işlev görür. Bunun yanı sıra, şirketlerin Kurumsal Yönetim Olgunluk Düzeyleri sektörel endekslerle karşılaştırılarak, borsaya kote firmalar kurumsal yönetim yapılarını şekillendirme konusunda yönlendirme alabilmektedir (Arıkan & Yetgin, 2023).

Çalışmanın Amacı ve Kapsamı

Kurumsal yönetim ilkelerine uyum, özellikle halka açık ve geniş bir yatırımcı ile paydaş kitlesini bünyesinde barındıran şirketler açısından son derece kritik bir öneme sahiptir. Kurumsal yönetim anlayışı, modern iş dünyasında temel bir değer taşımakta olup, bu bağlamda kurumsal yönetim derecelendirmesi şirketlerin bu ilkelere ne ölçüde bağlı kaldıklarını ve nasıl uyguladıklarını ortaya koyan önemli bir göstergedir. Kurumsal yönetim olgunluk düzey notları, şirketlerin kurumsal yönetim standartlarının seviyesini değerlendirmek ve piyasa aktörlerine güvenilir bilgiler sağlamak açısından dikkate değerdir. Bu sonuçlar, sermaye piyasası katılımcılarının karar alma süreçlerini destekleyen önemli bir kaynak oluşturmaktadır. Bu çalışmanın amacı 2022 ve 2024 yılları arasında BIST Turizm (XTRZM) endeksinde yer alan şirketlerin kurumsal yönetim olgunluk düzeylerinin hesaplanarak, endekste yer alan şirketler arasında karşılaştırma yapmaktır. Bu kapsamda 2022 ve 2024 yılları arasında BIST Turizm endeksinde yer alan şirketlerin kurumsal yönetim raporları incelenmiştir. Şirketlerin kurumsal yönetim uyum raporlarına Kamuyu Aydınlatma Platformundan ulaşılmıştır (KAP, 2025).

Yöntem

Kurumsal Yönetim Bölüm Notu (BN), işletmelerin Kurumsal Yönetim Uyum Raporlarında (KYUR) belirtilen her bir ilkeye olan uyum düzeylerini değerlendiren bir ölçüm sistemidir. Bu sistem çerçevesinde, ilkelere verilen "Evet", "Hayır" ve "Kısmen" yanıtlarının belirli ağırlık puanları dikkate alınarak şirketlerin kurumsal yönetim performansları analiz edilmektedir. Bununla birlikte, "Muaf" ya da "İlgisiz" olarak sınıflandırılan kriterler, bu puanlamanın dışında tutulmaktadır (Arıkan, 2022; VAP, 2025).

Tablo 2: KYOD Hesaplamasında KYİ Cevaplarının Notlandırma Ağırlığı

Cevap	Not Karşılığı
Hayır	33,33
Kısmen	66,66

Evet	100
Muaf	Not ve ortalama hesabına dahil değildir
İlgisiz	Not ve ortalama hesabına dahil değildir

Kaynak: MKK, <https://www.vap.org.tr/bist-sirketleri-kurumsal-yonetim-olgunluk-duzeyi>

Şirketler için verilen yanıtların puanlara dönüştürülmesinden sonra, Kurumsal Yönetim'in 4 ana bölümü temel alınarak her bir şirketin Kurumsal Yönetim Bölüm Puanı hesaplanırken aşağıdaki formül kullanılmaktadır:

$$BN_{(k)} = \left(\frac{\sum_{i=1}^n IN_{(i)}}{n} \right)$$

$BN_{(k)}$: İlgili şirketin k Bölüm Notu

IN_i : İlgili şirketin i İlke Notu

$n_{\square}$: Bölümde Notlanan İlke Sayısı

$k_{\square}$: İlgili Bölüm

Alt bölümlere ilişkin notlar SPK'nın oluşturmuş olduğu katsayılarla ağırlıklandırılıp toplanması ile Kurumsal yönetim Olgunluk Düzeyi hesaplanmıştır:

$$KYOD_{(i)} = (0,25 * BN_{1,i}) + (0,25 * BN_{2,i}) + (0,15 * BN_{3,i}) + (0,35 * BN_{4,i})$$

$KYOD_{(i)}$: (i) şirketinin Kurumsal Yönetim Olgunluk Düzeyleri

$BN_{(1,i)}$: (i) şirketinin Pay Sahipleri Bölüm Notu

$BN_{(2,i)}$: (i) şirketinin Kamuyu Aydınlatma Bölüm Notu

$BN_{(3,i)}$: (i) şirketinin Menfaat Sahipleri Bölüm Notu

$BN_{(4,i)}$: (i) şirketinin Yönetim Kurulu Bölüm Notu

Bu bölümde Kurumsal Yönetim Olgunluk Düzeyi ortalamaları hesaplanarak Kurumsal Yönetim Uyum Raporu açıklamasında bulunan BİST şirketleri için yıl bazlı sektörlere ait düzey değerleri hesaplanmıştır.

$$KYOD_{(t)} = \left(\frac{\sum_{i=1}^n KYOD_{(i,t)}}{n} \right)$$

$KYOD_{(t)}$: Genel ya da ilgili sektör için t yılındaki Kurumsal Yönetim Olgunluk Düzeyi

$KYOD_{(i,t)}$: (i) şirketinin t yılındaki Kurumsal Yönetim Olgunluk Düzeyi

$t_{\square}$: Kurumsal Yönetim Olgunluk Düzeyinin yapıldığı yıl

$n_{\square}$: Kurumsal Yönetim Olgunluk Düzeyi hesaplaması yapılan kapsamdaki şirket sayısı

BİST şirketlerinin Kurumsal yönetim uyum raporu bölümlerinin hesaplanması aşağıdaki formülle yapılmaktadır.

$$KYOD_{(t,k)} = \left(\frac{\sum_{i=1}^n BN_{(i,t,k)}}{n} \right)$$

$KYOD_{(t,k)}$: İlgili bölüm için t yılındaki Kurumsal Yönetim Olgunluk Düzeyi

$KYOD_{(i,t,k)}$: (i) şirketinin t yılındaki k Bölüm Notu

$t_{\square}$: Kurumsal Yönetim Olgunluk Düzeyi hesaplamasının yapıldığı yıl

$n_{\square}$: Kurumsal Yönetim Olgunluk Düzeyi hesaplaması yapılan bölüm kapsamındaki şirket sayısı

$k_{\square}$: İlgili bölüm

Analiz ve Bulgular

Çalışma kapsamında BİST Turizm endeksinde işlem gören şirketlerin kurumsal yönetim olgunluk performansları hesaplanmıştır. Aşağıda yer alan tablolarda analiz ve bulgular yer almaktadır.

Tablo 3: BİST Turizm Şirketleri

No	Bileşen Kodu	Şirket Adı	Sektör
1	MAALT.E	Marmaris Altinyunus Turistik Tesisler A.Ş.	Konaklama
2	MERIT.E	Merit Turizm Yatırım ve İşletme A.Ş.	Konaklama
3	PKENT.E	Petrokent Turizm A.Ş.	Konaklama
4	AYCES.E	Altın Yunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş.	Konaklama
5	ETILR.E	Etiler Gıda ve Ticari Yatırımlar Sanayi ve Ticaret A.Ş.	Yiyecek-İçecek Hizmetleri
6	TEKTU.E	Tek-Art İnşaat Ticaret Turizm Sanayi ve Yatırımlar A.Ş.	Konaklama
7	AVTUR	Avrasya Petrol ve Turistik Tesisler Yatırımlar A.Ş.	Konaklama
8	ULAS	Ulaşlar Turizm Enerji Tarım Gıda ve İnşaat Yatırımları A.Ş.	Konaklama

Kaynak: Borsa İstanbul, 2025. Erişim Tarihi: 01.10.2025.

Tablo3, Borsa İstanbul (BIST) Turizm Endeksi (XTRZM) kapsamında işlem gören başlıca turizm şirketlerini göstermektedir. Bu şirketler, Türkiye'nin turizm sektöründeki sermaye piyasası temsilcilerini oluşturmaktadır. Verilere göre endekste yer alan işletmelerin büyük çoğunluğu konaklama sektöründe faaliyet göstermekte olup, sadece Etiler Gıda ve Ticari Yatırımlar A.Ş. yiyecek-içecek hizmetleri alanında yer almaktadır. Bu durum, BIST Turizm Endeksi'nin ağırlıklı olarak konaklama yatırımlarına dayalı bir yapıya sahip olduğunu ve Türkiye'de turizm sektörünün sermaye piyasasındaki yansımalarının otelcilik ve tesis işletmeciliği ekseninde yoğunlaştığını göstermektedir.

Tablo 4: 2022-2024 yılları KYOD notları

Olgunluk Hesaplamaları Yıl Bazlı	
2022	82,79
2023	81,81
2024	81,75

Tablo 4'te yer alan genel olgunluk düzeyi notlarına bakıldığında, 2022 yılında 82,79 olarak ölçülen Kurumsal Yönetim Olgunluk Düzeyi'nin 2023 yılında 81,81'e gerilediği, 2024 yılında ise 81,75 ile neredeyse sabit kaldığı görülmektedir. Bu durum, incelenen dönemde genel olgunluk düzeyinde sınırlı bir düşüş eğilimi olduğunu göstermektedir. 2022 yılındaki yüksek seviye sonrası gözlemlenen bu küçük gerileme, işletmelerin kurumsal yönetim uygulamalarında istikrar sağlamakla birlikte, belirli alanlarda gelişim hızının yavaşladığına işaret etmektedir.

Tablo 5: 2022-2024 Olgunluk Düzeyleri Bölüm Notları

Kurumsal Yönetim Olgunluk Düzeyleri Bölüm				
	Pay Sahipleri	Kamuyu Aydınlatma	Menfaat Sahipleri	Yönetim Kurulu
2022	87,25	86,67	85,91	75,50
2023	84,80	86,67	79,56	77,17
2024	84,56	86,67	79,56	77,17

Tablo 5 incelendiğinde, Pay Sahipleri ilkesine ilişkin olgunluk düzeyinin 2022 yılında 87,25 iken 2023'te 84,80'e gerilediği, 2024 yılında ise 84,56 olarak sabit kaldığı görülmüştür. Bu durum, pay sahipliği haklarının korunmasına yönelik uygulamalarda kısa vadeli bir düşüş eğilimi olduğunu göstermektedir. Kamuyu Aydınlatma ilkesinde ise 2022–2024 yılları arasında 86,67 puan ile istikrarlı bir seyrin korunduğu görülmektedir.

Menfaat Sahipleri ilkesinde 2022 yılında 85,91 olan notun 2023 yılında 79,56'ya düştüğü ve 2024 yılında aynı seviyede kaldığı gözlemlenmiştir. Bu durum, ilgili yıllarda menfaat sahiplerine yönelik uygulamalarda geçici bir gerileme yaşandığını şeklinde yorumlanabilir. Yönetim Kurulu bölümünde ise 2022 yılında 75,50 olan notun 2023 yılında 77,17'ye yükseldiği ve

2024 yılında aynı seviyeyi koruduğu tespit edilmiştir. Bu durum, yönetim kurulu uygulamalarında kademeli bir iyileşme eğiliminin sürdüğünü ortaya koymaktadır.

Tablo 6: BİST Turizm Şirketleri 2022-2024 Yılları Arası Olgunluk Düzeyleri Not ve Sıralamaları

	2022	Sıralama	2023	Sıralama	2024	Sıralama
AYCES	90,77	1	89,3	2	90,77	1
AVTUR	70,35	8	77,06	7	75,59	7
ETILR	83,43	4	86,24	3	85,74	3
MAALT	82,64	5	82,2	4	82,2	4
MERIT	82,19	6	79,78	6	79,78	6
PKENT	90,04	2	90,04	1	90,04	2
TEKTU	87,48	3	80,27	5	80,27	5
ULAS	70,43	7	69,59	8	69,59	8

Tablo 6'daki şirket bazlı olgunluk düzeyleri incelendiğinde, AYCES ve PKENT şirketlerinin tüm yıllarda en yüksek olgunluk düzeyine sahip olduğu, sıralamada ilk iki sırayı dönüşümlü olarak paylaştığı görülmüştür. ETILR, MAALT ve TEKTU şirketleri istikrarlı bir performans sergileyerek orta-üst seviyelerde yer almıştır. Buna karşılık AVTUR ve ULAS şirketlerinin notları görece düşük kalmış; özellikle ULAS'ın üç yıl boyunca sıralamada son sırada yer aldığı belirlenmiştir. Genel olarak değerlendirildiğinde, şirketler arasında kurumsal yönetim olgunluk düzeyleri bakımından belirgin farklılıklar bulunduğu, ancak üst sıralarda yer alan işletmelerin bu konudaki standartlarını koruduğu gözlemlenmiştir.

Sonuç

Kurumsal yönetim, 1990'lı yıllardan itibaren giderek artan bir önem kazanmış ve özellikle şirket skandalları ile uluslararası finansal krizlerin temelindeki yetersiz yönetim politikalarının etkisiyle yoğun bir şekilde tartışılmıştır (Doğan, 2018). Bu kavram, özellikle şirket skandalları sonrasında daha fazla öne çıkmış ve işletmeler, paydaşlarının güvenini yeniden kazanmak ve şeffaflık sağlamak amacıyla bilgi sistemleri ve iletişim stratejilerini geliştirmeye yönelmiştir (Abdioğlu, 2007:16). Etkili kurumsal yönetim uygulamaları yalnızca şirketlerin performansı ve piyasa değerlerini artırmakla kalmayıp, aynı zamanda yatırımcı güvenini güçlendirmekte ve sermaye akışını kolaylaştırarak rekabet avantajı yaratmaktadır. Bu sayede şirketler, sürdürülebilir büyüme ve kalkınma için gerekli finansal kaynaklara erişimde fırsatlar elde etmekte ve hem yatırımcılar hem de genel piyasa açısından daha cazip hale gelmektedir (Tenteriz & Akkaya, 2021). Kurumsal yönetim olgunluk düzey notları, şirketlerin operasyonel verimlilikleri, sürdürülebilirlik kapasiteleri, ekonomik performansları ve kurumsal süreçlerdeki başarı düzeylerini kapsamlı biçimde değerlendiren kritik bir araç işlevi görmektedir. Söz konusu bu değerlendirme, şirketlere sektör içindeki konumlarını daha net bir şekilde analiz etme ve kurumsal yönetim uygulamalarının etkinliğini ölçme olanağı sunmaktadır. Dolayısıyla, bu tür bir analiz süreci, şirketlerin genel performanslarını objektif ve sağlıklı bir şekilde değerlendirmelerine imkan tanımaktadır

(Kılıçarslan, 2024). Yapılan incelemeler, BIST Turizm endeksine dâhil olan işletmelerin 2022–2024 dönemindeki kurumsal yönetim olgunluk düzeylerinin genel olarak hafif bir düşüş eğilimi gösterdiğini ortaya koymaktadır. Bu eğilim, şirketlerin belirli bir istikrarı sürdürüyor olmalarına rağmen gelişim hızlarında bir yavaşlama yaşandığını işaret etmektedir. Özellikle Pay Sahipleri ve Menfaat Sahipleri ilkelerinde bir gerileme gözlemlenirken, o dönemde Yönetim Kurulu ilkesinde meydana gelen iyileşmeler dikkat çekmektedir. Bu durum, yönetim mekanizmalarının etkinliğini artırmaya yönelik olarak şirketler tarafından bazı stratejilerin uygulandığını; ancak paydaş ilişkilerinin yönetimi ve hakların korunması gibi konularda arzu edilen sürdürülebilir iyileşmenin henüz tam olarak gerçekleşmediğini göstermektedir. Şirketler arasında gözlemlenen farklılıklar, kurumsal yönetim kültürünün kurumlar arasında homojen bir biçimde yerleşmediğini ve bu alanda kurumlar arasındaki kapasite farklılıklarının belirgin olduğunu ortaya koymaktadır. Yüksek kurumsal olgunluk düzeyine sahip AYCES ve PKENT gibi firmalar, kurumsal yönetim ilkelerini benimsemekte başarılı birer örnek teşkil ederken; düşük performans gösteren firmalar açısından bu durum, kurumsal şeffaflık, sorumluluk ve hesap verebilirlik süreçlerinde iyileştirilmesi gereken açıkların bulunduğu işaret etmektedir. Sonuç olarak, turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin kurumsal yönetim uygulamalarını daha ileri seviyelere taşıyabilmeleri için yönetim kurullarının profesyonelleştirilmesi, paydaşlarla etkin iletişim mekanizmalarının güçlendirilmesi ve kurumsal sürdürülebilirlik yaklaşımlarının bütüncül bir perspektifle benimsenmesi gereklidir. Bu doğrultuda, kurumsal yönetim olgunluk düzeyinin artırılması hem yatırımcı güveninin yeniden tesis edilmesine zemin hazırlayacak hem de sektörde uzun vadeli rekabet gücünün korunmasını destekleyecektir.

Kaynakça

- Abdioğlu, H. (2007). *İşletmelerde kurumsal yönetim anlayışı kapsamında iç denetimin rolü ve İmkb-100 örneği* [Doktora Tezi]. Marmara üniversitesi sosyal bilimler enstitüsü.
- Aktan, C. C. (2013). Kurumsal Şirket Yönetimi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5(1), Article 1.
- Alagöz, A., & Erkoçak, H. E. (2021). Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Dereceleri İle Firma Karlılığı Arasındaki İlişki: BIST Kurumsal Yönetim Endeksi (XKURY) Bankacılık Ve Sanayi Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmaların Karşılaştırmalı Analizi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 91, 119-144. <https://doi.org/10.25095/mufad.843155>
- Arıkan, E., & Yetgin, F. (2023). Kurumsal Yönetim Olgunluk Düzeyini Etkileyen Faktörlerin Analizi: Borsa İstanbul'da İşlem Gören Şirketler Üzerine Bir Araştırma. *Yıldız Social Science Review*, 9(1), Article 1.
- Ataman, B., Gökçen, G., Cavlak, H., & Cebeci, Y. (2017). Kurumsal Yönetim Algısı İle Kurumsal Yönetim Notu Arasındaki İlişkinin Analizi. *Maliye Finans Yazıları*, 1(107), 162-185. <https://doi.org/10.33203/mfy.307179>
- Ayanoğlu, A., & Türedi, H. (2022). Şirketlerde Kurumsal Yönetimin Tarihsel Gelişimi Ve Ortaya Çıkış Nedenleri. *Vergi Raporu*, 0(275), Article 275.

- Cadbury, A. (1992). *Report of the Committee on the Financial Aspects of Corporate Governance*. Gee & Co. Ltd. Retrieved from <https://www.ecgi.global/sites/default/files/codes/documents/cadbury.pdf>
- Çonkar, K., Elitaş, C., & Atar, G. (2011). İmkb kurumsal yönetim endeksi'ndeki (xkury) firmaların finansal performanslarının toptis yöntemi ile ölçümü ve kurumsal yönetim notu ile analizi. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 61(1), Article 1.
- Dereköy, F. (2015). Kurumsal yönetim ve temel dinamikleri. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), Article 1.
- Dizgil, E., & Reis, Ş. G. (2021). Kurumsal Yönetimin Sermaye Yapısına Etkisi: Bist Kurumsal Yönetim Endeksi Üzerine Bir Araştırma. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 42, Article 42. <https://doi.org/10.30794/pausbed.644110>
- Doğan, M. (2018). Kurumsal Yönetimin Teorik Temelleri. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 1(1), Article 1.
- Dölen, Dr. T. (2015). Muhasebe Meslek Mensuplarının Kurumsal Yönetim Algı Düzeylerinin Ölçülmesine Yönelik Ankara İlinde Bir Araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(1). <https://doi.org/10.18037/ausbd.71542>
- Düzer, M. (2020). Kurumsal Yönetim Derecelendirmesi: Bist Kurumsal Yönetim Endeksi'nde Bir İnceleme. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(2), Article 2. <https://doi.org/10.33707/akuiibfd.679871>
- Gergin, b., & şen, i. K. (2019). Kurumsal yönetim endeksinde yer almanın bankaların performansına etkisi: BORSA İSTANBUL'DA BİR ARAŞTIRMA. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 21(4), Article 4. <https://doi.org/10.31460/mbdd.562606>
- Gürkan, S. (2019). Türkiye'deki Kooperatiflerde Kurumsal Yönetişim İlkelerinin Uygulanabilirliği. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(16), Article 16.
- Karabaş, S., & Sayar, A. R. Z. (2023). Sermaye Piyasası Kurulu'nun Kurumsal Yönetim Tebliği Çerçevesinde Uyulması Zorunlu Kurumsal Yönetim İlkelerinin Uygulanabilirliği: Türkiye Tarım Kredi Kooperatifleri Örneği. *Muhasebe ve Denetime Bakış*, 23(69), Article 69. <https://doi.org/10.55322/mdbakis.1201378>
- Kılıçarslan, A. (2024). Kurumsal Yönetim Olgunluk Düzeyi Performansının Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleriyle Değerlendirilmesi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 101, Article 101. <https://doi.org/10.25095/mufad.1326778>
- Küçüköğlu, S., İLter Küçükçolak, N., & Küçükçolak, R. A. (2022). Kurumsal Yönetim Derecelendirmesi ve Pay Değeri İlişkisi: Borsa İstanbul Örneği. *Sosyoekonomi*, 30(52), 439-454. <https://doi.org/10.17233/sosyoekonomi.2022.02.22>

- Merkezi Kayıt Kuruluşu. (2025). *BIST şirketleri kurumsal yönetim olgunluk düzeyi*. Veri Analiz Platformu. Erişim tarihi: 9 Ekim 2025, <https://www.vap.org.tr/bist-sirketleri-kurumsal-yonetim-olgunluk-duzeyi>
- OECD. (1999). *OECD Principles of Corporate Governance*. Organisation for Economic Co-operation and Development. https://www.oecd-ilibrary.org/governance/oecd-principles-of-corporate-governance_9789264173705-en
- Sakarya, Ş. (2011). İMKB Kurumsal Yönetim Endeksi Kapsamındaki Şirketlerin Kurumsal Yönetim Derecelendirme Notu ve Hisse Senedi Getirileri Arasındaki İlişkinin Olay Çalışması Event Study Yöntemi İle Analizi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 7(13), Article 13.
- Sürmen, Y., & Abdioğlu, H. (2020). Kurumsal Yönetim Anlayışı Kapsamında Türkiye Denetim Standartlarının İncelenmesi. *Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi*, 18, Article 18.
- Tenteriz, Y., & Akkaya, G. (2021). Kurumsal Yönetim Üzerine Bir Yazın Taraması. *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 5(10), Article 10. <https://doi.org/10.31006/gipad.1024888>
- Tezel, Ö., & Günay, G. Y. (2023). Kurumsal yönetim uygulamaları: ülkeler özelinde bir sistematik literatür taraması. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25(Özel Sayı), Article Özel Sayı. <https://doi.org/10.26468/trakyasobed.1220049>
- Tuğ, M. A. (2019). Kurumsal Yönetim Kavramının Genel Çerçevesi ve Türk Hukukundaki Yansımaları. *Anadolu Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 5(1), Article 1.
- TÜSİAD. (2002). *Kurumsal Yönetim En İyi Uygulama Kodu: Yönetim Kurulunun Yapısı ve İşleyişi* (Yayın No. TÜSİAD-T/2002-12/336). İstanbul: TÜSİAD. Erişim tarihi: 09.10.2025 <https://tusiad.org/tr/yayinlar/raporlar/item/1877-kurumsal-yonetim-en-iyi-uygulama-kodu--yonetim-kurulunun-yapisi-ve-isleyisi>
- Veri Analizi Platformu. (2025). *Kurumsal yönetim olgunluk endeksi*. Veri Analiz Platformu. Erişim Tarihi 09.10.2025 <https://www.vap.org.tr/kurumsal-yonetim-olgunluk-endeksi>
- Yurtlu, Ö. (2023). İşletmelerin İç Denetim Yapısının Kurumsal Yönetim Sürecine Etkisi. *İzmir Yönetim Dergisi*, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.56203/iyd.1126972>

Konaklama İşletmesi Çalışanlarının İş Stresi ile Psikolojik İyi Oluşları Arasındaki İlişki

Seyit Ahmet SOLMAZ^{1*}, Hande UYAR OĞUZ²

Turizm Fakültesi/Turizm Rehberliği Bölümü

Harran Üniversitesi, Türkiye

¹ seyitahmetsolmaz@harran.edu.tr

ORCID: [0000-0002-7224-3605](https://orcid.org/0000-0002-7224-3605)

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi/ Turizm İşletmeciliği Bölümü

Bartın Üniversitesi, Türkiye

² handeuyar@bartin.edu.tr

ORCID: [0000-0001-8322-3864](https://orcid.org/0000-0001-8322-3864)

Özet

Günümüz iş dünyası, giderek artan rekabet, teknolojik dönüşüm ve değişen müşteri beklentileri ile çalışanlar üzerinde önemli düzeyde baskılar oluşturmaktadır. Bu baskılar, bireylerin hem fiziksel hem de ruhsal sağlıklarını tehdit ederek stres düzeylerinin artmasına neden olmaktadır. Özellikle hizmet sektörlerinde, müşteri memnuniyeti ve sürekli performans beklentisi, çalışanların maruz kaldığı stresin başlıca kaynaklarını oluşturmaktadır. Turizm sektörü ise bu bağlamda; yoğun hizmet ilişkileri, mevsimsellik, düşük ücret politikaları, belirsiz kariyer olanakları ve yoğun iş temposu ile çalışanlar açısından stresin en yoğun yaşandığı sektörlerden biri olarak öne çıkmaktadır. İş stresi, çalışanların kendi denetimi ve iradesi dışında gelişen ve olumsuz iş koşulları ile süreçleri sonucunda ortaya çıkan hem fizyolojik hem de psikolojik belirtilerle kendini gösteren bir durum olarak tanımlanmaktadır. Diğer bir deyişle, iş stresi, çalışan ile iş ortamı arasındaki etkileşimden kaynaklanan ve hem olumlu hem de olumsuz özellikleri kapsayan bir durum olarak değerlendirilmektedir.

Psikolojik iyi oluş (PİO), bireylerin yaşamdan aldıkları genel doyumunu, içsel potansiyellerini hayata geçirebilmelerini, pozitif duyguları deneyimlemelerini ve sağlıklı bir psikolojik işleyişi sürdürebilmelerini içeren çok yönlü bir yapıyı ifade etmektedir. Çağdaş psikoloji literatüründe “iyi oluş” kavramı, hedonik ve ödemonik olmak üzere iki kuramsal çerçeve üzerinden değerlendirilmektedir. Hedonik yaklaşım, bireyin mutluluğunu, keyif alma düzeyini ve yaşamdan

elde ettiği anlık tatmini esas alırken; ödemonik yaklaşım ise daha derinlemesine bir bakış açısıyla, bireyin kendi potansiyelini gerçekleştirmesi, yaşamına anlam katması ve kişisel gelişimi üzerinde durmaktadır.

Konaklama işletmeleri, doğası gereği yüksek tempolu, müşteri odaklı ve sürekli değişen taleplere uyum sağlama zorunluluğu taşıyan çalışma ortamlarıdır. Bu bağlamda, çalışanlar sıklıkla uzun çalışma saatleri, vardiyalı çalışma, yoğun müşteri ilişkileri ve zaman baskısı gibi stres faktörlerine maruz kalmaktadır. Bu tür iş faktörler, çalışanların psikolojik iyi oluş düzeylerini olumsuz yönde etkileyebilmekte; tükenmişlik, kaygı ve iş doyumsuzluğu gibi sonuçlara yol açabilmektedir. Özellikle ön büro, kat hizmetleri ve yiyecek-içecek departmanlarında görev alan çalışanlar hem fiziksel hem de duygusal emek gerektiren görevler üstlenmeleri nedeniyle daha yüksek düzeyde iş stresi deneyimlemektedir.

Yöntem

Bu araştırmanın amacı konaklama işletmesi çalışanlarının iş stresleri ile psikolojik iyi oluş düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemektir. Bu amaçla kültür, inanç ve gastronomi turizmi bağlamında Türkiye'nin popüler destinasyonlarından biri olan Şanlıurfa'da bir alan çalışması gerçekleştirilmiştir. Şanlıurfa'da yer alan 4 ve 5 yıldızlı oteller başta olmak üzere özel işletme belgeli tesisler ve konukevlerinde görev yapan konaklama işletmesi çalışanları araştırmanın örnek kütlesini meydana getirmektedir. Yukarıda ifade edilen işletmelerin sayısı Şanlıurfa Merkez için 23'tür (Turizm işletme belgeli tesis sayısı). Bu işletmelerin 13'ünü özel konaklama işletmeleri oluşturmakta ve oda sayıları 7-20 arasında değişmektedir. Bu işletmelerin tamamında İŞKUR'un yayınladığı rapor dikkate alındığında yaklaşık 450-500 arasında bir istihdam sağlandığı anlaşılmaktadır. Araştırmanın örneklemini kolayda örnekleme yöntemi ile seçilmiş 171 çalışan oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Anket formu, 5'li Likert ölçeğine göre derecelendirilmiş ifadelerin yer aldığı birinci kısım ve kategorik soruların yer aldığı ikinci kısım olmak üzere iki ana bölümden oluşmaktadır. Elde edilen veriler istatistiksel yöntemlerle analiz edilmiş ve aşağıdaki önemli bulgulara ulaşılmıştır.

Bulgular

Araştırmaya katılanların ağırlığı erkek çalışanlar meydana getirmektedir (n: 116; % 67,8). Araştırmaya katılan çalışanların yarıdan fazlasını (n: 100; % 58,5) 25-44 yaş arasındaki genç ve orta yaşlı bireyler oluşturmaktadır. Katılımcıların % 53,2'sinin lise mezunu olması, sektördeki kalifiye eleman sorununa işaret etmektedir. Lisans mezunu çalışan sayısı sadece % 25,1'dir. Çalışanların % 38'i mevcut işletmesinde 1 yıldan daha az bir süre çalıştığını beyan etmiştir. Sektörde 1-5 yıl arasında çalışma deneyimine sahip çalışanların oranı ise % 58,5'tir.

Öncelikle araştırmanın her iki değişkeni faktör analizine tabi tutulmuştur. Ölçekler faktör analizi için gerekli normal dağılım koşulları ve diğer parametreleri haizdir. Bu kapsamda, algılanan iş stresi ölçeği "Olumlu Benlik Algısı" ve "Anamlı Yaşam" olmak üzere 2 boyut tarafından açıklanmıştır. Psikolojik iyi oluş ölçeği ise "İş Kaynaklı Duygusal Stres" ile "İş-Yaşam Çatışması" boyutlarını içeren iki boyuttan meydana gelmektedir. Her iki ölçeğin de açıkladığı toplam varyanslar % 50'nin üzerindedir. Ölçeklerin içsel tutarlılıklarının da iyi olduğu görülmüştür.

Araştırma değişkenleri arasındaki ilişkinin incelenmesinde korelasyon analizinden yararlanılmıştır. Bu çerçevede “Olumlu Benlik Algısı” ve “Anlamlı Yaşam” boyutları arasında Orta düzeyde, pozitif ve anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmüştür ($r = 0.431$, $p < 0.001$). Yani bireylerin kendilerini yeterli, değerli ve iyi hissetmeleri arttıkça, hayatlarını anlamlı ve amaçlı görme eğilimleri de artış göstermektedir. “Anlamlı Yaşam” ile “İş Kaynaklı Duygusal Stres” arasında ise zayıf-orta düzeyde, negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ($r = -0.239$, $p < 0.002$). Bunun anlamı şudur: Hayatında anlam ve amaç hissiyatı yüksek olan bireyler, daha az duygusal stres yaşamaktadır. “İş Kaynaklı Duygusal Stres” ile “İş-Yaşam Çatışması” boyutları arasında da orta-yüksek düzeyde pozitif, anlamlı bir ilişki vardır ($r = 0.480$, $p < 0.001$). Bireylerin işlerinin yaşamlarına müdahalesi (örneğin iş-aile çatışması, tükenmişlik vb.) arttıkça duygusal stres düzeyi de artmaktadır. “Olumlu Benlik Algısı” ve “İş Kaynaklı Duygusal Stres” arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir ($r = -0.048$, $p = 0.533$). Bu durum, bireyin benlik algısının tek başına duygusal stresi üzerinde belirgin bir etkisi olmadığına işaret etmektedir. Diğer bir deyişle, stres düzeyini doğrudan belirlemede olumlu benlik algısı zayıf kalıyor olabilir. Netice itibarıyla, İş-Yaşam dengesizliğinin duygusal stresi artırdığı; stresin ise konaklama işletmesi çalışanlarının anlamlı yaşam algılarını azalttığı dolayısıyla psikolojik iyi oluş düzeylerini düşürdüğü söylenebilir.

Anahtar Sözcükler: İş stresi, Psikolojik iyi oluş, Konaklama işletmeleri, Turizm, Şanlıurfa.

Kaynakça

- Biswas-Diener, R., Diener, E., & Tamir, M. (2004). The psychology of subjective well-being. *Daedalus*, 133(2), 18-25.
- Diener, E., Suh, E. M., Lucas, R. E., & Smith, H. L. (1999). Subjective well-being: Three decades of progress. *Psychological Bulletin*, 125(2), 276–302. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.125.2.276>
- Judge, T. A., & Colquitt, J. A. (2004). Organizational justice and stress: the mediating role of work-family conflict. *Journal of applied psychology*, 89(3), 395.
- Karatepe, O. M., & Uludag, O. (2007). Conflict, exhaustion, and motivation: A study of frontline employees in Northern Cyprus hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 26(3), 645–665. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2006.05.006>.
- Khatun, A., Bharti, V., & Tiwari, M. (2022). Effects of work stress on psychological well-being and job satisfaction: A review. *Revisioning and Reconstructing Paradigms and Advances in Industry Kolkata Kolkata Press Book*, 101-9.
- Lazarus, R. S., & Folkman, S. (1984). *Stress, appraisal, and coping*. Springer.
- Parker, D. F. & DeCotiis, T. A. (1983). Organizational determinants of job stress. *Organizational Behavior and Human Performance*. Vol 32, Iss. 2, p. 160-177.
- Ross, R. R., & Altmaier, E. M. (1994). *Intervention in occupational stress: A handbook for counseling for stress at work*. Sage Publications.

Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2001). On happiness and human potential: A review of research on hedonic and eudaimonic well-being. *Annual Review of Psychology*, 52, 141–166. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.141>.

Şanlıurfa Turizm İstatistikleri, sanliurfa.ktb.gov.tr., Erişim Tarihi: 09.10.2025.

Terry, D. J., Nielsen, M., & Perchard, L. (1993). Effects of work stress on psychological well-being and job satisfaction: The stress-buffering role of social support. *Australian journal of Psychology*, 45(3), 168-175.

Türkiye İş Kurumu (2020). Konaklama ve Yiyecek Hizmeti Faaliyetleri Sektörü İşgücü Piyasası Raporu, <https://www.iskur.gov.tr/medya/mtxgguh3/konaklama-ve-yiyecek-hizmeti-faaliyetleri-sektoru.pdf> Erişim Tarihi: 09.10.2025.

Teşekkür

Çalışmanın verilerinin toplanmasında destek olan Abdulrezak Durmaz’a teşekkürlerimizi sunarız.

Restoran İşletmelerinde Atık Yönetimi Uygulamaları Üzerine Hatay İlinde Bir Araştırma

Sait DOĞAN^{1*}, Meryem UTMA²

Turizm Fakültesi/ Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
İskenderun Teknik Üniversitesi, Türkiye

¹ sait.dogan@iste.edu.tr

ORCID: 0000-0003-4486-8699

Turizm Fakültesi/ Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
İskenderun Teknik Üniversitesi, Türkiye

² meryemutma.tf21@iste.edu.tr

ORCID: 0009-0005-4323-2543

Özet

Dünya nüfusunun önemli bir kısmı hala açlıkla mücadele ederken, yiyeceklerin yaklaşık üçte birinin tüketiciye ulaşmadan atık haline gelmesi, sosyal ve çevresel açıdan büyük bir sorun teşkil etmektedir. Diğer yandan iklim krizi ile baş gösteren kuraklık, su kıtlığı sürdürülebilir gıda üretimi için büyük bir engeldir. Nitekim FAO'ya (2009) göre, artan dünya nüfusunun gıda ihtiyaçlarını karşılayabilmek için 2050 yılına kadar mevcut durumdan %70 daha fazla gıdaya ihtiyaç duyulacaktır. Bu açıdan bakıldığında mevcut gıdanın doğru şekilde kullanımı ve her kesime ulaşımı oldukça önemli bir konudur. Bir tarafta oluşan fazla gıda atıkları, diğer tarafta ise ekonomik, kuraklık vb. sebeplerle gıdaya yeterli miktarda ulaşamayan bir nüfus tezat oluşturmaktadır. Bu yönleri ile bakıldığında gıdaya ulaşım, gıda ulaşımına bağlı olarak gıdanın doğru kullanımı ve mümkün olduğunca en az gıda atığına ulaşmak insanlık açısından önemli bir konu iken; işletmeler açısından da işletme kârlılığı ve sürdürülebilirliği açısından hayati öneme sahiptir. Gıda atığı konusunda alanda yapılmış ilgili çalışmalara bakıldığında; Çirişoğlu ve Akoğlu (2021) tarafından İstanbul ilinde bulunan 29 restoran üzerinde gerçekleştirilen araştırma sonucuna göre; işletmelerin yarısından fazlasının (%58.6) atık takibi yaptıkları tespit edilmiştir. Diğer yandan katılımcıların tamamına yakınının gıda atıklarına yönelik detaylı bir bilgiye sahip olmadıkları belirlenmiştir. Hazarhun, Çetinsöz ve Gündoğdu'nun (2020) Antalya ilindeki her şey dahil sistemde çalışan mutfak şeflerinin sıfır atık uygulamalarına bakış açılarını ortaya koymak üzere yaptıkları araştırma sonuçlarına göre ise, otel mutfakları içerisinde en çok sıcak, soğuk, kahvaltı ve sebze hazırlık bölümlerinde gıda atığı meydana geldiği belirlenmiştir. Her şey dahil sistemin otel işletmelerinde oluşan gıda atıklarını daha fazla arttırdığı sonucuna ulaşılmış ve her şey dahil sistemde gıda atıklarını engellemenin zor olduğu tespit edilmiştir. Atıkların engellenememesi ve doğru yönetilmemesi toprak, su ve hava kirliliğine neden olmakta, tarımsal verimliliği olumsuz etkileyerek yerel ekonomi üzerinde de olumsuz yansımalar ortaya çıkarabilmektedir. Bu sebeple

bu araştırma, çevresel sürdürülebilirlik hedefleri doğrultusunda gıda hizmetleri sektöründe kritik bir öneme sahip olan atık yönetimi konusunu ele almıştır.

Bu çalışmanın temel amacı, Hatay ili İskenderun ilçesinde faaliyet gösteren restoran işletmelerinin atık yönetimi uygulamalarını inceleyerek mevcut durumlarını analiz etmek, karşılaşılan sorunları belirlemek ve çevresel sürdürülebilirlik bağlamında iyileştirici öneriler geliştirmektir. Araştırmada nitel araştırma yöntemi tercih edilmiş, veriler farklı ölçek ve hizmet türlerine sahip 7 (yedi) restoran işletmesi ile yapılan görüşmeler aracılığıyla toplanmıştır. Çalışma öncesinde ilgili üniversitenin Etik Kurulu'ndan gerekli onay alınmıştır (İskenderun Teknik Üniversitesi, Etik Kurul Onayı, Toplantı: 29.07.2025/14; Sayı; **E-22398675-050.04-190445**). Görüşmeler, restoran sahipleri, yöneticileri ve mutfak sorumluları ile gerçekleştirilmiş; işletmelerin atık yönetimi konusundaki uygulamaları analiz edilmiştir. Görüşmelerin her biri ortalama 20–30 dakika sürmüştür ve katılımcıların izniyle notlar alınmıştır. Elde edilen veriler, benzer temaları belirlemek amacıyla betimsel analiz yöntemiyle değerlendirilmiştir. Bulgular, restoran işletmelerinin atık yönetimi uygulamalarındaki durumlarını, sorun alanlarını ve iyi uygulama örneklerini ortaya koyacak biçimde temalandırılmıştır. Elde edilen bulgulara göre, görüşme yapılan katılımcıların 5 ile 18 yıl (5-6-8-11-16-18-18) arasında sektörde çalıştıkları ve deneyimli oldukları, şu an çalıştıkları restoranların ise 3 ile 12 (3-3-6-7-8-8-12) yıl arasında hizmet veren işletmeler oldukları, restoranların önemli bir kısmında sistematik bir atık yönetimi politikası bulunmadığı; özellikle organik atıkları ayrıştırmadan bertaraf ettikleri sonucu ortaya çıkmıştır. Atıkların en yoğun olduğu ürün gruplarına bakıldığında ise görüşmeye katılan işletmelerin tamamında ekmek en önemli atık grubunu oluştururken, işletmelerin %85'inde meze, %70'inde sebze, %55'inde ise yağ atıkları öne çıkmıştır. Sırpme kahvaltılar ve meyve tabaklarında da atık oranının yüksek olduğu ifade edilmiştir. Restoran işletmelerinin menü planlaması uygulamalarının ise genellikle düzensiz, ihtiyaç odaklı ve maliyet kaygılarıyla sınırlı olduğu görülmüştür. Bazı işletmeler mevsimsel veya ürün ekleme durumlarında menü güncellemesi yaparken, 3 işletmenin ise sabit menülerle çalıştığı tespit edilmiştir. Restoranların tümünün bir menüye sahip olduğu ve menü bulundurduğu, 5 işletmenin yemek içeriklerine menüde yer verdiği, 6 işletmenin standart reçete kullandığı, aylık atık oranlarının restoranlar arasında değişiklik gösterdiği, genellikle de bu oranın %10-25 arasında olduğu, atık oluşumunun temel nedenlerinin ise fiks menüler, müşteri isteklerinin doğru alınmaması, müşterinin farklı ürünleri de denemek istemesi kaynaklı aşırı siparişi ve açık büfe kaynaklı yiyecekler olduğu belirlenmiştir. İşletmelerin mutfak atıklarının azaltımı sıfıra indirilmesi için uyguladığı başlıca yöntemlerin kısmen porsiyon kontrolü, müşteri bilgilendirme, stok denetimi, FİFO (ilk giren ilk çıkar prensibi), standart reçete kullanımı ve personel eğitimi gibi yöntemler olduğu ifade edilmiştir. Genel olarak, restoranlarda sistematik bir atık yönetimi politikasının bulunmaması ve menü planlamasındaki düzensizliklerin gıda atığının temel nedenleri olduğu belirlenmiştir. Çalışma sonucunda ortaya çıkan sonuçlar mevcut literatürü desteklemektedir. Bu çalışma kapsamında restoran işletmelerinde atık yönetimi uygulamaları değerlendirilmiş ve özellikle menü planlaması, reçete kullanımı, atık miktarları, israfın nedenleri ve azaltma yöntemleri üzerinde durulmuştur.

Sonuç olarak restoran işletmelerinin menü planlaması uygulamalarının genellikle düzensiz, ihtiyaç odaklı ve maliyet kaygılarıyla sınırlı olduğu görülmüştür. İşletmelerde porsiyon kontrolü, müşteri bilgilendirmesi, stok ve atık yönetimi daha sistemli hale getirilmeli, menü ve porsiyon planlamasında uzman desteği alınmalı, stok ve buzdolabı denetimleri düzenli yapılmalıdır. Ayrıca, tüm personelin atık yönetimi konusunda eğitilmesi ve standart reçetelerin tüm ürünlerde uygulanması atıkların azaltılmasına önemli katkı sağlayacaktır. Atıkların hem çevresel hem de

ekonomik etkileri göz önüne alındığında, restoranlarda entegre ve sürdürülebilir bir atık yönetim sisteminin oluşturulması kaçınılmaz bir ihtiyaç olacaktır. Bu kapsamda, restoranlarda entegre ve sürdürülebilir bir atık yönetim sisteminin geliştirilmesi yalnızca çevresel sürdürülebilirlik için değil, aynı zamanda işletmelerin ekonomik verimliliği açısından da stratejik bir gerekliliktir. Diğer taraftan giderek artan dünya nüfusunun gıda gereksinimlerinin karşılanabilmesi için yalnızca üretim artışına odaklanmak yeterli değildir; mevcut üretimin etkin biçimde kullanılması, gıda israfının en aza indirilmesi ve kaynakların sürdürülebilir biçimde yönetilmesi de aynı derecede önem taşımaktadır.

Anahtar Sözcükler: Gıda atığı, Atık yönetimi, Restoran İşletmeleri, Sürdürülebilirlik.

Kaynakça

Çirişoğlu, E., & Akoğlu, A. (2021). Restoranlarda Oluşan Gıda Atıkları ve Yönetimi: İstanbul İli Örneği. Akademik Gıda, 19(1), 38-48.

Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2009). How to feed the world in 2050. Rome: FAO. Retrieved from https://www.fao.org/fileadmin/templates/wsfs/docs/expert_paper/How_to_Feed_the_World_in_2050.pdf

Hazarhun, E., Çetinsöz, B. C., & Gündoğdu, O. (2020). Her şey Dahil Sistemde Çalışan Mutfak Şeflerinin Sıfır Atık Uygulamalarına Bakış Açıları: Antalya Beş yıldızlı Her şey Dahil Sistem Otel Örneği, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 2020, Special Issue (4), 581-600

Hız. Nuh'tan Hatıra: Aşure Günü ve Aşure Tatlısı

*İbrahim BAZ¹**

İlahiyat Fakültesi
¹ibrahim.baz@hotmail.com,
Şırnak Üniversitesi, Türkiye

ORCID: 0000-0003-2378-1391

Özet

İnsanoğlunun yeryüzü serüveni incelendiğinde yeme, içme, uyuma, dinlenme gibi temel biyolojik ihtiyaçları gibi, farklı formlarda tezahür eden inancın da ontolojik bir ihtiyaç olduğu görülmektedir. İslam'ın kabulüne göre insanı yaratan Allah onun inanç ihtiyacını en iyi bilen olduğu için ilk insan, aynı zamanda bir peygamber olarak görevlendirilmiştir. İnsan, inanma ihtiyacını ilâhî bir din üzerinden karşılamadığında, ilk çağlardan itibaren kendine göre inanç biçimleri ve kutsallar oluşturmuştur. Her din veya inanç, zaman içerisinde kültürel boyutlar kazanarak insanoğlunun günlük hayatının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Bu kültürel formlar dinlere, inançlara ve coğrafyalara göre farklılıklar göstermiştir. Bu farklılıklara rağmen dünyada bazı hususlar, insanoğlunun ortak kültürel değeri ve kabulüne dönüşmüştür. Bunlardan belki de en önemlisi insanın temel ihtiyaçlarından olan inanç ve yemenin bir yerde buluştuğu Aşure kültürüdür. Bir başka deyişle, toplumların tarihlerinde kendilerini diğerlerinden ayıran milli veya dini anlamda değeri ve hatırası olan olayların anıldığı özel günler ve bu günlere mahsus bazı kültürel kutlama şekilleri bulunmaktadır. Aslında bu özel günler, çoğu zaman bir anmanın ötesine geçerek, toplulukları aynı değerler etrafında birleştiren bir yapıya dönüşmektedir. Bazı günler de vardır ki bir milletin veya dinin sınırlarını aşarak neredeyse bütün insanlık tarihi için ortak bir değer ve anlam taşımaktadır. İşte bu özel günlerden biri de aşure günüdür.

Aşure kavramı, genel kabule göre Arapça kökenli bir kelimedir. Aşr veya Âşir kelimelerinden türemiştir. Köken itibarıyla on sayısı ile irtibatlıdır. Bunun haricinde develerin güdülmesiyle ilgili İşr kökünden türediğı de ifade edilmiştir. Ayrıca İbranice kökenli veya bir başka kelimeden türemiş olabileceğı de düşünülmüştür. (Yavuz, 1991, 24). Ancak, İslam alimleri çoğunlukla Arapça bir kelime olduğu hakkında görüş birliğindedir. Arapça yazılışı âşûrâ şeklindedir. Kelime zaman içerisinde Türkçe konuşma dilinde aşure şekline dönüşmüş ve yazı dilinde de bu şekilde kullanılmaya başlanmıştır.

Aşure kültürünün insanoğlunun ortak kültürel değeri olmasındaki en büyük etken, Yahudî, Hristiyan ve İslam dininin Hz. Nuh'u ortak ata ve bir peygamber olarak görmeleridir. Bu vesileyle aşure günü, farklı din ve inançlarda değişik isimlerle anılmakla birlikte, temsil ettiğı ve tarih boyunca nesilden nesile aktarılırken taşıdığı referans olaylar açısından bir benzerlik ve hatta birçok zaman aynılık göstermektedir. Buna göre, aşure gününün kaynağına dair en genel kabul, ilahi

dinlerde ve Mezopotamya inançlarında da kendisine yer bulmuş olan büyük tufan sonucunda Hz. Nuh'un gemisinin aşure gününde Ararat Dağlarına/Cudi Dağı'na oturmuş olduğudur. Geminin oturduğu dağ ismi farklılıklar gösterse de Hz. Nuh'a referansı konusunda bir farklılık bulunmamaktadır. Geminin dağa oturduğu tarih, İslam kültüründe 10 Muharrem olarak kabul edilmiş ve onuncu gün anlamında bugüne de aşure günü denilerek kutsal kabul edilmiştir. Gemide kalan son malzemelerin karıştırılmasıyla yapılan yemeğe de bu özel günün ismi verilmiş ve aşure tatlısı olarak anılmıştır.

Yahudilikte aşure gününe *Yom Kipur Katan* adı verilmiştir. Kipur kelimesi İbranice tanrıya hesaplaşarak temize çıkmak, kefareti ödemek gibi anlamalarına gelen Leharpar kelimesinden türemiştir. Benzer şekilde aynı kelimeden türeyen Kapara kelimesi, Türkçe de kullanılan Arapça kökenli "kefareti" kelimesiyle aynı kökten gelen bir kelimedir. Yom Kipur yani Kipur Günü, Yahudi takvimindeki en yüce ve kutsal gün olarak kabul edilmektedir. Çünkü bugün, Yahudiler pişmanlıklarını dile getirip dua eder, tanrılarına yalvarıp yakararak temizlendiklerini ve bu temizlikle Teşuva'ya ulaştıklarını kabul ederler. (Baş, 2004, 172). Yahudiler için bugünün kutsallığı halen devam etmektedir ve kullandıkları Şemsî ve Kamerî takvimin ortak kullanımı olan Yahudi takviminde bugün, Tışrî ayının 10'uncu günüdür. Bu da her yıl Eylül-Ekim aylarına denk gelmektedir.

Aşure günü, Hristiyan kültüründe Hz. İsa'nın vaftiz yortusu ve Paskalya öncesi oruç sırasında belirli ritüeller şeklinde işlenmiş; yılbaşından artakalan bakliyatın pişirilmesiyle elde edilen bir tatlı çeşidine ad olmuştur.

İslam kültüründe aşure günü, hicri takvime göre Muharrem ayının onuncu günüdür ve aşure tatlısı da bugüne mahsus olarak yapılagelmiştir. Hz. Peygamber, o dönemde aşure orucunu teşvik etmiş, hatta görevlendirdiği bir memur tarafından Ensar mahalleleri dolaşarak "oruca niyetli olmayan oruç tutsun, yemek yemiş olan da akşama kadar tutsun" şeklinde orucun başlangıcı ilan edilmiştir. Ramazan orucunun farz kılınmasından sonra ise Yahudileri taklit etmemek ve onların uygulamalarının İslam bünyesine girmesine engel olmak gayesiyle Müslümanları uyarmış ve sadece aşure günü değil muharrem ayının dokuz, on ve on birinci günlerinde oruç tutmalarını tavsiye etmişti.

Osmanlı Devleti'nin düşünce ve inanç anlamında sahiplendiği, koruduğu ve yaymaya çalıştığı Ehli sünnet anlayışı ve bu anlayışın hayata, olaylara ve insanlara genel bakışı aşure gününe de yansımış, ne Emevî dönemindeki gibi bir sevinç ne de Şii kültüründeki gibi mutlak bir yas gününe dönüşmüştür. Öncelikle bugünün Hz. Nuh'tan bir hatıra olması yönüyle kurtuluşun nişanesi olarak aşure tatlısı yapılarak kutlanmış, diğer yandan Hz. Hüseyin'in şehadetini anmak için mersiyeler de okunmuştur. Sevinç kısmı, iki ana başlık altında toplanmıştır. Birincisi yeni yılın başlangıç ayının Muharrem olması itibarıyla tebrikleşmeler ve hediyeleşmeler gerçekleşmiştir. İkinci olarak ise Hz. Nuh'a atıf yapılarak aşure tatlısı yapılmış ve dağıtılmıştır.

Anadolu'nun milli yemeklerinden biri haline gelen aşure, bereketle irtibatlı düşünülerek, bazı yörelerde *Bereket aşı*, *Bereket tatlısı* veya *Bereket çorbası* olarak da anılmıştır. Gaziantep'te *Şirinli Şora* veya *Şirinli Çorba*, Kilis'te *Âşır*, Çorum yöresinde *Pekmezli Hedik*, (Yücecan, 1999, 321-324) Sivas yöresinde *Pekmezli Hedik* (Tokuz, 1996, 76) veya Üzümlü Çorba şeklinde isimlendirilmiştir. Muğla çevresinde ise Huzur aşı denilmiştir. Anadolu'da Çepni, Tahtacı, Abdal gibi zümreler arasında da yaygın şekilde pişirilmiştir. (Pakalın, 1971). Bereketle irtibatı kadar

tufandan kurtuluşu hatırlatması sebebiyle bazen *Selamet Çorbası* olarak da anılmıştır. Nuh Peygamberden gelen “Dualı Aş” (Tuna, 2021, 2584) yani mübarek, dua ile anılan bir yiyecek olarak da görülmüştür. Bu nedenle yemeğin pişirilmesinden dağıtılmasına kadar her aşamasında dua okunmuştur. Bu kıymetinden dolayı Osmanlı döneminde aşure pişiren ve dağıtanlara da saraydan özel harçlıklar verilmiştir. Yabancı araştırmacılar, aşure tatlısının Hz. Nuh’tan beri yapıldığına dikkat çekmiş ve aşure şeklinde andıkları gibi “Noah’s Pudding” şeklinde de tanıtmışlardır. (Fieldhouse, 2017).

Buğday ve bakliyat ağırlıklı bir tatlı olan aşure, anlaşıldığı kadarıyla ilk zamanlarda sadece aşure gününde yapılırken, daha sonraki yıllarda yaygınlaşıp senenin başka günlerinde de yapılmaya başlanmıştır. Ancak aşurenin malzemesinin kaç çeşit olduğu konusu da kültürden kültüre değişiklik göstermiştir. Buna göre yedi, yapıldığı güne atıfla on, alevî kültüründe on iki imama atıfla on iki, on sekiz ve hatta kırk çeşit malzemeye yapanlar da olmuştur. Bu rakamlardan özellikle yedi, on ve kırk çokluk anlatan ifadelerdir ve çok sayıda malzemeye yapılmasına dikkat çekilmiştir. Örneğin Osmanlı Dönemindeki bir tarifte hurma, çekirdekli kuru üzüm, çekirdeksiz kuru üzüm, kuşüzümü, çam fıstığı, kavrulmuş fındık, badem, börülce, bakla, kuru fasulye, nohut, nişasta, pirinç unu, sadeyağ, dövme buğday, şeker, misk ve gülsuyu yer almaktadır. (Orgun, 1982, 139-151).

Aşure tatlısı, kullanılan malzeme ve onun pişirilmesine göre üç çeşide ayrılmıştır. Buna göre buğday temizlenerek kabuğu çıkarılır ve bir gece önce haşlanıp demlenmeğe bırakılır. Ertesi günü de pişirilir. Bu pişirme esnasında buğday tamamen eriyerek pişirilirse buna Süzme Aşure, taneli bırakılırsa buna da Taneli Aşure, eğer süt ilave edilirse buna da Sütlü Aşure denilmiştir. Sarayda pişen aşureler genellikle Süzme veya Taneli denilen türünden yapılmıştır. (Tekiner, 1941, 612-613).

Aşure zaman sosyo-kültürel anlamlar da kazanmıştır. Buna göre aşure insanlığın ikinci atası olan Hz. Nuh’tan hatıra bir gün ve tatlıdır. Hz. Nuh’un bir sünnetidir ve paylaşmak demektir. Aşure tatlısı, tufandan kurtuluşu hatırlatan bir şükür tatlısı olduğu gibi, yaşanacak sevinçler ve kurtuluşlar için de bir dua vesilesidir. Aşure tatlısı, bolluk, bereket ve cömertlik demektir. Aşure tatlısı, kesretteki vahdetin sembolüdür. Aşure tatlısı, Hz. Hüseyin’in şehadetini hatırlamaya, ona ve diğer şehitlere dua etmeye vesile bir tatlıdır. Kısaca aşure tatlısı farklılıkların bir araya gelmesiyle oluşan lezzetli bir harmonidir. Bir kişi de sevilen iyi bir insan haline gelmek için, bir başka insana veya varlığa muhtaçtır. Toplumsal huzur ve dirlik, toplumsal birlikten geçer. Tatlının içine konan farklı malzemelerin bir araya gelmesi gibi, farklı fitratlara ve kabullere sahip insanların da bir araya gelmesi toplumda dirlik vesilesidir. Kısaca aşure, bütün farklı sosyal sınıflara kadar yayılmış, kabul görmüş, birlik, beraberlik, kardeşlik, dayanışma ve paylaşma anlamına gelmektedir. İnsanlar arasındaki düşmanlık, dargınlık ve dağınıklığı gideren, dostlukları pekiştiren ve nice yeni dostluklara kapı açan bir kadim davetiyedir. (Baz, 2025, 74).

Bu tebliğde aşure kavramının iki temel anlam çerçevesi olan Hz. Nuh’un gemisinin kurtulduğu güne dair kutlamalar ve bu kutlama çerçevesinde yapılan bir yemek/tatlı olan aşure tatlısına temas edilecek ancak daha ziyade aşure tatlısının farklı kültürlerde kazandığı form ve bu tatlıya yüklenen anlamlar üzerinde durulacaktır.

Anahtar Sözcükler: Hz. Nuh, Hz. Nuh’un Gemisi, Aşure günü, Aşure tatlısı, Cudi Dağı

Kaynakça

- Baş, Eyüp, (2004), “Aşure Günü, Tarihsel Boyutu ve Osmanlı Dini Hayatındaki Yeri Üzerine Düşünceler”, *AÜİFD*, Ankara, sy, 1, s. 172.
- Baz, İbrahim, (2025), *Hız. Nuh'tan Hatıra: Aşure*, İlahiyat Yayınları, Ankara, s. 74.
- Fieldhouse, Paul, (2017), *Food, Feasts, and Faith An Encyclopedia of Food Culture in World Religions*, Santa Barbara/California 2017, c. I, s. 42.
- Orgun, Zarf, (1982), "Osmanlı Sarayında Yemek Yeme Adabı", *Türk Mutfağı Sempozyumu Bildirileri*, Ankara, s.139-151.
- Pakalın, M. Zeki, (1971), “Âşûrâ Testisi”, *Osmanlı Tarih Deyimleri ve Terimleri Sözlüğü*, c. I, s. 101-102.
- Tekiner, Efdalüddin, (1941), “Âşûra-Sarayda Âşûra Tevzi' Merasimi”, *İslam-Türk Ansiklopedisi*, İstanbul, c.I, s. 612-613.
- Tokuz, Gonca, (1996), *Gaziantep Tatlıları*, Gaziantep Üniversitesi Vakfı Yayını, Gaziantep 1996, s. 76
- Tuna, Sibel Turhan, (2021), “Birliğin, Beraberliğin, Huzurun Aşı Aşure”, *International Smart Journal*, (7), s. 2584.
- Yavuz, Yusuf Şevki, (1991) “Âşûrâ” *DİA*, İstanbul, c. IV, s. 24.
- Yücecan, Sevinç, (1999) “Aşure”, *Beşinci Milletlerarası Yemek Kongresi*, AKM Başkanlığı Yayınları, Ankara, s. 321-324.
- *Bu tebliğ, Hız. Nuh'tan Hatıra: Aşure ismi taşıyan daha önce kaleme aldığımız eserden özetlenerek hazırlanmıştır.*

Turizm Sektörü ve Ekonomik Etkileri: Türkiye Örneği

Muhammed ÇELİK^{1*}

Ziraat Fakültesi
Dicle Üniversitesi, Türkiye
muhammed.celik@dicle.edu.tr

ORCID: 0000-0003-3189-0141

Özet

Türkiye ekonomik olarak küresel ekonomi içerisinde gelişmekte olan ülke kategorisinde bulunmaktadır. Türkiye ekonomisinin bu durumu kendi içerisinde kırılganlıklar barındırmasıyla beraber, coğrafik, kültürel ve ekonomik konumu itibarıyla birçok avantajda barındırmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin tümünde kırılganlıklar beraberinde çeşitli riskleri de barındırmaktadır. Bu nedenle ekonomik istikrarın ve güvenin sağlanması ve risklerin minimize edilmesi için ekonomik sektör çeşitliliğinin sağlanması ve güçlendirilmesi oldukça önemlidir. Bu açıdan ekonomik olarak Turizm ve bağlı sektörler risklerin azaltılması ve çeşitliliğin sağlanması açısından Türkiye için ihmale gelmez bir alandır. Gelişmekte olan ülkelerin ekonomik gelişimini tamamlaması ve bu gelişim sürecini sürdürebilmesi açısından doğrudan döviz girişleri olmazsa olmaz bir faktördür. Turizm ülkelere gerek döviz girdisi sağlayarak, finans, altyapı, konaklama, ulaşım, gıda ve hizmetler sektörü gibi bir çok sektörü doğrudan yada dolaylı olarak etkileyerek, sermaye birikimini olumlu etkilemesinin yanında istihdam olanaklarını da artırarak ekonomik büyüme ve kalkınmaya katkıda bulunmaktadır (Baykul ve Işık Maden; 2017, Boyacıoğlu ve Atak; 2022). Turizm sektörü bu açıdan yeme içme, konaklama, sağlık, ulaştırma, spor, eğitim, kültür, tur hizmetleri, hediyeleşme gibi bir çok ekonomik faaliyeti etkileyebilen bir sektördür.

Uluslararası turizm gelirlerinin 2024 yılında 1.6 trilyon dolara ulaşması; turizm sektörünün Türkiye açısından net cari fazla verdiğimiz bir sektör olarak ekonomik çeşitliliğimiz için önemini ortaya koyan bir göstergedir (TÜİK; 2025). Küresel olarak turizm gelirlerinin 2030 yılına varmadan 2 trilyon doları bulacağı öngörülmektedir. 2024 yılı itibarıyla turizm sektörü dünya genelinde Gayri Safi Yurtiçi Hasılanın yaklaşık olarak %10' una denk gelmektedir (Karahan ve diğerleri; 2025).

Turizm sektörünün ekonomi üzerindeki etkisini gösteren en önemli etkenlerden bir tanesi de istihdam üzerinde sağladığı katkıdır. Emek yoğun bir sektör olarak işsizliğin azaltılması ve kontrol altında tutulması noktasında önemli Turizm sektörü işsizlik politikaları için de önemli bir politika aracıdır. Turizm sektörü dünya genelinde yaklaşık olarak 300 milyon kişiye istihdam sağlamaktadır. 25. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC) toplantısında yayınlanan rapora göre turizm sektörünün 2035 yılına kadar 91 milyon yeni istihdam yaratma potansiyeline sahip

olduğunu ortaya koymaktadır. Mevcut eğilimlerin stabil bir şekilde devam etmesi durumunda dahi 43 milyonun üzerinde bir istihdam açığının ortaya çıkacağı öngörülmektedir (Brenda ve diğerleri; 2025, Şit; 2016).

Türkiye turizm gelirlerinde her yıl bir önceki yıla göre artış gösteren bir trendde ilerlemektedir. Türkiye’ de turizm sektörü özellikle 1980 yılından itibaren üretilen politikalar neticesinde gelişme göstermeye başlamıştır. Özellikle 12.03.2025 tarihinde kabul edilen 2634 sayılı ‘ Turizm Teşvik Kanunu’ ile turizm sektörüne devlet desteğiyle teşvik politikaları sunulmuştur(Dalgın ve diğerleri; 2015). Buna binaen turizm bölgelerinin alan ve merkez tespitleriyle adeta girişimcilere planlı bir teşvik sağlanarak yatırımların artırılması sağlanmıştır. Bu tarihten itibaren hızlı planlı ve efektif yatırımların gerçekleştiği ve Türkiye turizm sektörünün gelişimine önemli bir katkı sağladığı görülmüştür. Bu tarihten itibaren Türkiye turizminin gelişimi kendisini rakamlarla bariz bir şekilde göstermiştir. Her yıl bir önceki yıla göre önemli bir gelişimin gelirlere yansıdığı istatistiki rakamlarla tespit edilmiştir. Aratarak yapılan yatırımların ve alt yapı iyileştirmeleri sonucunda günümüze gelindiğinde 2024 yılında bir önceki yıla göre gelirlerini %8.3 artırarak 61 milyar 103 milyon 419 bin dolara çıkarmış bir Türkiye turizmi ile karşı karşıyayız. Pandemi öncesi 780 dolar civarındaki kişi başı turizm gelirleri pandemi döneminde 1000 dolar civarına çıkmış ve pandemi sonrasındaki dönemde de (2023) kişi başı gelir 985 dolar olarak gerçekleşmiştir. Ancak kişi başına düşen turizm geliri 2023 yılına göre bir azalışın yaşandığı gözlemlenmiştir(Demircan ve Atak; 2024, TÜİK;2025). Bu çalışmamızda 2012 yılından 2025 yılının ilk iki çeyreğine kadar Türkiye’ de turizm gelirlerinde yaşanan değişim, ziyaretçi sayısı, kişi başına yapılan harcama ve harcama türlerine göre elde edilen gelirler incelenmiştir. Sonuç olarak Türkiye turizm gelirleri ve turizm gelirlerinden yurda giren döviz miktarında her yıl bir artışın olduğu gözlemlenmiştir. Bunun yanında harcamaya dayalı turizm hareketliliğinin özellikle ilkbahar ve sonbahar mevsimlerini içeren aylarda ciddi artışlar gösterdiği bu mevsimlerde yaşanan ziyaretçi hareketliliği ve turizmden elde edilen gelirlerden gözlemlenmektedir.

Anahtar Sözcükler: Turizm ekonomisi, İstihdam, Turizm harcamaları, Turizm gelirleri, Turizm teşvikleri

Kaynakça

- Baykul, A. & Işık Maden, S. (2017). Bölgesel kalkınma ve turizm ilişkisi: Tr61 bölgesi üzerine bir değerlendirme. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 65-73.
- Türkiye İstatistik Kurumu, (2025). Turizm İstatistikleri, 4. Çeyrek: Ekim-Aralık ve Yıllık 2024, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Turizm-Istatistikleri-IV.-Ceyrek:-Ekim-Aralık-ve-Yillik,-2024-53660>.
- Boyacıoğlu, E. Z. ve Çilem, E. (2022), Ekonomi ve Turizm Odaklı Literatür:Bibliyometrik Bir Analiz, *Turizm, Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 4(2)133-147.
- Demircan, Ş. ve Atak, O., (2024), Turizm ve Ekonomi, Akademik Bakış, Turizm Sektörü, Ed: Atak, O., Demircan, Ş. Ve Dalgın, T. **ISBN (PDF):** 978-975-447-961-4, **DOI:** <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub533>.
- Şit, M. (2016), Türkiye’ de Turizm Sektörünün İstihdama Etkisi, *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 7(1), 101-117.

Brenda, B., Willen, B., Khateeb, A. (2025). Travel and Tourism at a Turning Point: Principles for Transformative Growth, World Economic Forum, Rome, Italy.

Karahan, O., Coşkun, M.F., Aydın, M.H. (2025), Turizm Durum Değerlendirme Raporu: MÜSİAD Turizm Sektör Kurulu Raporu 2025, Editörler: Ahmet Emre KÜME, Emir Furkan GÜNDOĞDU, ISBN:978-625-95604-1-0, Mavi Ofset.

Dalgın, T., Karadağ, L., Bingöl, Z. (2015). Türkiyede Turizm Girişimciliğinin Gelişimi ve Turizm İle İlgili Sağlanan Teşvikler, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, 14(1), 174-184.

Diyarbakır’da Coğrafi İşaretli Ürünlerin İnanç Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi

Adnan Burak ACAR^{1*}

Seyahat, Turizm ve Eğlence Hizmetleri/Turizm Animasyonu Programı
Dicle Üniversitesi, Türkiye
¹burak.acar@dicle.edu.tr

ORCID: 0000-0003-2688-7554

Özet

Coğrafi işaret; belirli bir bölgeye özgü veya o bölge ile özdeşleşmiş ürünlerin bölge ile olan kültürel bağlarını, bilinirliğini, içeriğini ve diğer tüm özelliklerini koruma altına alan bir tescil göstergesidir (Togan, 2020; Türk Patent ve Marka Kurumu, 2023). Kavramsal olarak coğrafi işaretler; gastronomi, ekonomi, sosyoloji ve kültürel miras konularıyla ilişki halindedir (Barjolle & Sylvander, 2002; Bowen & Zapata, 2009). Bunun yanında, coğrafi işaretli ürünlerin yerel kimliği koruma ve sürdürülebilir kalkınmayı destekleme işlevi de bulunmaktadır (Tregear, 2003; Belletti & Marescotti, 2011).

Coğrafi işaretli ürünlerin kültürel yönü, inanç turizmi ile olan bağlantısında da bir kültürel köprü işlevi görmektedir. İnanç turizmi; bireyleri dini motivasyonlarla harekete geçiren, kutsal ve manevi değeri yüksek mekânları ziyaret etme, belirli bir dini ritüeli yerine getirme ve/veya belirli bir dini gruba kendini ait hissetme gibi amaçlarla gerçekleşen alternatif turizm türlerinden biridir (Shackley, 2001; Timothy & Olsen, 2006). Dini inançlar, bir bölgenin kültürünü şekillendiren temel unsurlardandır (Nolan & Nolan, 1992; Raj, 2009) ve bu yönüyle coğrafi işaretli ürünlerle manevi semboller arasında anlamlı bir bağ kurulabilir.

Bu bağlamda, bölgeyle olan kültürel bağları nedeniyle coğrafi işaret alan ürünler, inanç turizmi motivasyonu ile hareket eden turistler açısından; hem bölgenin manevi ve kültürel dokusunu deneyimleme olanağı tanıyabilir hem de dini bir ritüeli (örneğin dini bayramlarda, iftar sofralarında, türbe ziyaretlerinde ikramlık ürünler, nar ve üzüm gibi bereket sembolleri, dini beslenme ilkeleriyle uyumlu üretimler vb.) gerçekleştirme fırsatı sağlayabilir.

Farklı kültürlerin ve farklı inançların bir arada var olduğu Diyarbakır, inanç turizmi bakımından Türkiye’nin önde gelen destinasyonlarından biridir. Özellikle Peygamber ve sahabe türbeleri, Ulu Camii, Meryem Ana Kilisesi gibi mekânlar inanç turizmi kapsamında çok sayıda yerli ve yabancı ziyaretçiyi ağırlamaktadır (Türsab, 2021). Aynı zamanda zengin gastronomisiyle öne çıkan şehir, turizmin 12 aya yayılması ve alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi açısından da stratejik bir konuma sahiptir.

Diyarbakır, coğrafi işaretli ürün sayısı bakımından Türkiye’nin en zengin şehirlerinden biridir. 2025 yılı itibarıyla Diyarbakır’a ait 49 tescilli ürün bulunmaktadır (Diyarbakır İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2025). Bu durum, coğrafi işaretlerin yalnızca ekonomik değer taşımadığını; aynı zamanda dini sembolizm, ritüel pratikler ve ziyaretçi deneyimi açısından da yüksek potansiyel barındırdığını göstermektedir. Özellikle gastronomik ürünlerin, ritüel yemek kültürü ve ziyaret sonrası tüketim pratikleriyle doğrudan ilişki kurma olasılığı yüksektir (Long, 2006; Sahoo, 2020).

Dolayısıyla Diyarbakır'ın coğrafi işaretli ürünleri yalnızca “yerel lezzetler” değil, aynı zamanda inanç turizmi deneyimini bütünleştiren kültürel semboller olarak değerlendirilebilir (İnce, 2022; Erdoğan, 2023). Bu çok katmanlı yapı, Diyarbakır'ı “gastronomik hac destinasyonu” haline getirebilecek bir potansiyel taşımaktadır (Hjalager & Richards, 2002; Smith, 2013).

Bu çalışma, Diyarbakır'da bulunan coğrafi işaretli ürünlerin inanç turizmi kapsamında değerlendirilmesini amaçlamaktadır. Araştırma yöntemi olarak geleneksel derleme yöntemi tercih edilmiştir. Çalışmada, Diyarbakır'da coğrafi işaret almış 49 ürün, inanç turizmi perspektifinden analiz edilmiştir. Bulgular, coğrafi işaretli ürünlerin ritüel ve festival pratikleriyle bağ kurması hâlinde bir “gastro-inanç deneyimi” oluşturabileceğini; bunun ekonomik, kültürel ve toplumsal faydalar sağlayabileceğini; ancak ticarileşmenin etik ve ritüel riskler taşıdığını ortaya koymaktadır.

Anahtar Sözcükler: Coğrafi işaret, inanç turizmi, Diyarbakır, hac, gastronomi.

Kaynakça

- Barjolle, D., & Sylvander, B. (2002). Some factors of success for origin labelled products in agro-food supply chains in Europe: Market, internal resources and institutions. *Économies et Sociétés*, 25(9), 1441–1461.
- Belletti, G., & Marescotti, A. (2011). Origin products, geographical indications and rural development. In B. van der Meulen (Ed.), *Protecting food heritage: Geographical indications and rural development* (pp. 75–91). Wageningen Academic Publishers.
- Bowen, S., & Zapata, A. V. (2009). Geographical indications, terroir, and socioeconomic and ecological sustainability: The case of tequila. *Journal of Rural Studies*, 25(1), 108–119.
- Diyarbakır İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2025). Coğrafi işaret tescilli ürünler listesi. <https://diyarbakir.ktb.gov.tr>
- Erdoğan, A. (2023). Yerel gastronomi ve inanç temelli turizm ilişkisi: Kavramsal bir değerlendirme. *Anadolu Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 112–128.
- Hjalager, A. M., & Richards, G. (2002). *Tourism and gastronomy*. Routledge.
- İnce, Z. (2022). Coğrafi işaretli ürünlerin destinasyon kimliği ve inanç turizmiyle ilişkisi. *Turizm Akademik Dergisi*, 9(1), 56–72.
- Long, L. M. (2006). *Culinary tourism*. University Press of Kentucky.
- Nolan, M. L., & Nolan, S. (1992). Religious sites as tourism attractions in Europe. *Annals of Tourism Research*, 19(1), 68–78.
- Raj, R. (2009). *Religious tourism and pilgrimage management: An international perspective*. CABI.
- Sahoo, A. (2020). Food, faith, and festivals: The cultural dynamics of gastronomic tourism. *Tourism Culture & Communication*, 20(3), 201–214.
- Shackley, M. (2001). *Managing sacred sites: Service provision and visitor experience*. Continuum.
- Smith, M. (2013). *Issues in cultural tourism studies* (3rd ed.). Routledge.

- Timothy, D. J., & Olsen, D. H. (2006). *Tourism, religion and spiritual journeys*. Routledge.
- Togan, S. (2020). Coğrafi işaretlerin ekonomik etkileri: Türkiye örneği. *İktisat İşletme ve Finans Dergisi*, 35(410), 89–104.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2023). Coğrafi işaretler rehberi. <https://www.turkpatent.gov.tr>
- Türsab. (2021). Diyarbakır destinasyon raporu. Türkiye Seyahat Acentaları Birliği.
- Tregear, A. (2003). From Stilton to Vimto: Using food history to re-think typical products in rural development. *Sociologia Ruralis*, 43(2), 91–107.

Triple Transformation in Tourism Facilities: A Review on Digital, Green and Social Transitions

Mürsel KAYA^{1*}

Silifke-Taşucu Meslek Yüksekokulu/ Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
Selçuk Üniversitesi, Türkiye
kayamur@hotmail.com

ORCID: 0000-0003-3420-0222

Abstract

The modern tourism industry is situated in the crossroads of three deep and connected transformations, which are digital, green, and social transformations, jointly defining how tourism facilities operate, compete, and contribute to sustainable development. This occurrence, referred as the “triple transformation” which is the concept to describe the simultaneous evolution of technological innovation, environmental sustainability, and social responsibility within the tourism and hospitality ecosystem. As tourism facilities increasingly face the pressures of global competition, climate change, and changing consumer expectations, the need for an integrated understanding of these transformation processes has become both urgent and indispensable. This paper offers an extensive literature-based review of the triple transformation, exploring its conceptual underpinnings, key drivers, practical implications, and emerging research gaps in the evolving discourse of tourism transformation.

The digital transition represents the most dynamic and visible component of this transformation, reshaping nearly every dimension of tourism management and service delivery. Technological innovations such as artificial intelligence (AI), big data analytics, blockchain, and the Internet of Things (IoT) have enabled tourism facilities to move beyond traditional operational paradigms toward smart, data-driven ecosystems (Buhalis & Amaranggana, 2015; Gretzel et al., 2020; Kindzule-Millere, et al., 2022). These technologies support predictive analytics for demand forecasting, energy efficiency monitoring, dynamic pricing strategies, and hyper-personalized guest experiences. For example, AI-powered chatbots and virtual assistants are transforming customer interaction models, while blockchain-based systems enhance transparency in transactions and supply chain management. However, while digitalization enhances efficiency and competitiveness, it also introduces new vulnerabilities. Issues such as cybersecurity, privacy protection, and the digital divide between technologically advanced and less-developed destinations pose serious challenges to the equitable implementation of digital tourism. Moreover, the digital transition demands significant human capital investment, digital literacy training, and strategic change management within tourism facilities.

The green transition addresses the environmental dimension of transformation, reflecting the industry’s response to global sustainability challenges and the mounting consequences of climate change. Tourism facilities, as major consumers of energy and resources, are increasingly expected to adopt eco-friendly practices that minimize their ecological footprint. This includes renewable

energy integration, sustainable architecture, water and waste management systems, biodiversity protection, and the adoption of circular economy principles (Gössling & Hall, 2006; UNWTO, 2023). In recent years, many facilities have begun pursuing certifications such as Green Key, ISO 14001, or EarthCheck, demonstrating their commitment to sustainability. Furthermore, eco-innovation has emerged as a source of competitive advantage, as environmentally responsible operations not only attract environmentally conscious travellers but also lead to cost savings and brand differentiation. Despite these positive developments, the green transition faces several structural barriers, including high implementation costs, inconsistent policy frameworks, and limited access to green financing for small and medium-sized enterprises (SMEs). Additionally, a lack of standardized sustainability indicators often hinders the measurement and comparison of environmental performance across destinations and facilities.

The social transition encompasses the sector's evolving ethical and social responsibilities. As globalization reshapes the relationships between tourists, employees, and host communities, tourism facilities are increasingly called upon to address issues of inclusivity, social equity, and local empowerment (Scheyvens & Biddulph, 2018). This transition reflects a paradigm shift from profit-oriented management to socially conscious governance models that prioritize the well-being of both employees and communities. Practices such as fair wages, gender equality, skills development, local procurement, and community engagement are now recognized as integral components of sustainable tourism operations. Social transformation also intersects with cultural sustainability, emphasizing the protection and celebration of local heritage, cuisine, and traditions within the tourism experience. Moreover, the post-pandemic context has underscored the importance of health security, mental well-being, and resilience—key dimensions of the social sustainability agenda. However, the social transition remains uneven, often constrained by short-term financial priorities and limited community participation in tourism planning processes.

By synthesizing insights from academic literature, institutional reports, and international policy documents, this review argues that the triple transformation represents a systemic and interdependent process rather than a set of isolated developments (Halkier et al., 2014). Digital, green, and social transitions intersect in multiple ways: digital technologies can enable greener operations through smart energy management systems; green initiatives can enhance social legitimacy and community trust; and socially inclusive policies can accelerate the adoption of sustainable and innovative practices. Yet these synergies coexist with tensions—such as conflicts between automation and employment, or between digital innovation and social inclusion—that require careful balancing (Zighan & Ruel, 2025).

The findings suggest that the successful implementation of the triple transformation demands a holistic governance framework rooted in collaboration, transparency, and shared responsibility. Cross-sectoral partnerships involving governments, industry stakeholders, academia, and local communities are essential for achieving systemic change. Policymakers must design enabling environments that integrate digital innovation policies with sustainability strategies and social inclusion agendas. Likewise, tourism education and training systems must evolve to equip future professionals with interdisciplinary competencies encompassing technology, environmental science, and social ethics.

Ultimately, this review contributes to the theoretical and practical understanding of tourism transformation by providing a unified analytical framework linking digitalization, environmental stewardship, and social responsibility. It highlights that the convergence of these dimensions defines the next evolutionary phase of tourism facilities—one characterized by resilience, inclusivity, and sustainability. In doing so, it offers both scholars and practitioners a roadmap for navigating the complexities of a rapidly changing global tourism landscape. The paper concludes that the triple transformation is not merely a trend but a structural necessity for the survival and long-term competitiveness of the tourism and hospitality sectors in the twenty-first century.

Keywords: Digital transformation, Green transition, Social sustainability, Tourism facilities, Triple transformation, Sustainable competitiveness, Smart tourism, Circular economy

References

- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart tourism destinations enhancing tourism experience through personalization of services. *Information and Communication Technologies in Tourism 2015*, 377–389. Springer.
- Gössling, S., & Hall, C. M. (2006). *Tourism and Global Environmental Change Ecological, Economic, Social and Political Interrelationships*. Routledge.
- Halkier, H., Kozak, M., & Svensson, B. (2014). Innovation and Tourist Destination Development. *European Planning Studies*. 22. 1547-1550. 10.1080/09654313.2013.784571.
- Scheyvens, R., & Biddulph, R. (2018). Inclusive tourism development. *Tourism Geographies*, 20(4), 589–609.
- Kindzule-Millere, I. & Zeverte-Rivza, S.. (2022). Digital transformation in tourism: opportunities and challenges. 476-486. 10.22616/ESRD.2022.56.047.
- UNWTO. (2023). *Tourism and green investmentsWorld Tourism Day Report 2023*. World Tourism Organization. Retrieved from <https://www.untourism.int/world-tourism-day-2023> on 11.10.2025
- Zighan, S. & Ruel, S.(2025). Managing social sustainability paradoxes in the digitalized supply chains for the circular economy, *Journal of Purchasing and Supply Management*, <https://doi.org/10.1016/j.pursup.2025.101090>.

Coğrafi İşaret Almış Gastronomik Ürünler Üzerine Bir İnceleme: Bingöl İli Örneği

Volkan TUNCEL^{1*}

Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu

Bingöl Üniversitesi, Türkiye

volkantuncel44@gmail.com

ORCID: 0000-0003-4772-5853

Özet

Türkiye coğrafi işaretli ürün kapsamında çeşitli ürün yelpazesine sahip olmakla birlikte bu coğrafi işaretli ürünler değerlerini kendi coğrafi sınırları içerisindeki doğal çevre koşulları ve kültürel faktörlerden almaktadır (Boztoprak vd., 2017, s. 98). Türkiye’de coğrafi işaret tescilinden sorumlu tek yetkili kurum Türk Marka ve Patent Kurumudur. Bu kurum tarafından gerçekleştirilen tescil süreçleri, geçmişten günümüze aktarılan gastronomik değerlerin belirli bir standart çerçevesinde üretilmesini, özgün niteliklerinin korunmasını ve gelecek nesillere sağlıklı biçimde aktarılmasını mümkün kılmaktadır.

Coğrafi işaret uygulamasının temel amacı, belirli bir yöreyle özdeşleşmiş ürünlerin özgün niteliklerini koruyarak gelecek kuşaklara aktarılmasını sağlamak üzere üreticileri desteklemek ve bu ürünleri belirli kalite standartlarına kavuşturmadır. Bu süreç aracılığıyla bir yandan ulusal kültürel değerlerin korunması ve yaşatılması hedeflenirken, diğer yandan bölgesel kalkınmanın teşvik edilmesi amaçlanmaktadır (Şahin, 2013, s. 24). Coğrafi işaret koruması, yalnızca ekonomik faydalar sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda yerel ölçekte oluşturulan tarımsal gıda üretim sistemlerinin sosyal ve çevresel sürdürülebilirliğinin desteklenmesine de katkı sağlamaktadır (Belletti vd., 2015, s. 95). Coğrafi işaretler, üreticilere kalite standartlarını tanımlama ve gıda ürünlerinin itibarını koruma imkânı sunarken; aynı zamanda ürünlerin coğrafi kökenleri ve yerel özellikleri ile tüketici nezdindeki değerini ön plana çıkarmaktadır (Quiñones-Ruiz vd., 2017, s. 179).

Nitel araştırma yönteminin benimsendiği bu çalışmada, nitel araştırma desenlerinden biri olan doküman analiz tekniği kullanılmıştır. Araştırma kapsamında, veri toplama sürecinde belge inceleme tekniğinden yararlanılarak Bingöl iline ait coğrafi işaretli gastronomik ürünlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda çalışmada, Türk Patent ve Marka Kurumuna ait veriler ikincil veri kaynağı olarak kullanılmıştır. Araştırma kapsamda elde edilen veriler tablolaştırılarak betimsel analiz yöntemi ile yorumlanmıştır.

TPMK tarafından Bingöl iline ait üç ürünün menşe adı ve iki ürünü ise mahreç işareti ile olmak üzere toplamda beş gastronomik ürünün coğrafi işaret aldığı görülmektedir. Tescil tarihleri dikkate alındığında, Bingöl ilinin coğrafi işaretlere yönelik farkındalığının son yıllarda arttığı ve 2017 yılından itibaren düzenli aralıklarla yeni ürünlerin tescil edildiği anlaşılmaktadır. Buna ek olarak, “Kürt Böreği” için de mahreç işaret almasına yönelik 03.11.2023 tarihli başvuru yapıldığı tespit

edilmiştir. Bu gelişmeler, ilin gastronomik mirasının korunmasına ve tanıtılmasına yönelik bilinçli bir kurumsal çabanın varlığını ortaya koymaktadır.

Coğrafi işaretlerin tescil süreci, tek aşamalı bir işlemde ziyade, çok sayıda aktörün etkileşimini içeren; iç ve dış paydaşlar arasında koordinasyonun ve fikir birliğini gerektiren, çok katmanlı ve dinamik bir süreç olarak değerlendirilmektedir (Kizos vd., 2017, s. 2863). Yöreye özgü bir ürünün coğrafi işaret olarak tescillenmesi bir sürecin başlangıcı olup, bu kazanımın sürdürülebilirliği tescil edilen coğrafi işaretli ürüne ilişkin yönetim ve denetim mekanizmalarının uyumuna ve etkinliğine bağlıdır (Tekelioğlu, 2019). Bingöl'ün coğrafi işaret tesciline sahip ürün sayısını artırma sürecinde, bölgesel paydaşların şehrin gastronomik kimliğinin korunması ve tanıtılması amacıyla iş birliği içinde hareket etmeleri ve bu doğrultuda coğrafi işaretli ürün envanterinin geliştirilmesine katkı sunmaları gerekmektedir.

Anahtar Sözcükler: Coğrafi işaret, Gastronomi turizmi, Bingöl

Kaynakça

- Akyürek, S. (2017). Gastronomi turizmi ve gıda pazarları: Netnografik bir araştırma. *Aydın Gastronomy*, 7(2), 205–222. https://doi.org/10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy_v07i2003
- Alderighi, M., Bianchi, C., & Lorenzini, E. (2016). The impact of local food specialities on the decision to (re)visit a tourist destination: Market-expanding or business-stealing? *Tourism Management*, 57, 323–333. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.06.016>
- Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu (2025), AB Menşe Adı ile Tescilli Bal Bilgisi, Bağlantı Adresi (https://www.eeas.europa.eu/delegations/t%C3%BCrkiye/co%C4%9Fafi-i%C5%9Faretli-%C3%BCr%C3%BCnler_tr?s=230), Erişim Tarihi:02.07.2025.
- Bannor, R. K., & Abele, S. (2021). Consumer characteristics and incentives to buy labelled regional agricultural products. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 17(4), 872–888. <https://doi.org/10.1108/WJEMSD-12-2020-0173>
- Belletti, G., Marescotti, A., Sanz-Cañada, J., & Vakoufaris, H. (2015). Linking protection of geographical indications to the environment: Evidence from the European Union olive-oil sector. *Land Use Policy*, 48, 94–106. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2015.05.003>
- Bojnec, S., Petrescu, D. C., Petrescu-Mag, R. M., & Radulescu, C. V. (2019). Locally produced organic food: consumer preferences. *Amfiteatru Economic*, 21(50), 209–227. <https://doi.org/10.24818/EA/2019/50/209>
- Boztoprak, F., Kurnu, M., & Çetinkaya, N. (2017). Erzurum yöresel yemeklerinin restoran tercihi ve tekrar ziyaret etme niyetleri üzerine bir araştırma. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(4), 96–110.
- Cei, L., Defrancesco, E., & Stefani, G. (2018). From Geographical Indications to rural development: A review of the economic effects of European Union Policy. *Sustainability*, 10(10), 1–21. <https://doi.org/10.3390/su10103745>
- Chalupová, M., & Prokop, M. (2016). Awareness of the Vysočina regional food labels with context of their media presence. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 64(1), 223–234. <https://doi.org/10.11118/actaun201664010223>
- Chen, N.-H. (2021). Geographical indication labelling of food and behavioural intentions. *British Food Journal*, 123(12), 4097–4115. <https://doi.org/10.1108/BFJ-06-2020-0552>
- Christensen, Larry, B., Burke Johnson, R., & Turner, A. L. (2014). *Araştırma Yöntemleri Desen ve Analiz* (A. Aypay, Ed.; 2. baskı). Anı Yayıncılık.
- Çalışkan, V., & Koç, H. (2013). Türkiye’de coğrafi işaretlerin dağılışı özelliklerinin ve coğrafi işaret potansiyelinin değerlendirilmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17(28), 193–214.
- Doğan, B. (2015). Coğrafi işaret korumasının gelişmekte olan ülkeler için önemi. *Social Sciences*, 10(2), 58–75. <https://doi.org/10.12739/NWSA.2015.10.2.3C0128>
- Doğanlı, B. (2020). Coğrafi işaret, markalaşma ve kırsal turizm ilişkileri. *İnsan ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 525–541.
- Fandos-Herrera, C., Mercadé-Melé, P., & Rubio Pastor, M. Á. (2025). Can the co-creation of local food products be a key factor in rural development? *British Food Journal*, 127(2), 624–642. <https://doi.org/10.1108/BFJ-04-2024-0382>

- Franzidis, A., Seaman, A. N., & Abee, M. (2023). Online food marketplaces & the fetishization of local: The case for narratology. *Digital Geography and Society*, 4, 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.diggeo.2022.100048>
- Giovannucci, D., Barham, E., & Pirog, R. (2010). Defining and marketing “Local” foods: Geographical indications for US products. *The Journal of World Intellectual Property*, 13(2), 94–120. <https://doi.org/10.1111/j.1747-1796.2009.00370.x>
- Giovannucci, D., Josling, T. E., Kerr, W. A., O’Connor, B., & Yeung, M. T. (2009). *Guide to Geographical Indications: Linking Products and Their Origins (Summary)*. International Trade Centre, Geneva, Switzerland. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1736713>
- Giua, M., Salvatici, L., Vaquero-Piñero, C., & Solazzo, R. (2025). Do territories with geographical indications trade better? *Italian Economic Journal*, 11(1), 31–64. <https://doi.org/10.1007/s40797-024-00269-3>
- GIview (2025), Avrupa Birliği Tescilli Ürün Bilgisi, Bağlantı Adresi (<https://www.tmdn.org/giview/gi/search>), Erişim Tarihi: 15.06.2025.
- Gökovalı, U. (2007). Coğrafi işaretler ve ekonomik etkileri: Türkiye örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 141–160.
- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: Felsefe, Yöntem ve Analiz*. Seçkin Yayıncılık
- Kizos, T., Kohsaka, R., Penker, M., Piatti, C., Vogl, C. R., & Uchiyama, Y. (2017). The governance of geographical indications. *British Food Journal*, 119(12), 2863–2879. <https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2017-0037>
- Lagasse, L. P., Love, D. C., & Smith, K. C. (2014). Country-of-origin labeling prior to and at the point of purchase: An exploration of the information environment in baltimore city grocery stores. *Ecology of Food and Nutrition*, 53(1), 58–80. <https://doi.org/10.1080/03670244.2014.854605>
- Quiñones-Ruiz, X. F., Penker, M., Belletti, G., Marescotti, A., & Scaramuzzi, S. (2017). Why early collective action pays off: evidence from setting Protected Geographical Indications. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 32(2), 179–192. <https://doi.org/10.1017/S1742170516000168>
- Rippon, M. J. (2014). What is the geography of Geographical Indications? Place, production methods and protected food names. *Area*, 46(2), 154–162. <https://doi.org/10.1111/area.12085>
- Seaman, A. N., & Schroeder, L. H. (2022). Exploring the relationship between travel and online food souvenirs. *Anatolia*, 33(2), 210–221. <https://doi.org/10.1080/13032917.2022.2040913>
- Saripek, S., & Çevik, S. (2020). Oraların nesi meşhur: Şehir pazarlamasında coğrafi işaret tescilli ürünler. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(32), 4907–4938. <https://doi.org/10.26466/opus.772918>
- Şahin, G. (2013). Coğrafi işaretlerin önemi ve vize (Kırklareli)’nin coğrafi işaretleri. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15, 23–37.
- Tanrıkulu, M., & Doğandor, E. (2021). Coğrafi işaretleri ve coğrafi işaret potansiyeliyle Bolu ili. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 223–257.
- Tekelioğlu, Y. (2019). Coğrafi işaretler ve Türkiye uygulamaları. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 47–75.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK, 2025a), Coğrafi İşaret, Menşe Adı ve Mahreç işareti, Bağlantı Adresi (<https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/co%9Fraf-i%9Faret-nedir>), Erişim Tarihi:19.06.2025.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK, 2025b), Geleneksel Ürün, Bağlantı Adresi (<https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/geleneksel-%C3%BCr%C3%BCn-ad%C4%B1-nedir>), Erişim Tarihi:19.06.2025.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK, 2025c), Bingöl İline ait Coğrafi Tescillenmiş Gastronomik Ürün Bilgisi, Bağlantı Adresi (<https://ci.turkpatent.gov.tr/veri-tabani>), Erişim Tarihi:19.06.2025.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK, 2025d), Bingöl Balı, Bağlantı Adresi (<https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/2959a6e7-1841-454b-9530-3f34c807ee9a.pdf>), Erişim Tarihi:25.06.2025.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK, 2025e), Guldar Domatesi, Bağlantı Adresi (<https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/eba58174-4104-4c98-93d9-3e9e8324d005.pdf>), Erişim Tarihi:25.06.2025.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK, 2025f), Yedisu Horoz Kuru Fasulyesi, Bağlantı Adresi (<https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/d30cf70e-f302-4e58-87b6-354477c86914.pdf>), Erişim Tarihi:25.06.2025.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK, 2025g), Bingöl Çobantaşı Kavurması, Bağlantı Adresi (<https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/306.pdf>), Erişim Tarihi:25.06.2025.

Yemek Pişirme Etkinliğinin Bağımlı Bireylerin Ruh Sağlığı Üzerindeki Etkisi

Şehmus AYKOL^{1*}, Berkay Nedim HALİFEGİL²

Turizm Fakültesi/ Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye
¹shemusaykol@artuklu.edu.tr

ORCID: 0000-0003-4398-3660

Turizm Fakültesi/Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye
² bhalifegil@gmail.com

ORCID: 0009-0005-6823-3323

Özet

Amaç: Bu araştırmanın temel amacı, yemek pişirme eyleminin bağımlı bireylerin ruh sağlığı, psikolojik iyi oluş düzeyleri,, anksiyete, depresyon ve sosyal iyilik hâlleri üzerindeki etkilerini incelemektir. Bu kapsamda, yemek pişirme etkinliklerinin bağımlı bireyler üzerindeki terapötik etkilerini ortaya koymak; gastronomi ile psikoloji disiplinleri arasında çok boyutlu bir etkileşim zemini oluşturmak ve literatürde sınırlı yer bulan bu ilişkiye yeni bir perspektif kazandırmak hedeflenmektedir. Ayrıca, elde edilen bulgular doğrultusunda bağımlılıkla mücadelede sosyal hizmet kurumları, yerel yönetimler ve ilgili paydaşlar tarafından yürütülen mevcut uygulamalara, sürdürülebilir ve kanıta dayalı alternatif bir yaklaşım önerilmesi de araştırmanın amaçları arasında yer almaktadır.

Yöntem: Çalışma, nitel bir araştırma yaklaşımıyla yorumlayıcı paradigma çerçevesinde yürütülmüştür. Bu paradigma, bireylerin yaşamlarındaki anlam kurma süreçlerini ve bu süreçlerin sosyal bağlamlar içinde yorumlanabilirliğini vurgulamaya yardımcı olur (Schwandt, 1994). Buna uygun olarak, gözlem ve görüşmeler yoluyla elde edilen veriler yalnızca betimleyici biçimde değil, aynı zamanda yorumlayıcı ve yeniden yapılandırıcı bir analiz süreciyle ele alınmıştır (Elliott & Timulak, 2005; Lincoln & Guba, 1985). Ayrıca, araştırmanın katılımcılarına anksiyete, depresyon ve psikolojik iyi oluş ölçekleri uygulanarak nitel verilerin geçerliliği ve güvenilirliğinin artırılması sağlanmıştır.. Bu sayede karmaşık bir eylem olan yemek pişirme sürecinin tanımlayıcı, deneysel ve zengin veri toplama potansiyelinden (Hingst vd., 2024) faydalanılmıştır. Araştırma kapsamında gerçekleştirilen gastronomi kursuna katılımın sınırlı olması nedeniyle, nicel verilerden istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar elde edilememiştir. Bu nedenle, çalışmada kullanılan ölçekler nitel verileri destekleyici bir rol üstlenmiştir. Çünkü nicel araştırma yönteminde elde edilen verilerin analiz edilebilmesi için sayısal verilerin girdilerine ihtiyaç vardır (Doğanay vd., 2018).

Bulgular: Bulgular, mutfak temelli müdahalelerin altı temel boyutta anlamlı değişimler yarattığını ortaya koymaktadır. Bunlar; “Öz güven ve öz değer, sosyal boyut ve aidiyet duygusu, duygu düzenleme ve psikolojik rahatlatma, gelecek perspektifi ve umut, davranışsal içselleştirme, sorumluluk bilinci ve katılım” temalarıdır. Bu bulgular yemeğin sadece bir beslenme aracı değil; bireyin kimliğini yeniden inşa edebileceği, sosyal aidiyetini pekiştirebileceği ve psikolojik olarak rahatlatma sağlayabileceği terapötik bir araç olduğu araştırma bulgularıyla güçlü biçimde temellendirilmiştir. Bulgular, grup temelli mutfak müdahalelerinin bağımlılıktan kurtulma sürecinde düşük maliyetli, kültürel olarak uyarlanabilir ve etkili bir psikososyal destek modeli sunabileceğini göstermektedir. Ayrıca, rehabilitasyon merkezleri, sosyal hizmet uygulamaları ve gastronomi eğitimi alanlarında politika üreticilere yön verebilecek uygulanabilirlik potansiyeli taşımaktadır.

Araştırma Alanı ve Katılımcılar: Bu çalışma, bağımlılık sorununu aşmaya çalışan bireylerin psikososyal gelişimlerini desteklemek amacıyla kurulmuş olan, uzun süreli tedavi hizmeti sunan bağımsız bir sivil toplum kuruluşunun rehabilitasyon merkezinde (Yeşilay Diyarbakır Rehabilitasyon Merkezi) gerçekleştirilmiştir. Kurum, yalnızca tıbbi tedaviyle sınırlı kalmayan, aynı zamanda bağımlılığın psikoeğitsel ve sosyal boyutlarını da kapsayan bütüncül bir yaklaşım benimsemektedir. Araştırma kapsamında gerçekleştirilen yemek pişirme etkinlikleri, kurumun mesleki beceri kazandırma ve geliştirme programı kapsamında sunulan bir gastronomi eğitimi atölyesi dâhilinde gerçekleştirilmiştir. Eğitim, nitelikli bir eğitmen-araştırmacı tarafından başlatılmış ve yürütülmüştür. Araştırmanın katılımcı profili araştırmacı-gözlemci, uzman gözlemci(psikologlar) ve birincil gözlem katılımcıları olmak üzere üç gruptan oluşturulmuştur.

Bu durum hem iç hem dış gözlem perspektiflerinden çok boyutlu veriler üretmiş; bağlamsal olarak zengin ve gözlemsel derinliği yüksek bir örneklem ortaya koymuştur. Katılımcı çeşitliliği, veri bütünlüğünü desteklemiş ve üçleme (triangülasyon) yoluyla araştırmanın güvenilirliğini artırmıştır (Carter ve diğ., 2014).

Araştırmaya dahil edilen katılımcıların seçimi amaçlı (yargısal) örneklem yaklaşımına göre seçilmiştir. Bu yaklaşımda; Araştırma konusuyla doğrudan ilişkili ve bilgi açısından zengin bireyler araştırmacı tarafından bilinçli olarak seçilir. Bu doğrultuda, araştırmanın amacına uygun niteliklere sahip katılımcılar, araştırmacı tarafından belirlenmiş ve gönüllü rızaları doğrultusunda araştırmaya dahil edilmiştir. Araştırma sorularının ve hedeflerinin rastgele seçilecek bir çalışma grubu ile yeterli düzeyde karşılanamayacak olması, amaçlı (yargısal) yaklaşımın tercih edilmesinde etkili olmuştur

Anahtar Sözcükler: Psikolojik iyilik hali, Bağımlılık, Gastronomi temelli müdahale, Ruh sağlığı, Yemek pişirmenin terapötik etkisi

Kaynakça

- Carter, N., Bryant-Lukosius, D., DiCenso, A., Blythe, J., & Neville, A. J. (2014). The use of triangulation in qualitative research. *Oncology Nursing Forum*, 41(5), 545–547. <https://doi.org/10.1188/14.ONF.545-547>
- Doğanay, A., Ataizi, M., Şimşek, A., Balaban Salı, J., & Akbulut, Y. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Eskişehir: Açıköğretim Fakültesi Yayını.
- Elliott, R., & Timulak, L. (2005). Descriptive and Interpretive Approaches to Qualitative Research. In J. Miles, & P. Gilbert (Eds.), *A Handbook of Research Methods for Clinical and Health Psychology* (pp. 147-159). Oxford University Press.

Hingst, R., Alvarado, D. C., Bardin, L., & Farmer, N. (2024). Occupational Therapy And Cooking: A Scoping Review And Future Directions. *Scandinavian Journal Of Occupational Therapy*, 31:1.
Schwandt, T. A. (1994). Constructivist, interpretivist approaches to human inquiry. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (pp. 118–137). Sage.

Dijital Çağda Kral Yolu: İnanç, Kültür ve Gastronominin Kesişim Noktasında Bir Miras Rotası

*Armağan TANRIKULU¹**

¹Karacadağ Kalkınma Ajansı

Özet

Diyarbakır Kral Yolu, Anadolu'nun en eski ticaret ve askeri geçiş yollarından biri olarak, tarih boyunca birçok uygarlığın izlerini taşımaktadır. İnsanlık tarihi kadar eski bir geçmişe sahip olan ulaşım yolları, ilk çağlardan itibaren insanların göç, ticaret, savaş, ibadet ve keşif amaçlarıyla bölgeden bölgeye hareket etmesini sağlamıştır. Kral Yolunun, yerel kaynaklara göre MÖ 7. yüzyılda Lidya Kralı Gyges tarafından inşa edildiği ve Efes'ten Ninova'ya uzanan antik bir güzergâh olarak tarihe geçtiği belirtilmektedir. Günümüz coğrafyasında Türkiye sınırları içinde İzmir-Manisa, Kütahya, Eskişehir, Ankara, Sivas, Malatya, Elazığ, Diyarbakır ve Mardin şehirlerinden geçmektedir. Yol, Lidya döneminde ticaret güzergahı, Persler döneminde ise hem ticari hem de askeri geçiş yolu olarak işlev görmüştür. Bu yolun gelişiminde Asur, Lidya ve Pers (Ahemeniş) uygarlıkları önemli rol oynamış, bu uygarlıkların idari, ekonomik ve kültürel etkileşimlerini mümkün kılan stratejik bir altyapı unsuru olmuştur. Kral Yolu'nun kültürel ve doğal değerlerini korumak ve turizme kazandırmak amacıyla Diyarbakır Valiliği, Karacadağ Kalkınma Ajansı ve GAP BKİ işbirliği ile "Diyarbakır Kral Yolu Yürüyüş Rotası Oluşturma Projesi" başlatılmıştır. Proje kapsamında Diyarbakır merkez ve Eğil, Ergani, Çınar, Çermik, Çüngüş ilçeleri ve bağlı köyleri kapsayan toplam 351 km'lik bir yürüyüş rotası belirlenmiş, 32 farklı rota oluşturulmuştur. Projenin ilk etabı; rotaların tespiti, gps koordinatlarının belirlenmesi, haritalanması ve tanıtım materyallerinin hazırlanmasını kapsarken; ikinci etapta uluslararası standartlarda işaretleme ve tabelalandırma çalışmaları yürütülmüştür. Rotalar tespit edilirken, literatür taraması yapılmış, belirlenen önemli noktalar haritalarda işaretlenmiş, sahada 351 km. adım adım yürünmüştür. İşaretleme ve tabelalandırma çalışmaları sırasında da yine saha adım adım yürünerek ikinci bir kontrol yapılmıştır. Proje kapsamında Kral Yolu'nun görünürlüğünü artırmak amacıyla dijital tanıtım faaliyetleri de eş zamanlı olarak başlatılmıştır. Bu doğrultuda bir internet sitesi oluşturulmuş; sosyal medya hesapları ve YouTube kanalı aracılığıyla rotaya ilişkin tanıtım içerikleri üretilmiştir. Oluşturulan 32 rotanın tamamına ait GPS koordinatları Wikiloc uygulamasına yüklenmiş; web sitesinde ise her bir rotaya ilişkin detaylı bilgi formları, haritalar, eğitim grafikleri, fotoğraflar ve yürüyüşçülerin ihtiyaç duyabileceği tüm bilgiler dijital ortamda erişime açılmıştır. Dijital çağ, kültürel mirasın korunması ve tanıtılması açısından yeni fırsatlar sunmaktadır. Kral Yolu üzerinde rotanın geliştirmesi adına, dijital rehberlik uygulamaları, artırılmış gerçeklik deneyimleri, QR kodlu yönlendirmeler gibi uygulamalar, ziyaretçilere farklı bir deneyim sunma potansiyeline sahiptir. Örneğin, rota üzerindeki bir köyde tarihi mekân veya

eski bir han, dijital uygulamalar aracılığıyla interaktif olarak tanıtılabilir; yöresel yemekler ve gelenekler, dijital içeriklerle desteklenerek ziyaretçilere aktarılabilir. Bu yaklaşım, ziyaretçilerin rota boyunca sadece gözlemleyen değil, aynı zamanda öğrenen ve deneyimleyen konumda olmalarını sağlamaktadır. Proje kapsamında yürütülen faaliyetler, Kral Yolu'nun bilinirliğini artırmak ve marka değerini güçlendirmek açısından da önem taşımaktadır. Ulusal ve yerel turizm paydaşlarıyla yapılan 1 Karacadağ Kalkınma Ajansı, Turizmi Geliştirme Birimi Başkanı, acelik@karacadag.gov.tr lansman ve tanıtım gezileri, Kral Yolu'nu hem kültürel hem de doğa turizmine uygun bir destinasyon haline getirmektedir. Ayrıca sürdürülebilirlik yaklaşımı doğrultusunda yerel yürüyüş liderliği eğitimleri düzenlenmiş; doğa turizmi alanında faaliyet gösteren acente ve rehberlere rotanın içeriği ve kullanımına ilişkin teorik ve uygulamalı eğitimler verilmiştir. Bu çalışmalar sonucunda Diyarbakır Kral Yolu, Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı'nın (TGA) resmi internet sitesinde yürüyüş rotaları içerisinde yer almıştır. Projenin ilerleyen aşamalarında Kral Yolu güzergahı boyunca bisiklet yollarının planlanması, doğa ve kültür odaklı turizmi destekleyecek kamp ve karavan alanlarının belirlenmesi hedeflenmektedir. Bununla birlikte, rotanın ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtımına yönelik dijital ve basılı tanıtım faaliyetlerinin hayata geçirilmesi de planlanmaktadır. Rota üzerinde yer alan yerleşimlerde yerel halkın sürece aktif katılımını teşvik edecek; yöresel ürün satışı, rehberlik hizmetleri, bisiklet ve kamp ekipmanları kiralama, küçük ölçekli yeme-içme ve konaklama hizmetleri gibi gelir getirici faaliyetlerin geliştirilmesi öngörülmektedir. Böylece Kral Yolu'nun yalnızca bir kültürel miras rotası olarak değil, aynı zamanda yerel kalkınmayı destekleyen, yaşayan ve sürdürülebilir bir turizm destinasyonu haline gelmesi hedeflenmektedir. Bu çerçevede, Kral Yolu'nun Avrupa Konseyi Kültür Rotaları Ağı'na dahil edilmesine yönelik kurumsal, teknik ve tanıtım odaklı çalışmaların da planlanması, rotanın uluslararası görünürlüğünü ve prestijini artıracak önemli bir adım olarak değerlendirilmektedir. Bu çalışma, Diyarbakır Kral Yolu'nun kültürel ve doğal miras değerlerinin korunarak turizme kazandırılması amacıyla yürütülen yürüyüş rotası oluşturma sürecini, dijital dönüşüm uygulamalarını ve sürdürülebilir turizm perspektifini ele almıştır. Diyarbakır Kral Yolu örneği, dijital çağda kültür, inanç ve gastronomi unsurlarının nasıl bütüncül bir yaklaşımla ele alınabileceğini ortaya koymaktadır. Tarihsel bir yol, doğru yöntemler ve çağdaş dijital araçlar kullanılarak güncel ve dijital deneyim alanına dönüşebilir; geçmiş ile gelecek, yerel değerler ile dijital dünya arasında güçlü bir köprü kurulabilmektedir. Bu yaklaşım, ziyaretçilere zengin ve nitelikli bir deneyim sunmanın yanı sıra yerel kimliğin, kültürel mirasın ve gastronomik geleneklerin sürdürülebilirliğine katkı sağlamaktadır. Böylece Kral Yolu, dijital çağın gerekliliklerine yanıt veren örnek bir kültürel rota modeli haline gelmektedir.

Anahtar Kelimeler: Diyarbakır kral yolu, Kültürel miras, İnanç turizmi, Gastronomi, Dijital dönüşüm, Yerel kalkınma, Kültürel sürdürülebilirlik

Kaynakça: Karacadağ Kalkınma Ajansı Proje Dokümanları

Teşekkür: Bu projeyi fikir olarak Ajansımıza sunan ve hayata geçirilmesinde de desteklerini esirgemeyen Sayın Prof. Dr. Aytaç Coşkun'a teşekkür ederiz.

Gastronomi Turizmi Kapsamında Elazığ'da Üzüm Kültürü ve Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi

Mustafa Emre ŞİRİN^{1*}, Suat ARPACI²

Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu/Turizm ve Otel İşletmeciliği
Fırat Üniversitesi, Türkiye
mesirin@firat.edu.tr

ORCID: 000-0003-3154-1224

Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği
Fırat Üniversitesi, Türkiye
sarpaci@firat.edu.tr

ORCID: 0000-0003-2683-6060

Özet

Elazığ ili, Doğu Anadolu Bölgesi'nin güneydoğusunda yer almakta olup, tarihi, kültürel ve doğal değerleriyle öne çıkan bir destinasyondur. Bölgenin coğrafi yapısı, dağlık alanlar, Keban Barajı ve Hazar Gölü gibi su kaynaklarıyla çeşitlilik göstermektedir; bu durum, hem tarımsal üretim hem de turizm faaliyetleri açısından avantaj sağlamaktadır. Elazığ mutfağı, yöresel ürünler ve geleneksel tariflerle zenginleşmiş olup, özellikle üzüm, orçık, pestil ve pekmez gibi yerel ürünler gastronomi turizmi için önemli bir potansiyel sunmaktadır. Turizm açısından, tarihi Harput kenti, doğal göller, mağaralar ve termal kaynaklar ziyaretçiler için cazibe unsurları oluşturmaktadır; gastronomik deneyimler ise bölgenin kültürel kimliğini yansıtarak turistik değerleri güçlendirmektedir. Çalışmada Elazığ ilinde yürütülen bağcılık faaliyetlerinin, bölgenin gastronomi turizmi ve yerel kalkınma potansiyeli ile ilişkisini analiz etmeyi amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında Elazığ'ın üzüm çeşitliliği, üretim kapasitesi ve üzümünden türetilen geleneksel ürünlerin (orçık, pestil, pekmez, şıra vb.) turizm bağlamındaki işlevi incelenmiştir. Nitel yöntemle yürütülen dokümananalizi; Çeşitli bilimsel çalışmalar, Elazığ İl Tarım ve Orman Müdürlüğü verileri, TÜİK istatistikleri ve yerel haber kaynaklarından elde edilen bulgulara dayanmaktadır. Elazığ'ın özgün üzüm çeşitleri (Öküzgözü, Boğazkere, Şirfoni, Köhnü vb.) ve coğrafi işaretli ürünleri aracılığıyla destinasyon markalaşmasına katkı sağlayacak güçlü bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir. Ancak mevcut yapının, pazarlama, üretici-turizm entegrasyonu ve deneyim tasarımı açısından geliştirilmesi gerektiği tespit edilmiştir. Elazığ'ın coğrafi işaretli ürünleri ve özgün üzüm çeşitleri aracılığıyla gastronomi turizmi ve destinasyon markalaşmasına katkı sağlayabilecek güçlü bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, mevcut yapının pazarlama stratejileri ve üretici-turizm entegrasyonu açısından iyileştirilmesi gerektiği ortaya konmuştur. Elde edilen bulgular, bölgesel kalkınma ve gastronomi turizminin sürdürülebilirliğine yönelik stratejik önerilerin geliştirilmesine olanak tanımaktadır. Gastronomi temelli turizm, yerel üretim geleneklerinin korunması ve ekonomik değere dönüştürülmesi açısından önem taşımaktadır (Hjalager & Richards, 2020). Elazığ, tarihsel olarak bağcılık

gelenegiyle öne çıkan bir bölge olup, iklim ve toprak özellikleri nedeniyle yüksek kaliteli üzüm üretimine elverişlidir (Kandemir & Karaoğlu, 2024). Çalışmanın temel sorusu, “Elazığ’da üzüm kültürü gastronomi turizmi ve bölgesel kalkınma bağlamında nasıl değerlendirilebilir?” şeklindedir. Araştırmanın amacı, Elazığ’ın üzüm kaynaklarını turizm ürünlerine dönüştürebilecek stratejileri belirlemek ve sürdürülebilir turizm çerçevesinde öneriler geliştirmektir. Gastronomi turizmi alanındaki literatür, yerel yiyecek ve içecek üretiminin bir destinasyonun kimlik ve marka değerinin oluşturulmasında kritik bir rol oynadığını vurgulamaktadır (Everett, 2016). Özellikle bağcılık temelli turizm çalışmalarında, bağ rotaları, bağ içi deneyimler ve gastronomik etkinliklerin destinasyonun rekabetçiliğini artırdığı ve ziyaretçilerin deneyim düzeyini yükselttiği gösterilmiştir (Hjalager & Richards, 2020). Elazığ özelinde, Öküzgözü ve Boğazkere gibi üzüm çeşitlerinin coğrafi işaretle tescillenmesi, ürünlerin pazarda farklılaşmasını sağlayarak katma değer üretme potansiyelini güçlendirmektedir (Yılmaz & Arslan, 2023). Ayrıca, Kandemir ve Karaoğlu (2024), Elazığ’ın bağcılık altyapısının geliştirilmesi ve modern işleme teknolojilerinin entegrasyonunun, hem üretim verimliliğini artıracak hem de gastronomi turizmi deneyimlerinin kalitesini yükselteceğini belirtmektedir. Bu çerçevede, mevcut çalışma, söz konusu kuramsal ve kavramsal altyapıdan hareketle, Elazığ’ın özgün üzüm kültürünün turistik deneyimlere dönüştürülmesine yönelik stratejik yaklaşımları tartışmayı hedeflemektedir. Araştırma nitel yöntem esaslı doküman analizinden oluşmuştur. Veri kaynakları; TÜİK (2023) bitkisel üretim istatistikleri, Elazığ İl Tarım ve Orman Müdürlüğü raporları, yayımlanmış akademik çalışmalar ve yerel medya haberleri olarak belirlenmiştir. Toplanan veriler tematik analiz çerçevesinde kodlanmış ve “kültürel miras”, “ekonomik katkı”, “turistik deneyim” temaları altında yorumlanmıştır. Çalışma keşfedici nitelikte olup saha çalışması ve anket verileri içermemektedir; bu nedenle bulguların genellenmesi sınırlıdır.

Bulgular sonucunda Elazığ’da yetiştirilen başlıca üzüm çeşitlerinin (Öküzgözü, Boğazkere, Şirfoni, Köhnü, Ağın Beyazı vb.) hem sofralık hem de işlenmiş ürün üretiminde merkezi rol oynadığı belirlenmiştir. TÜİK verileriyle paralel olarak, ilin önemli bir üretim hacmine sahip olduğu ve üretim alanlarının genişlediği tespit edilmiştir (TÜİK, 2023). Üzümlerden elde edilen geleneksel ürünler; orcik, pestil, pekmez vb. bölgesel gastronominin özgünlüğünü sağlamakta ve turistler için deneyimsel bir çekim unsuru oluşturmaktadır. Bağ bozumu festivalleri ve yerel tadım etkinlikleri, kültürel mirasın turistik bir forma dönüşmesine örnek teşkil etmektedir; buna karşın pazarlama stratejilerinin zayıf olması ve üretici-turizm aktörleri arasındaki işbirliği eksikliği, potansiyelin tam olarak kullanılmasını engellemektedir. Ayrıca, coğrafi işaretli ürünlerin uluslararası pazarlama bağlamında daha etkin kullanılmasının, yerel üreticilere ve bölgesel ekonomiye ek gelir sağlayacağı öngörülmektedir (Yılmaz & Arslan, 2023). Bu bulgular literatürdeki benzer çalışmaları desteklemekte, ancak Elazığ için özgün ürün hikâyeleri ve deneyim tasarımlarının geliştirilmesi gerekliliğini vurgulamaktadır. Araştırma, Elazığ’ın üzüm kültürünün gastronomi turizmi bağlamında önemli bir potansiyel sunduğunu ortaya koymuştur. Coğrafi işaretli çeşitlerin markalaşması, bağ rotaları oluşturulması, üretici eğitimi ve deneyim tasarımı (örneğin orcik yapım atölyeleri, tadım etkinlikleri) öncelikli müdahale alanları olarak belirlenmiştir. Buna ek olarak, yerel aktörlerin turizm ve tarım arasındaki ortak çıkarlar doğrultusunda işbirliği mekanizmaları geliştirmesi, pazarlama kapasitelerini artırmak üzere desteklenmelidir. Politika yapıcılar için öneriler arasında finansal teşvikler, coğrafi işaretli ürünlerin uluslararası tanıtım programları ve sürdürülebilir üretim uygulamalarının yaygınlaştırılması bulunmaktadır. Gelecek araştırmaların saha tabanlı nicel veriler ve ziyaretçi *algı* ölçümleri ile desteklenmesi önerilmektedir.

Anahtar Sözcükler: Gastronomi turizmi, Kültür, Üzüm, Elazığ

Kaynakça

- Elazığ İl Tarım ve Orman Müdürlüğü. (2024). Elazığ Tarımsal Üretim Verileri 2024. Elazığ Valiliği Yayınları.
- Everett, S. (2016). Food and drink tourism: Principles and practice. Sage Publications.
- Gazete (18Eylül 2024). Elazığ'ın Üzüm Şöleni: 17. Bağ Bozumu Festivali coşkuyla kutlandı. <https://www.asayisgazetesi.com.tr/haber/elazigin-uzum-soleni-17-bag-bozumu-festivali-coskuyla-kutlandi-7019> 10.09.2025
- Gözütok, Ö., Kaya, C., & Kelebek, H. (2020). Farklı bölgelerde yetiştirilen Öküzgözü üzüm çeşidinden üretilen şarapların karakterizasyonu. Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi, 3(1), 77–90.
- Hjalager, A.-M., & Richards, G. (2020). Tourism and gastronomy. Routledge.
- Kandemir, E., & Karaoğlu, H. (2024). Ülkemizde bağcılığın mevcut durumu ve Elazığ yöresi bağcılığı. Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi, 11(2), 355–370. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/4035509>
- Keskin, N. (2017). Elazığ ilinde yetiştirilen bazı yerli üzüm çeşitlerinde verim ve kalite özellikleri arasındaki ilişkilerin belirlenmesi. Türkiye Teknoloji ve Uygulamalı Bilimler Dergisi, 1(1), 25–30.
- TÜİK. (2023). Bitkisel üretim istatistikleri. Türkiye İstatistik Kurumu. <https://tuik.gov.tr>
- Yılmaz, F., & Arslan, E. (2023). Elazığ'da bağcılık ve coğrafi işaretli ürünlerin turizm potansiyeli üzerine bir değerlendirme. Turizm ve Gastronomi Araştırmaları Dergisi, 7(2), 145–160.
- Yücel, N. (2015). Bir şehir: Elazığ, bir sektör: Bağcılık, bir ürün: Öküzgözü üzümü, bir marka: Elazığ şarabı. Fırat Üniversitesi Harput Araştırmaları Dergisi, 3(1), 77–90.

Arap Turistlerin Ayder Yaylasında Kırsal Turizm Hizmet Deneyimi Üzerine Bir Araştırma

Ahmet ÇAVUŞ^{1*}, Ayşegül KOÇ²

Turizm Fakültesi/Turizm Rehberliği Bölümü
Atatürk Üniversitesi, Türkiye
¹ahmetcavus@atauni.edu.tr

ORCID: 0000-0002-7359-1273

Sosyal Bilimler Enstitüsü/Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı
Atatürk Üniversitesi, Türkiye
²aysegul.koc2@ogr.atauni.edu.tr

ORCID: 0009-0009-0168-2828

Özet

Kırsal turizmin açık ve evrensel olarak kabul edilmiş bir tanımı bulunmamaktadır; çünkü bu kavram oldukça karmaşık bir yapıya sahip olup, geniş bir faaliyet yelpazesini içermekte ve bölgeler ile ülkelere göre farklılık gösterebilmektedir (Devi Rosalina, Dupre & Wang, 2021). Kırsal bölgelerin benzersiz kültürel, doğal ve tarihi özelliklerini vurgulayan küçük ölçekli, otantik deneyimlere odaklanan kırsal turizm, kapsamlı turizm araştırmalarında önemli bir çalışma alanı haline gelmiştir (An & Alarcón, 2020; Karali vd., 2024; Ruiz-Real vd., 2022).

BMDTÖ, kırsal turizmi, ziyaretçinin deneyiminin genellikle doğa temelli faaliyetler, tarım, kırsal yaşam tarzı ile bağlantılı geniş bir ürün yelpazesine ilgili olduğu bir turizm faaliyet türü olarak tanımlamaktadır (BMDTÖ 2021). Dolayısıyla kırsal turizm, doğa sporları, kırsal yaşamın günlük aktiviteleri, yerel malların satışı, el sanatlarının gelişimi, tarihi ve kültürel faaliyetlerle yerel düzeyde ticaretin gelişmesi gibi birçok önemli etkiye sahiptir. Bununla birlikte, kırsal alanlar sosyalleşmeyi artırmaktadır. Bu durum hem yerli hem de yabancı turistlerin kültürel entegrasyonuna katkı sağlamaktadır (Soykan 2003).

Kırsal turizm, ülke ekonomisine katkı sağlamasının yanı sıra, kırsal bölgelerin sosyo-ekonomik kalkınmasında da önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle yerel halkın gelir düzeyini artırması ve yaşam koşullarını iyileştirmesi bakımından kırsal turizm büyük bir potansiyele sahiptir (Esengün, 2002). Kırsal bölgelerde yaşayan bireyler, ister tarımla ilgilensin ister ilgilenmesin, turizm faaliyetleri aracılığıyla ek gelir elde etme imkânına sahip olmaktadır (Çeken, Dalgın ve Çakır, 2012).

Turizmin yüksek tüketim kapasitesi sayesinde, yerli ve yabancı turistlerin kırsal alanlarda konaklama, yeme-içme, ulaşım, eğlence, alışveriş, yöresel el sanatları ve otantik ürünler gibi ihtiyaçlarını karşılamak için yaptıkları harcamalar, bölge ekonomisine doğrudan katkı sağlamaktadır. Bu ekonomik canlanma, hem yörede yaşayanların gelir düzeyinin ve refahının artmasına hem de kırsal destinasyonların yeni turizm yatırımlarına olanak tanıyan bir alım gücü kazanmasına neden olmaktadır (Uçar vd., 2010).

Turizm kırsal alanların kalkınmasına doğrudan ya da dolaylı olarak katkı sağlar ancak bu kalkınmanın sürdürülebilir olması gerekmektedir. Bunu gerçekleştirebilmek için, ekonomik, sosyal ve kültürel yönden uygun olan olumlu politikalar uygulanmalıdır (López-Sanz vd., 2021). Ancak bu politikalar; yöredeki tarihi, doğal, kültürel ve tarımsal kaynakların etkin bir şekilde kullanılmasıyla ilgili olmalıdır (Çeken vd., 2007). İyi yönetilen turizm politikaları, yerel kültürü ve ekosistemi korurken yoksulluğa da çare olmaktadır. Fakat kötü yönetilen turizm politikaları, toplumsal olarak kültürel asimilasyon yoluyla bütünlüğün ve kimliğin kaybına yol açabilmektedir (Baykal, 2021), çevresel olarak da bozulmalara neden olmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'nin önemli kırsal turizm merkezlerinden biri olan Ayder Yaylası'nda hizmet sektörünün mevcut durumunu değerlendirmek, tespit edilen eksiklikleri ve beklentileri ortaya koymak, bu doğrultuda işletmelerin, yerel halkın ve yöneticilerin çözüm odaklı yaklaşımlar geliştirmelerine katkıda bulunmaktır.

Araştırmanın evrenini Ayder Yaylası'nı ziyaret eden Arap turistler oluşturmaktadır. Çalışma, nicel araştırma yöntemi ile yürütülmüş olup, 390 geçerli anket üzerinden analiz yapılmıştır. Veri toplama aracı iki bölümden oluşmaktadır: Birinci bölümde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular yer alırken, ikinci bölümde hizmet deneyimi boyutları ölçülmüştür. Anket formunda "kesinlikle katılmıyorum"dan "kesinlikle katılıyorum"a uzanan Likert ölçeği kullanılmıştır.

Araştırma bulguları, Ayder Yaylası'nı ziyaret eden Arap turistlerin genel olarak olumlu hizmet deneyimlerine sahip olduklarını göstermektedir. Katılımcılar, bölgenin kültürel mirasını iyi koruduğunu ve tarihî yapısını başarıyla yansıttığını belirtmişlerdir. Turistlerin hizmet kalitesi, çevresel düzenleme ve yöresel kimlik açısından memnuniyet düzeylerinin yüksek olduğu görülmüştür.

Ayrıca, seyahat acentalarının düzenlediği turlar ve Çamlıhemşin ile şehir merkezinden sağlanan ulaşım kolaylıkları, turistlerin deneyim ve tekrar ziyaret etme niyetlerini olumlu yönde etkilemiştir. Bölgedeki yönlendirme tabelalarının yeterliliği ve ürün çeşitliliğinin fazlalığı da ziyaretçiler tarafından olumlu değerlendirilmiştir.

Fiyat istikrarı da önemli bir bulgu olarak öne çıkmaktadır. Hediyeelik eşya, yiyecek-içecek ve diğer turistik ürünlerin fiyatlarının şehir merkezi ve çevre ilçelerle benzer düzeyde olması, turistler açısından güven ve memnuniyet duygusunu pekiştirmiştir. Ayrıca, Ayder Yaylası'ndaki restoran hizmetlerinin kalitesi ve personel ilgisinin yüksekliği, Arap turistlerin genel memnuniyet düzeylerini artırmıştır.

Bu araştırma, kırsal turizm destinasyonlarından biri olan Ayder Yaylası'nı ziyaret eden Arap turistlerin hizmet deneyimlerini, memnuniyet düzeylerini ve tekrar ziyaret niyetlerini inceleyerek literatüre teorik katkı sağlamaktadır. Bulgular, kırsal turizm deneyiminin, turistlerin olumlu ve

unutulmaz anılar oluşturmasında ve doğaya bağlılık ile evre bilincinin gelişmesinde onemli bir rol oynadığını göstermektedir.

Sonuç olarak, Ayder Yaylası’nın sahip olduğu doğal güzellikler, kültürel miras ve kaliteli hizmet anlayışı, bölgeyi Arap turistler açısından çekici bir destinasyon haline getirmiştir. Ancak sürdürülebilir kırsal turizmin sağlanabilmesi için, yerel halkın katılımı, altyapı iyileştirmeleri ve kültürel hassasiyetlerin korunması yönünde politikaların geliştirilmesi onerilmektedir.

Anahtar Sözcükler: Kırsal turizm, Hizmet deneyimi, Arap turistler, Ayder Yaylası

Kaynakça

- An, W., & Alarcn, S. (2020). How can rural tourism be sustainable? A systematic review. *Sustainability*, 12(18), 7758.
- Baykal, F. (2021). Avrupa’nın Uzak Dağlık Alanlarında Kırsal Turizm ve Kazanılan Deneyimler. *Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Dergisi*, 5(1), 33-49.
- ÇEKEN, H., DALGIN, T. ve ÇAKIR, N. (2012), “Bir Alternatif Turizm Türü Olarak Kırsal Turizmin Gelişimini Etkileyen Faktörler ve Kırsal Turizmin Etkileri”, *International Journal of Social and Economic Science*, 2 (2): 11-16.
- eken, H., Karadağ, L. & Dalgın, T. (2007). Kırsal Kalkınmada Yeni Bir Yaklaşım Kırsal Turizm ve Türkiye’ye Yönelik Teorik Bir alışma. *Artvin oruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 8(1), 1-14.
- Dünya Turizm rgt-BMDT. (2021). Rural tourism. [https:// www.unwto.org/rural-tourism](https://www.unwto.org/rural-tourism).
- Devi Rosalina, P., Dupre, K. ve Wang, Y. (2021). Kırsal turizm: Tanımlar ve zorluklar üzerine sistematik bir literatür incelemesi. *Uluslararası Konaklama İşletmeciliği Dergisi* (*International Journal of Hospitality Management*).
- Esengn, K., H. Aka, Saygılı, M. (2002). Kırsal alanların kalkındırılmasında kırsal turizmin rolü. *Standard Dergisi*, 470: 29-35.
- Karali, A., Das, S., & Roy, H. (2024). Forty years of the rural tourism research: Reviewing the trend, pattern and future agenda. *Tourism Recreation Research*, 49(1), 173-200.
- Ruiz-Real, J. L., Uribe-Toril, J., de Pablo Valenciano, J., & GzquezAbad, J. C. (2022). Rural tourism and development: Evolution in scientific literature and trends. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 46(7), 1322-1346
- Soykan, F. (2003). Kırsal Turizm ve Türkiye Turizmi için nemi, *Ege Coğrafya Dergisi*, 12(1):1-11.
- López-Sanz J., M. Penelas-Leguía A, Gutiérrez-Rodríguez, P. & Cuesta-Valiño, P. (2021). Rural Tourism and the Sustainable Development Goals, A Study of the Variables That Most Influence The Behavior of the Tourist. *Front. Psychol.* 12:722973.
- Uçar, M., eken, H. ve kten, ř. (2010). *Kırsal Turizm ve Kırsal Kalkınma: Fethiye rneği*. Detay Yayıncılık, Ankara 2010.

Teşekkür

Bu çalışma TÜBİTAK tarafından 2209-A üniversite öğrencileri Araştırma Destekleme Programı kapsamında desteklenmiştir. Sağladığı maddi katkı ve araştırma sürecine olan teşviki için TÜBİTAK'a teşekkür ederim.

Proje ID: TBTK-0138-7114

Kültürel Mirasın Sanallaştırılması: Ayasofya ve Göbekli tepe Örneklerinden Yola Çıkarak Mardin’de Sanal Müzecilik Potansiyelinin İncelenmesi

Sezen DENİZ¹, Gülseren ÖZALTAŞ SERÇEK²

Turizm Fakültesi/ Turizm İşletmeciliği Bölümü
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye

¹ sezendeniz18@gmail.com

ORCID: 0000-0002-2545-2260

Turizm Fakültesi/ Turizm İşletmeciliği Bölümü
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye

² gulserenozaltasserccek@artuklu.edu.tr

ORCID: 0000-0001-6552-4559

Özet

Günümüzde müzeler dijital dönüşüm yaşamaktadır. Dijital dönüşüm, hem mevcut süreçleri iyileştirmek için dijital teknolojilerin kullanılmasını hem de potansiyel olarak iş modelini dönüştürebilecek dijital inovasyonun keşfedilmesini içeren, organizasyonda birçok düzeyde teknoloji kaynaklı bir değişiktir (Berghaus ve Back, 2016). Teknolojide yaşanan gelişmeler insan ihtiyaçlarını değiştirdiği gibi, insan beklentilerini de değiştirmektedir. Bu gelişmelere sadece günlük yaşamda değil, müzeler de teknolojiye değişimlere uyum sağlayarak ziyaretçilerin beklentilerini karşılamaktadır.

Sanal müzeler, müzeciliğin bu yeni yönelimlerinden biri olup, mekân ve zaman sınırlılıklarını ortadan kaldırarak müzeciliğe yeni bir boyut kazandırmaktadır. Sanal müze tarihin kültürel anlamlarının inşasında ve kültürün tanıtımında önemli rol oynamaktadır (Kang, 2016). Sürükleyici deneyimleri ve erişilebilirlikleri sayesinde sanal müzelerin gelişimi, kültürel mirası tanıtmak ve yaymak için etkili bir yöntem haline gelmiştir (Syarifuddin, Syahrial ve Suparman, 2017).

Teknolojik avantajları göz önüne alındığında, sanal gerçeklik (VR) teknolojisi, müzelerde ve kültürel miras alanlarında gezginlerin deneyimini zenginleştirirken (Wei, Qi ve Zhang; 2019); artırılmış gerçeklik (AR) teknolojisi ise destinasyonlar ve turistik yerler hakkında bilgi sağlamak için geliştirilmiştir (Fritz, Susperregui ve Linaza; 2005). Göbekli tepe’de uygulanan AR

teknolojileri sayesinde ziyaretçiler, tarih öncesi alanları daha etkin biçimde deneyimlerken; Ayasofya’da geliştirilen sanal tur projeleri, farklı platformlar (Mac, Windows, IOS, Android, VR) üzerinden kültürel bir erişim sunmaktadır.

Türkiye’nin önemli turizm destinasyonlarından biri olan Mardin, binlerce yıllık medeniyete ev sahipliği yapmış olması, tarihi yapıları, etnik kimlikleri, gelenek göreneklere ve tarihi kentin dokusu (Deniz ve Özaltaş Serçek, 2024) dijital müzecilik açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Mardin’de sanal müzecilik uygulamalarının yeterince gelişmemiş olması, bu alanda yeni araştırma ihtiyacını ortaya koymaktadır. Bu çalışma, Göbekli tepe ve Ayasofya örneklerinden yola çıkarak Mardin’de sanal müzecilik potansiyelini incelemeyi amaçlamakta, kentin kültürel mirasının dijital ortamda korunması ve rekabet gücünün artırılmasına yönelik öneriler sunmaktadır. Çalışma nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi yaklaşımıyla tasarlanmış olup, web sayfaları incelenip içerik analizi yapılmıştır. Araştırma da Ayasofya ve Göbeklitepe dijital uygulamaları, kültürel mirasın sanallaştırılması bağlamında incelenmiştir. İlk aşamada sanallaştırma uygulamalarında kullanılan teknolojiler, sunulan içerik türleri, erişebilirlik düzeyi, ziyaretçi etkileşimi, sürdürülebilirlik ve kültürel mirasın korunmasına katkı gibi değerlendirme kriterleri belirlenmiştir.

Ayasofya zengin mimarisi ve tarihsel sürekliliği dijital ortama taşınmış; farklı kullanıcı gruplarına hitap eden Mac, Windows, IOS, Android ve VR platformlarında erişilebilir hale getirilmiştir. Bu uygulamalar, hem yerinde hem de çevirim içi ziyaret deneyimi sunarak, kullanıcıların mekanı etkileşimli biçimde keşfetmelerine imkan sağlamaktadır. Göbekli tepe ise; artırılmış gerçeklik (AR) teknolojilerinin kültürel miras deneyiminde nasıl kullanılabileceğini göstermektedir. Bu uygulamada ziyaretçiler, akıllı cihazlar sayesinde tarihi alanı sanal katmanlarla deneyimleyebilmekte, kazı alanındaki yapı ve semboller, dijital olarak yeniden canlandırılmaktadır. Her iki uygulamada kültürel mirasın korunması ve dijital yollarla aktarılmasına katkı sağlamaktadır (Doğan, Dilek ve Kozbe, 2018; Döker ve Kirlançoğlu, 2023).

Yapılan değerlendirmeler sonucunda, Mardin’in zengin ve çok katmanlı kültürel mirasının sanal ortama taşınmasında yol gösterici bir çerçeve sunmaktadır. Mardin’in taş mimarisi, sivil ve dini yapıları, Mezopotamya’ya bakan eşsiz manzaraları gibi unsurlar artırılmış ve sanal gerçeklik uygulamalarıyla desteklenerek hem yerel hem de uluslar arası ziyaretçilere erişilebilir, sürdürülebilir ve etkileşimli bir deneyim oluşturma potansiyeli taşımaktadır. Mardin, sanal müzecilik açısından erişebilirlik, sürdürülebilirlik ve kültürel aktarım kriterlerinde yüksek potansiyele sahip bir destinasyon olarak değerlendirilebilmektedir. Dijital uygulamalar aracılığıyla Mardin’in somut ve soyut kültürel mirası küresel ölçekte görünür hale getirilebilir. Böylece şehir, hem kültürel kimliğini dijital ortamda yaşatabilir hem de dijital turizmin önemli merkezlerinden biri haline gelebilir.

Mardin’in sanal müzecilik potansiyelinin daha etkin bir şekilde değerlendirilebilmesi için, kentin sahip olduğu zengin kültürel ve tarihsel dokunun dijital ortama aktarılması amacıyla üniversiteler, yerel yönetimler ve özel sektör arasında iş birliğine dayalı projeler yürütülebilir. Ayrıca Mardin’de oluşturulacak bir sanal müze platformu aracılığıyla, kentteki önemli yapılar ‘örneğin Deyrulzafaran Manastırı, Zinciriye Medresesi, Kasımiye Medresesi’ ulusal ve uluslar arası ölçekte erişime açılabilir. Bunun yanında yerel halkın dijitalleşme sürecinde aktif katılımı teşvik edilmeli, eğitim ve tanıtım programları yoluyla özellikle genç nesillerin kültürel mirası dijital yollarla deneyimlemeleri desteklenmelidir.

Anahtar Sözcükler: Dijitalleşme, Sanal müzecilik, Kültürel miras, Mardin.

Kaynakça

- Berghaus, S., & Back, A. (2016). Stages in digital business transformation: Results of an empirical maturity study.
- Deniz, S., & Serçek, G. Ö. (2024). Destinasyon İmajı, Seyahat Motivasyonu ve Ziyaretçi Tatmini Arasındaki İlişkiler: Mardin'e Gelen Kültür Ziyaretçileri Üzerine Bir Araştırma (Relations Between Destination Image, Travel Motivation and Visitor Satisfaction: A Research on Culturalm Visitors. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 12(3), 1655-1674.
- Döker, M. F., & Kırlangıçoğlu, C. (2018). Promotion of cultural heritages through a virtual museum platform: case study Hagia Sophia. *Sakarya University Journal of Science*, 22(5), 1337-1345.
- Fritz, F., Susperregui, A., & Linaza, M. T. (2005). Enhancing cultural tourism experiences with augmented reality technologies. 6th International Symposium on Virtual Reality, Archaeology and Cultural Heritage (VAST).
- Kang, Z. Y. (2016). *Reproduction of historic costumes using 3D apparel CAD* (Doctoral dissertation, University of Leeds).
- Kozbe, G., Doğan, M., & Dilek, S. E. (2018). The effects of interactive applications on visitors' experience: a case of Gobeklitepe, Turkey.
- Syarifuddin, S., & Suparman, A. (2017). Virtual Museum: A Learning material of Indonesia national history. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 4(6), 51-60.
- Wei, W., Qi, R., & Zhang, L. (2019). Effects of virtual reality on theme park visitors' experience and behaviors: A presence perspective. *Tourism management*, 71, 282-293.

Çok Katmanlı Bir Kültürel Miras Olarak Süryani Mutfak Kültürü Üzerine Bir Değerlendirme

Melanie PASLANMAZ^{1*}, Özgür ALPCAN²

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü/ Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı,
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye
¹melanipaslanmaz@hotmail.com

ORCID:0009-0001-0393-4170o

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü/Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye
²alpcanozgur@gmail.com

ORCID:0000-0002-2714-6988

Özet

Jeopolitik olarak bulunduğu konum itibarıyla Mardin birçok şehir, kültür ve toplum ile etkileşim halinde bulunmaktadır. Mardin'in bu kozmopolit ile renkli yapısı mutfak kültürüne de yansımıştır. Bu nedenle köklü ve gelişmiş bir mutfak kültürüne sahip olduğu bilinmektedir. Yöresel mutfaklar, kendilerine has oluşumları, ürünleri, tat ve lezzetleri ile oluşturulmuş reçeteleri sayesinde dikkat çekmektedir. Mardin tarihi yapısıyla uzun yıllardır turistlerin gözdesi halinde olmakla birlikte ancak son yıllarda gastronomi turizminin gelişmesiyle birlikte Mardin mutfağının da ön plana çıkabildiği gözlemlenmektedir. Gastronomi, yalnızca beslenme ihtiyacını karşılamaktan öte, bir topluluğun tarihsel, kültürel ve sosyo-ekonomik birikimini ortaya koyan bir araştırma alanı olarak değerlendirilmektedir (Montanari, 2006)

Bu mutfaklardan en önemlisi olan ve Mardin yemek kültürüne birçok katkısı bulunan mutfak Süryani mutfağıdır. Yemeğin üretimi, hazırlanışı ve sunuluşu ile Süryani mutfağı farklılık göstermektedir. Her toplumu özel kılan ve diğerinden ayıran birçok gastronomik değer mevcuttur. Mutfak kültürü hem yöreden yöreye hem de bölgeden bölgeye değişmektedir ve mutfak kültürü oluşturmada din ile coğrafya büyük bir etkiye sahiptir. Süryaniler Hristiyanlık dinine geçerek, dinin öğretileri gereği çeşitli perhiz ve oruç tutmaktadır. Pişirme teknikleri açısından Süryani mutfağı, basit ama işlevsel yöntemleriyle bilinir. Haşlama, fırınlama, kavurma ve dolma türü yemekler bu mutfakta ön plandadır (Barutçu, 2020).

Süryani mutfağı, Mezopotamya coğrafyasının zengin tarımsal kaynaklarını temel alan, sebze, baklagil, tahıl ve et ürünleri ağırlıklı bir beslenme biçimi sunmaktadır (Özdemir, 2021). Sofralarda

en sık rastlanan malzemeler arasında bulgur, mercimek, nohut, zeytinyağı, üzüm ve nar ekşisi ile çeşitli baharatlar yer alır (Barutçu, 2020). Bu malzemeler, hem günlük yemeklerde hem de özel günlerde kullanılan geleneksel tariflerin temelini oluşturmaktadır. Geleneksel tarifler, hem pişirme teknikleri hem de sunum şekilleri açısından nesilden nesile aktarılmıştır. Örneğin, “tebake” olarak adlandırılan sebze ve et karışımı fırın yemekleri, hem lezzeti hem de ritüel önemi ile sofralarda öne çıkar (Kuruoğlu & Akbaba, 2022).

Süryani topluluklarında yemek kültürü, dini ritüeller ile özel gün etkinlikleriyle yakından ilişkilidir. Bayramlar, düğünler ve dini törenler, yemeklerin toplumsal paylaşım ve kültürel aktarım için en önemli araçlar arasında yer almasını sağlamaktadır (Sağlam, 2017). Özel günlerde hazırlanan yemekler, yalnızca besin değerine değil, aynı zamanda sembolik anlamlara da sahiptir. Örneğin, paskalya döneminde hazırlanan çörek ve tatlılar, inançla beslenme pratiğinin bir göstergesi olarak sofralarda yerini alır (Matta, 2015). Ritüel yemeklerde malzeme seçimi ve hazırlık süreci büyük bir özen gerektirir. Zeytinyağı, bulgur, baklagiller, kuru meyveler ve baharatlar, bu yemeklerin temel unsurlarını oluşturur ve her yemeğin kendine özgü bir tarif dizisi bulunmaktadır (Barutçu, 2020).

Bu çalışmada, uygarlıkların beşiği olan Mezopotamya’nın en eski topluluklarında biri olan Süryanilerin mutfak kültürü hakkında araştırma yapılmıştır. Bu çalışma derleme yöntemi ile yürütülmüş olup, Süryani mutfağının tarihsel ve kültürel katmanlarını literatür temelli bir değerlendirme ile ortaya koymaktadır. Sonuç olarak, Süryani mutfağı, gastronomik değerinin yanı sıra inanç turizmine katkısı ile de dikkat çeker. Kültürel mirasın korunması ve gastronomik çeşitliliğin tanıtılması açısından, bu mutfağın kongreler ve araştırmalar için incelenmesi büyük önem taşımaktadır (Barutçu, 2020; Ünal, 2016).

Anahtar Sözcükler: Süryani, Gastronomi, Turizm, Yemek.

Kaynakça

- Atalan-Helicke, N. (2021). Food Heritage And Identity: Preserving Culinary Traditions. *Journal Of Gastronomy And Tourism*, 5(2), 101-118.
- Barutçu, S. (2020). Mardin Mutfağı Ve Kültürel Miras İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme. *Türk Kültürü Ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, 94(2), 345-362.
- Bessière, J. (1998). Local Development And Heritage: Traditional Food And Cuisine As Tourist Attractions In Rural Areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21-34.
- Counihan, C., & Van Esterik, P. (2013). *Food And Culture: A Reader* (3rd Ed.).
- Food Incursions Into Global Heritage: Peruvian Cuisine’s Slippery Road To UNESCO. *Social Anthropology*, 23(3), 339-355.
- Kuruoğlu, M., & Akbaba, A. (2022). Gastronomi Turizmi Bağlamında Mardin Mutfağı. *Gastronomi Ve Turizm Dergisi*, 10(1), 55-70.
- Matta, R. (2015). Food Incursions Into Global Heritage: Peruvian Cuisine’s Slippery Road To UNESCO. *Social Anthropology*, 23(3), 339-355.
- Montanari, M. (2006). *Food Is Culture*. Columbia University Press.

Özdemir, A.(2021). Süryani Yemek Kültüründe Geleneksel Uygulamalar Ve Toplumsal Yansımalar. Gastronomi Akademik Araştırmalar Dergisi, 9(3), 211-229.

Özdemir, A., Altınır, D.(2019). Gastronomi Kavramları Ve Gastronomi Turizmi Üzerine Bir İnceleme, Esbder. 12(1):1-14.

Özdemir, G. (2021). Mezopotamya Mutfağının Günümüz Yansımaları. Anadolu Gastronomi Araştırmaları Dergisi, 3(1), 45-62.

Routledge. Kuruoğlu, M., & Akbaba, A. (2022). Gastronomi Turizmi Bağlamında Mardin Mutfağı. Gastronomi Ve Turizm Dergisi, 10(1), 55-70. Matta, R. (2015).

Sağlam, E. (2017). İnanç Ve Gastronomi İlişkisi: Süryani Mutfağı Örneği. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 10(52), 985-994.

Sağlam, H.(2017). Süryani Toplumunda Mutfak Kültürü Ve Bayram Yemekleri. Mardin Araştırmaları Dergisi, 2(1), 45-58.

Ünal, A. (2016). Mardin Mutfağının Kültürel Miras Açısından Değerlendirilmesi. Turizm Ve Gastronomi Araştırmaları Dergisi, 4(2), 67-80.

İnternet Kaynakları

www.kulturportali.gov.tr. Erişim Tarihi:2018

Unutulmaz Turizm Deneyimi Destinasyon İmajını Nasıl Şekillendirir? Sosyal Medyanın Düzenleyici Rolü: Diyarbakır Örneği

Şevval KESKİNKİLİNÇ^{1*}, Seray GÜLERTEKİN GENÇ²

Turizm Fakültesi/ Turist Rehberliği Bölümü
Batman Üniversitesi, Türkiye

¹ sevval.keskinkilinc@student.batman.edu.tr

ORCID:0000-0003-2964-7572

Turizm Fakültesi/ Turist Rehberliği Bölümü
Batman Üniversitesi, Türkiye

² seraygulertekin@gmail.com

ORCID:0000-0002-0655-2856

Özet

Turizmde deneyimin merkeze alınmasıyla alanındaki rekabet, sunulan hizmetlerin, ziyaretçi zihninde kalıcı izler bırakan deneyimler tasarlanmaya odaklanılmıştır. Unutulmaz turizm deneyimi (UTD) ziyaretçilerin seyahat sonrasında da olumlu bir şekilde hatırladıkları, duygusal ve bilişsel olarak yoğun yaşadıkları çok boyutlu bir kavramdır. Literatürde UTD'nin turist memnuniyeti, sadakat ve yeniden ziyaret niyeti gibi konular üzerinde sık sık ele alınmıştır. Ancak destinasyon imajı üzerindeki etkisi ve bu ilişkide sosyal medyanın nasıl bir rolü olduğu hala tartışmalı bir konudur. Özellikle de sosyal medyanın deneyim-imaj ilişkisine tüm koşullarda güçlendirdiği yönündeki yaygın bir şekilde kabulün sınırları sorgulanması gerektiği fikri üzerinden yola çıkılmıştır. Literatürde UTD'nin bilişsel ve duygusal imaj bileşenlerini eşzamanlı etkilediğine dair bulgular bulunsa da, kullanıcı üretimli içeriğin (UGC) seçiciliği ve platform dinamiklerinin deneyim imaj aktarımında nasıl bir sınır koşulu oluşturduğuna ilişkin kanıtlar sınırlıdır. Çalışma bu boşluğu, sahadan elde edilen ampirik verilerle doldurmayı amaçlamaktadır.

Bu çalışmanın temel amacı, unutulmaz turizm deneyiminin destinasyon imajı üzerindeki etkisini incelemek ve bu ilişkide ziyaret sonrası sosyal medya kullanımının düzenleyici (moderatör) rolünü test etmektir. Araştırma, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin önemli kültürel destinasyonlarından biri olan Diyarbakır'ı ziyaret eden yerli turistler örneğinde yürütülmüştür. Diyarbakır'ın tarihsel, kültürel ve sosyal dokusu, deneyim temelli değerlendirmeler açısından zengin bir bağlam sunması nedeniyle araştırma alanı olarak tercih edilmiştir.

Kavramsal çerçeve, unutulmaz turizm deneyimi literatürü (Tung & Ritchie, 2011; Kim vd., 2012) ve destinasyon imajı modellerinden (Baloglu & McCleary, 1999) oluşturulmuştur. UTD, hedonizm, yenilik, yerel kültürle etkileşim, canlanma, anlamlılık, katılım ve bilgi edinme boyutlarıyla ele alınırken; destinasyon imajı turistlerin destinasyona ilişkin bilişsel ve duyuşsal değerlendirmelerinin bir yansıması olarak kavramsallaştırılmıştır. Sosyal medya ise seyahat sonrası deneyimlerin paylaşıldığı, karşılaştırıldığı ve yeniden yorumlandığı bir dijital alan olarak, UTD–destinasyon imajı ilişkisindeki rolü ele alınmıştır.

Araştırma nicel araştırma yöntemi yapılmıştır. Veri toplama aracı ise yapılandırılmış anket formu kullanılmış; veriler yüz yüze ve çevrimiçi olmak üzere Aralık 2023–Şubat 2024 tarihleri arasında Diyarbakır’ı ziyaret eden yerli turistlerden veri toplanmıştır. Kolayda örnekleme ile 278 anket toplanmış, ancak 253 geçerli olan anket analize dahil edilmiştir. Anket formunda UTD, Kim vd. (2012) temelli yedi boyut ve 24 madde ile; destinasyon imajı, *Albaity ve Melhem (2017) tarafından yürütülen çalışmada* geçerlenmiş maddelerle; sosyal medya kullanımı ise Ahmed (2022) temelli ölçek uyarlamasıyla ölçülmüştür. Tüm maddeler 5’li Likert tipinde derecelendirilmiştir. Ölçüm modelinin geçerliği ve güvenilirliği doğrulayıcı faktör analizi ve iç tutarlılık göstergeleriyle sınanmış; yakınsak/ayırt edici geçerlik Fornell–Larcker(1981) kriterleriyle sağlanmıştır. Uyum indeksleri kabul edilebilir düzeydedir (ör. $\chi^2/df \approx 3.15$; RMSEA ≈ 0.08 ; CFI ≈ 0.91). Ölçeklerin Cronbach’s α ve CR değerleri eşiklerin üzerindedir (ör. α çoğu alt boyutta ≥ 0.83). Ortak yöntem yanlılığı (CMV) riski, prosedürel önlemlerin yanı sıra Harman tek-faktör testi, tek-faktörlü CFA ve tam eşdoğrusallık VIF (< 3.3) kontrolleriyle zayıf bulunmuştur. Moderasyon analizi için etkileşim terimleri oluşturulmuş ve çoklu doğrusal modelde (hiyerarşik yaklaşım) test edilmiştir.

Bulgular UTD’nin Destinasyon İmajı üzerinde anlamlı ve pozitif etki yarattığını göstermektedir (H1 desteklenmiştir). Bu sonuç turistlerin destinasyona imajına ilişkin algılarını güçlendirir bir etkiye sahip olduğu ve unutulmaz turizm deneyiminin imaj üzerinde önemli bir belirleyici olduğunu ortaya koymaktadır. Bununla birlikte ziyaret sonrası sosyal medya kullanımının UTD’nin Destinasyon İmajı ilişkisinde anlamlı bir düzenleyici etki oluşturduğu, hatta ilişkinin gücünü zayıflattığı saptanmıştır (H2 desteklenmiştir; negatif moderasyon). Başka bir ifadeyle ziyaret sonrası sosyal medya kullanımı, UTD’nin destinasyon imajı üzerindeki etkisinin negatif olduğu saptanmıştır. Sonuç olarak çalışma, unutulmaz turizm deneyiminin destinasyon imajını güçlendirdiğini doğrulamakla beraber sosyal medyanın bu ilişkide düzenleyici rolünün negatif yönde olduğunu ortaya koyarak literature önemli bir katkı sağlamaktadır.

Teorik açıdan bu sonuç, kullanıcı üretimli içeriğinin tüm koşulda imajı güçlendirdiği yönündeki varsayıma bir sınır getirmektedir. Seçici paylaşım (highlight reel), beklenti–gerçeklik karşılaştırmaları gibi platform dinamikleri, olumlu bir deneyim yaşansa bile, deneyimin imaja yansıyan kazanımını törpüleyebilmektedir. Diyarbakır gibi güçlü kültürel katmanlara sahip destinasyonlarda bile bu mekanizma, özellikle genç ve çevrimiçi-aktif segmentlerde daha belirgin olabilir. Uygulamadaki çıkarımlar, destinasyon paydaşlarının “parlatılmış” kampanya içerikleri yerine otantik mikro-hikâyelere ve gerçekçi beklenti yönetimine öncelik vermesi gerektiğini göstermektedir.

Gelecek araştırmalar, karma yöntem tasarımlarıyla (nitel anlatı analizi + nicel modelleme) “otantik anlatı”nın imaj üzerindeki mikro-mekanizmaları daha ayrıntılı çözümlenebilir.

Anahtar Sözcükler: Unutulmaz turizm deneyimi (UTD), Destinasyon imajı, Sosyal medya, Diyarbakır.

Kaynakça

- Ahmed, Y. S. S.(2022). Sosyal Medyada Tanıtımın Turizm Destinasyonlarına Yönelik Tüketici Davranışı Üzerindeki Etkisi: Bir Alan Çalışması[Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.
- Albaity, M., & Melhem, S. B. (2017). Novelty Seeking, İmage and Loyalty—The Mediating Role of Satisfaction and Moderating Role of Length of Stay: International Tourists' Perspective. *Tourism Management Perspectives*, 23, 30-37.
- Baloglu, S. and McCleary, K. W. (1999). A Model of Destination Image Formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868-897.
- Fornell, C., & Larcker, D.F. (1981). Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error: Algebra and Statistics, *Journal of Marketing Research*, 18(3), 382-388.
- Kim, J. H., Ritchie, J. B., & McCormick, B. (2012). Development of a scale to measure memorable tourism experiences. *Journal of Travel Research*, 51(1), 12–25.
- Tung, V. W. S. & Ritchie, J. B. (2011). Exploring The Essence of Memorable Tourism Experiences. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1367-1386

Cueva del Tesoro ve Keloğlan Mağaralarının İnanç Turizmi, Ziyaretçi Yönetimi ve Sürdürülebilirlik Açısından Karşılaştırılması

Naci POLAT^{1*}

Turizm Fakültesi/ Turizm Rehberliği Bölümü
Pamukkale Üniversitesi, Türkiye

¹ polatn2002@yahoo.de

ORCID: 0000-0000-0000-0000

Özet

Bu çalışma, 2025 yılı Mart ayında turizm rehberliği öğrencileri ile Keloğlan Mağarası'na yapılan teknik gezi ve Ağustos ayı içinde İspanya'nın Málaga şehrinde gerçekleştirilen araştırma ziyareti sonuçlarından yararlanılarak gerçekleştirilmiştir. İspanya'nın Malaga şehri yakınlarındaki Cueva del Tesoro (Hazine Mağarası) ile Türkiye'nin Denizli ili Acıpayam ilçesinde yer alan Keloğlan Mağarası inanç turizmi, ziyaretçi yönetimi ve sürdürülebilirlik açısından karşılaştırmalı olarak incelenmektedir. Her iki mağara da jeolojik açıdan karstik yapılar olup, tarih boyunca farklı inanç anlatılarıyla ilişkilendirilmiş doğal miras alanlarıdır.

Çerçeve

Mağara turizmi, bilimsel ve kültürel değerlerin öne çıktığı jeoturizm başlığı altında ele alınan bir turizm çeşididir. İnanç turizmi manevi yerlere yapılan ziyaretleri ve çevresinde oluşan sosyal ve ekonomik gelişmeleri dikkate almaktadır. Bu noktada jeoloji ve turizm bilimleri bir araya gelmekte 'Kültürel Ekoloji' ve 'Yer Kimliği' gibi kavramların ön plana çıktığı gözlemlenmektedir. Bu nedenle, mağaralar yer biliminin yanında topluma ait inanç mirasının farklı açılardan değerlendirilmesini beraberinde getirmektedir.

Mağara Turizmine İspanya ve Türkiye'de Bakış

Jeolojik mirasın korunması, geliştirilmesi ve ilgili kültürel tur rotaları ile birleştirilmesi İspanya'da ön plana çıkmaktadır. Endülüs bölgesinde, mağaralar hem bilimsel araştırmalara hem de tematik müze oluşumlarına dönük önemli fırsatlar sunmaktadır. Cueva del Tesoro, İspanya Turizm Bakanlığı'nın "geoturismo cultural" programı içinde, dijital rehberlik, çevresel izleme ve ziyaretçi eğitimi bileşenleriyle yönetilmektedir.

Mağara turizmi ülkemizde sağlık ve inanç turizmi temalarıyla gelişmektedir. Keloğlan Mağarası örneğinde olduğu gibi, mağaralar hem şifa arayışı hem de doğa temelli turizm kapsamında ziyaretçilerin ilgisini çekmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı ile belediyeler bu alanların altyapı yatırımı ve tanıtım faaliyetlerine ağırlık vermekte ancak çalışmaların eşgüdüm içinde olmadığı gözlemlenmektedir. Diğer taraftan bu alanların sürdürülebilir turizm ve taşıma kapasitesi gibi konuklarda önemli açıları oldukları söylenebilir.

Karşılaştırma

Cueva del Tesoro, Akdeniz kıyısında yer alan deniz kökenli kireçtaşı bir mağaradır ve gizemli hazine efsaneleri, yerel koruyucu aziz inanışları ve halk ritüelleriyle tarihten günümüze kadar gelmiştir. Kültürel miras ve inanç temelli turizmin ortak noktasında olduğunu söyleyebiliriz. Keloğlan Mağarası ise şifa veren mağara olarak bilinmekte ve özellikle solunum rahatsızlıklarına iyi geldiğine dair inanış sağlık ve inanç turizmini birleştiren bir çekicilik alanı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ziyaretçi yönetimi açısından baktığımızda Cueva del Tesoro’da ziyaretçi sınırlamaları, dijital rehberlik sistemleri ve çevresel izleme gibi teknolojik uygulamalar varken; Keloğlan Mağarası’nda daha sınırlı bir altyapı bulunmakta, yerel halkın sahip çıktığı topluluk temelli turizm modeli öne çıkmaktadır.

Sürdürülebilir turizm açısından yapılan gözlemlerden, Cueva del Tesoro’da enerji verimliliği ve karbon ayak izi azaltımı gibi başlıklar önem kazanmakta; Keloğlan Mağarası’nda yerel ekonomi, çevre ve doğal miras bilinci ön plandadır.

İki mağara da inanç turizmi bağlamında jeolojik mirasın ve yerel kültürün yaşatılması ve sürdürülebilir turizm planlaması için dikkat çekici alanlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Uzun vadeli başarı için ziyaretçi taşıma kapasitesi izleme sistemleri, yerel yönetim ve üniversite işbirliği ve ekolojik bağlamda çalışmaların artırılması gerekmektedir. İki ülkenin bu konuda birlikte çalışması karşılıklı tecrübe aktarımını sağlayacaktır.

Anahtar Sözcükler: Cueva del Tesoro, Keloğlan Mağarası, inanç turizmi, sürdürülebilir turizm, ziyaretçi yönetimi, jeoturizm, kültürel ekoloji

Kaynakça

- García, M. & López, A. (2020). Cueva del Tesoro: Historia, Geología y Turismo Cultural. Universidad de Málaga Yayınları.
- Doğan, H. & Yılmaz, S. (2018). Türkiye mağaraları ve turizm potansiyeli üzerine bir değerlendirme. *Türk Coğrafya Dergisi*, 70(1), 55–72.
- UNESCO (2022). Geological Heritage and Sustainable Tourism Practices. UNESCO World Heritage Centre Reports.
- Çelik, F. & Ersoy, M. (2021). Keloğlan Mağarası’nın turizm potansiyeli ve yerel kalkınmaya etkileri. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 53(2), 122–138.
- Fernández, J. (2019). Religious symbolism in Mediterranean caves: The case of Cueva del Tesoro. *Journal of Cultural Geography*, 36(4), 501–517.

Gıda ve Beslenme Okuryazarlığı Düzeyini Ölçmeye Yönelik Çalışmalar ve Önemi

Pınar SÜLEYMANOĞLU^{1*}, Semra GÜRBÜZ²

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü/Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilimdalı

Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye

^{1*}dytpinar@gmail.com

ORCID: 0009-0009-6509-5307

Turizm Fakültesi/Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye

²semragurbuz@gmail.com

ORCID: 0000-0002-7099-0308

Özet

Beslenme, bireylerin sağlıklı büyüme ve gelişimini desteklemenin yanı sıra, çeşitli kronik hastalıkların önlenmesi ve kontrol altına alınmasında önemli bir etkidir. Aynı zamanda yaşam kalitesini arttırmada temel bir unsurdur (Vidgen & Gallegos, 2014). Gıda ve beslenme okuryazarlığı, bireylerin sağlıklı beslenme alışkanlıkları geliştirebilmeleri, gıdayla ilgili bilgileri doğru anlayıp değerlendirebilmeleri ve bilinçli tercihler yapabilmeleri açısından kritik öneme sahiptir (Truman et al., 2020). Artan kronik hastalık yükü, sağlıksız beslenme alışkanlıkları ve bilgi kirliliği, bu kavramların halk sağlığındaki yerini daha görünür hale getirmiştir. Gıda ve beslenme okuryazarlığı, yalnızca bireyin etiket okuma becerilerini değil; aynı zamanda gıda güvenliği, sürdürülebilirlik ve kaynak yönetimi gibi geniş bir alanı da kapsamaktadır (Vidgen & Gallegos, 2014).

Kişilerin gıda ve beslenme okuryazarlığı düzeylerinin ölçülmesi, sahip oldukları beslenme alışkanlıklarını, beslenme konusundaki düşüncelerini, ileriki zamanlarda karşılaşılabilecekleri temel sağlık sıkıntılarına karşı önlem almalarını sağlayıp ışık tutacaktır. Bireylerin beslenme okuryazarlığı düzeyi ölçüldüğü zaman sadece beslenmeyle ilgili bilgileri kavrama yorumlama düzeyleri değil aynı zamanda bilgileri ne şekilde eyleme çevirdiklerinin de değerlendirilmesi gereklidir (Bozdoğan, 2020). Bu kapsamda bireylerin gıda ve beslenme okuryazarlığı düzeylerini değerlendirmeye yönelik çeşitli ölçekler geliştirilmiştir. Bu ölçüm araçları, bireylerin bilgi düzeylerini, uygulama becerilerini ve karar verme süreçlerini değerlendirmeye yönelik farklı yapılar içermektedir. Dünyada gıda ve beslenme okuryazarlığını ölçmede kullanılan ölçeklerle ilgili bazı ülkelere özgü uyarlamalar yer almaktadır. Türkiye’de de bazı ölçeklerin geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları gerçekleştirilmiş, kültürel uyarlamalarla halk sağlığı alanında kullanılabilir hale getirilmiştir (Sahin et al., 2021). Bu derlemenin amacı, gıda ve beslenme okuryazarlığını

değerlendirmeye yönelik mevcut ölçekleri tanıtmak, içerik ve yapısal özellikleri açısından karşılaştırmak ve halk sağlığı uygulamalarındaki potansiyel katkılarını değerlendirmektir. Gıda ve beslenme okuryazarlığını ölçmek için dünyada geliştirilmiş birçok ölçek bulunmaktadır. Bu ölçekler kültürel farklılıklara, yaş gruplarına ve ölçüm amaçlarına göre çeşitlilik göstermektedir. Örneğin, Yunanistan’da geliştirilen ölçekler (Michou et al., 2019) özellikle Akdeniz beslenme alışkanlıklarına uyarlanırken; İran’da (Sharifnia et al., 2019) ve Latin Amerika’da (Gibbs, Camargo et al., 2018) kültürel bağlamlar dikkate alınarak farklı ölçekler tasarlanmıştır. Ayrıca, yaşa özgü farklı ölçekler de vardır; okul öncesi çocuk ebeveynleri (Gibbs, Kennett et al., 2016), ergenler (Bari, 2012; Naiqaga et al., 2018) ve genç yetişkinler için ayrı ölçekler geliştirilmiştir (Ashoori et al., 2020; McNamara, 2020). Türkiye’de gıda ve beslenme okuryazarlığını değerlendirmek amacıyla geliştirilen ve Türkçe geçerlik-güvenirlilik çalışmaları yapılmış çeşitli ölçekler bulunmaktadır. Bu ölçeklerden biri, Cesur et al., (2015) tarafından geliştirilen "Yetişkin Beslenme Okuryazarlığı Değerlendirme Aracı"dır (YBOYDA). Bu araç; bireylerin genel beslenme bilgilerini, okuduğunu anlama ve yorumlama becerilerini, porsiyon kontrolünü, besin etiketlerini doğru okuma ile matematiksel hesaplama yetkinliklerini ölçmeyi hedeflemektedir (Cesur et al., 2015). Bir diğer çalışma ise Bari (2012) tarafından geliştirilen, ergenlerin beslenme okuryazarlık düzeylerini ölçmeyi amaçlayan bir ölçektir. Bu ölçeğin Türkçe’ye uyarlanması ve geçerlik-güvenirlilik analizleri Sonay Türkmen et al., (2017) tarafından yapılmıştır. Sonuçlar, bu ölçeğin Türk adölesan bireylerde beslenme okuryazarlığını değerlendirmek için uygun bir araç olduğunu göstermiştir (Sonay Türkmen et al., 2017). Türkçe geçerlik ve güvenirlilik çalışması yapılan bir diğer ölçek, Kendini Algılayan Gıda Okuryazarlığı Ölçeği (Self-Perceived Food Literacy Scale - SPFLS), bireylerin kendilerini gıda okuryazarlığı açısından nasıl değerlendirdiklerini ölçmek amacıyla geliştirilmiş bir ölçektir. Kevser Tarı (2020) tarafından Türkçeye uyarlanmış ve geçerlik-güvenirlilik çalışması yapılmıştır. Ölçek 29 maddeden oluşmakta olup; bilgi, planlama, alışveriş, etiket okuma, hazırlama, pişirme, tüketme, direnç ve karşı koyabilme gibi alt boyutları içermektedir. Türkiye’deki beslenme okuryazarlığına yönelik ölçekler daha çok mevcut uluslararası ölçeklerin kültürel uyarlaması şeklinde yapılmıştır. Sahin et al., (2021), Türkiye’ye özgü geçerlik ve güvenirlilik çalışmaları yaparak bu ölçeklerin yerel kullanıma uygunluğunu sağlamışlardır. Türkiye’deki ölçekler, bireylerin beslenme bilgisinin yanı sıra sağlıklı beslenme davranışlarına yönelik farkındalığını değerlendirmeye odaklanmaktadır. Ölçeklerin çoğunda, bireyin beslenme bilgisini anlama, gıda etiketlerini okuma ve değerlendirme, sağlıkla ilişkili bilgiye ulaşma ve uygulama becerileri gibi alt boyutlara yer verilmektedir (Sharifnia et al., 2019). Ayrıca, bazı ölçekler kültürel faktörler, yaş grubu ya da eğitim seviyesi gibi değişkenlere göre uyarlanarak toplumun ihtiyaçlarına göre yapılandırılmıştır (Gibbs, Camargo et al., 2018). Ölçekler genellikle özbildirim temelli olup, bireylerin bilgi, tutum ve davranışlarını değerlendirmeye yöneliktir (Gibbs & Ellerbeck, 2018). Ölçeklerin ortak noktalarından biri, çoğunlukla likert tipi derecelendirme sistemine dayanmasıdır. Katılımcılardan belirli ifadeleri “kesinlikle katılıyorum”dan “kesinlikle katılmıyorum”a kadar derecelendirmeleri istenir; bu sayede sayısal puanlar elde edilerek bireylerin okuryazarlık düzeyleri ölçülür (Michou et al., 2019). Değerlendirme aşamasında, ölçeklerin iç tutarlılığı genellikle Cronbach’s Alpha (α) katsayısı ile test edilmektedir. 0.70 ve üzeri değerler ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir (Taber, 2018). Ayrıca, ölçeklerin geçerliliğini sağlamak için doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ve açımlayıcı faktör analizi (AFA) gibi yöntemler kullanılmaktadır (Sahin et al., 2021). Bu analizler sayesinde ölçeğin yapı geçerliliği ve alt boyutları desteklenmektedir.

Literatürdeki gıda ve beslenme okuryazarlığı ölçekleri beslenme okuryazarlığını tüm yönleriyle ele alamadığı özellikle işlevsel ve etkileşimli bileşimleri ile değerlendirildiği, eleştirel beslenme

bilgisi kısmında eksik kalmaktadır. Gıda ve beslenme okuryazarlığının yetersiz olması sağlıklı, yeterli ve dengeli beslenme için engel oluşturmaktadır (Suna & Kürklü, 2021). Sosyal, kültürel ve politik çevre ile beslenme okuryazarlığı birbiri içerisine geçmiş olan kavramlardır. Tüm toplumda, özellikle de risk altındaki gruplarda gıda ve beslenme okuryazarlığını değerlendirmeye yönelik kullanılabilecek geçerliliği ve güvenilirliği kanıtlanmış ölçme araçlarına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bağlamda bireysel, bireylerarası ve toplumsal olarak gıda ve beslenme okuryazarlığı kavramı üzerinde durulmalı ve toplumsal özellikler ile yaş grupları göz önünde bulundurularak daha kapsamlı değerlendirme araçlarına ihtiyaç duyulmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Beslenme okuryazarlığı, Gıda okuryazarlığı, Ölçme aracı, Halk sağlığı, Ölçek geliştirme

Kaynakça

- Ashoori, M., Omidvar, N., Eini-Zinab, H., & Doustmohammadian, A. (2020). Development and validation of a nutrition literacy scale for Iranian young adults. *Health Education Research*, 35(4), 295–305. <https://doi.org/10.1093/her/cyaa016>
- Bari, L. (2012). Nutrition literacy of adolescents in urban Bangladesh. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 44(5), S46.
- Bozdoğan, A. E. (2020). Beslenme okuryazarlığı: Kavramsal çerçeve, ölçme araçları ve eğitimdeki yeri. *Milli Eğitim Dergisi*, 49(1), 229–248. <https://doi.org/10.37669/milliegitim.706439>.
- Cesur, B. (2015). Türkiye'de beslenme okuryazarlığı ve halk sağlığına etkisi. *Halk Sağlığı Dergisi*, 2(1), 25–34.
- Gibbs, H. D., Camargo, J. M. T. B., Owens, S., Gajewski, B., & Cupertino, A. P. (2018). Measuring nutrition literacy in Spanish-speaking Latinos: An exploratory validation study. *Journal of Immigrant and Minority Health*, 20(6), 1508–1515.
- Gibbs, H. D., Ellerbeck, E. F., Gajewski, B., Zhang, C., Sullivan, D. K. (2018). The Nutrition Literacy Assessment Instrument: Development and validation. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 50(4), 367–373.
- McNamara, J., Martin, R., & Strauss, V. (2020). Critical nutrition literacy: A review and analysis. *Health Education & Behavior*, 47(4), 530–539. <https://doi.org/10.1177/1090198120917765>.
- Michou, M., Giannakopoulou, S., Tzavara, C., & Riza, E. (2019). Assessing nutrition literacy in a Greek adult population. *Public Health Nutrition*, 22(14), 2598–2605.
- Naigaga, D. A., Pettersen, K. S., Henjum, S., & Wandel, M. (2018). Assessing nutrition literacy among adolescents in a semi-urban area of Uganda. *Food & Nutrition Research*, 62, 1362. <https://doi.org/10.29219/fnr.v62.1362>
- Sahin, H. G., Tülüce, D., & Ceyhun Sezgin, A. (2021). Evaluation of nutrition literacy and affecting factors among adults in Turkey. *Progress in Nutrition*, 23(1), e2021125. <https://doi.org/10.23751/pn.v23i1.10982>.
- Sharifnia, M., Omidvar, N., Doustmohammadian, A., Eini-Zinab, H., & Houshiar-Rad, A. (2019). Development and validation of an instrument to measure food and nutrition literacy

- (FNLIT) in Iranian children and adolescents. *Iranian Journal of Nutrition Sciences & Food Technology*, 14(1), 31–45.
- Sonay Türkmen, A., Karagün, E., & Alparslan, G. (2017). Türk adölesanlarda beslenme okuryazarlığı: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 20(3), 214–221.
- Suna, G., & Kürklü, N. S. (2021). Beslenme okuryazarlığı. In A. A. Çelik (Ed.), *Tüketim okuryazarlığı* (ss. 51–55). Nobel Yayıncılık.
- Taber, K. S. (2018). The use of Cronbach's alpha when developing and reporting research instruments in science education. *Research in Science Education*, 48(6), 1273–1296.
- Tarı-Selçuk, K., Çevik, C., Baydur, H., & Meseri, R. (2020). Validity and reliability of the Turkish version of the Self-Perceived Food Literacy Scale. *Progress in Nutrition*, 22(2), 671-677. <https://doi.org/10.23751/pn.v22i2.9662>.
- Truman, E., Lane, D., & Elliott, C. (2020). Defining food literacy: A scoping review. *Appetite*, 147, 104491. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2019.104491>.
- Vidgen, H. A., & Gallegos, D. (2014). Defining food literacy and its components. *Appetite*, 76, 50–59. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2014.01.010>.

Diyarbakır Gastronomi Rotalarını Belirlemede Chatgpt Örneği

Hilal AZAT¹, Mehmet Necati CİZRELİOĞULLARI^{2*}

Turizm Fakültesi/Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye
¹hilalazat@icloud.com

ORCID: 0009-0004-9116-041X

Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye
²necaticizreliogullari@artuklu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-9884-6084

Özet

Gastronomi turizmi, bireylerin yiyeceklerle ilgili deneyimlerini karşılamayı amaçlayan bir kavram olarak tanımlanmaktadır (Karim & Chi, 2010 akt. Sarıışık & Özbay, 2015). Bu bağlamda, turistler destinasyon tercihlerini değerlendirirken, o bölgede tüketebilecekleri yiyecekleri öncelikli bir kriter olarak göz önünde bulundurmaktadırlar. Dolayısıyla gastronomi, destinasyon seçiminde temel bir belirleyici unsur olarak önemli bir rol oynamaktadır (Ercan & Bayesen, 2022). Yemek ve kültürel öğeleri bir araya getiren gastronomi, turizm tanıtımında rekabet avantajı sağlayarak, bu alandaki turizm faaliyetlerinin gelişimine önemli katkılarda bulunmuştur (Aksoy & Sezgi, 2015).

Etimolojik açıdan gastronomi kavramı, “gastèr” (mide) ve “nomos” (yasa) kelimelerinin birleşiminden oluşmakta olup, ilk olarak Antik Yunanlılar tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Genel anlamda gastronomi; sağlığa uygun, düzenli, hoş ve lezzetli mutfak anlayışını, iyi düzenlenmiş yemek sistemini ve yemeğe dair merakı ifade etmektedir (Yıldız & Yılmaz, 2019). Bunun yanı sıra, yiyecek ve içeceklerin hijyen ve sanitasyon ilkeleri çerçevesinde sistematik olarak hazırlanmasını da kapsamaktadır (Dilsiz, 2010). Santich (2004) gastronomiyi, neyin, nerede, ne zaman, hangi şekilde ve hangi kombinasyonlarda tüketileceğine dair bilgi, kural ve uygulamaları içeren bir rehberlik alanı olarak değerlendirmektedir. Ayrıca gastronomi, bir “yaşama sanatı” olarak ele alınmakta ve yeme-içme eylemini yalnızca fizyolojik bir ihtiyaç olmaktan çıkararak estetik ve kültürel bir deneyim haline getirmektedir. Gastronomi ile turizm arasında güçlü bir bağ bulunmakta ve bu bağ, niş seyahatlerin ve destinasyonların geliştirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Kivela & Crotts, 2006). Günümüzde turistlerin destinasyon seçiminde gastronomik unsurları belirleyici bir faktör olarak dikkate almaları bu durumu desteklemektedir (Sormaz vd., 2015). Gastronomi turizmi, yiyecek ve içeceklerin deneyimlenmesinde seyahat motivasyonu

yaratan bir turizm türü olarak bilinmektedir (Akbaba & Kendirci, 2016). Turistlerin destinasyon ziyaretleri sırasında tatmin olma isteği, gastronomik değerlerin ayrılmaz bir bileşeni haline gelmektedir (Küçükkömürler vd., 2018).

Gastronomi, bir destinasyonun karakteristik özelliklerini yansıtabilecek yönleri belirlemede bir kimlik unsuru olarak işlev görmektedir. Ayrıca destinasyon marka kimliğinin oluşturulmasında güçlü bir araç niteliği taşımaktadır (Lin & Cai, 2011). Gastronomi turizmi, bölge mutfaklarının öğrenilmesini, farklı kültürlerle etkileşimin anlaşılmasını ve sürdürülebilir kılınmasını sağlamada avantajlar sunmaktadır (Özdemir & Altınar, 2019). Türkiye, mutfak kültürü bağlamında zengin bir coğrafyaya sahip olması nedeniyle çeşitli mutfak kültürlerini barındırmaktadır. Özellikle Güneydoğu Anadolu Bölgesi, pek çok uygarlığa ev sahipliği yapması nedeniyle mutfak kültürünün zenginleşmesinde itici bir güç olmuştur (Aksoy & Sezgi, 2015). Bu bölge, Mezopotamya olarak bilinmekte olup, hem medeniyetlerin beşiği hem de gastronominin beşiği olarak literatürde yer almaktadır. Mezopotamya kavramı yalnızca bir coğrafi terim olmanın ötesinde, bölgenin kültürel kimliğini temsil etmektedir (Koroğlu, 2012; Arslantaş & Karaçeper, 2023). Bu kültürel bağlam içerisinde yer alan Diyarbakır mutfağı, tarihi, mekânsal ve sosyal özellikleri incelendiğinde Mezopotamya etkilerini yansıtmaktadır. Diyarbakır, yaklaşık beş bin yıllık kültürel geçmişe sahip olup, Mezopotamya'nın Anadolu ile birleştiği bir bölgede yer alması nedeniyle zengin bir mutfak kültürüne sahiptir (Pulluk, 2022). Diyarbakır, coğrafi konumu itibarıyla ilk yerleşik yaşamın başladığı, tarımın yapıldığı ve hayvanların ehlileştirildiği Mezopotamya bölgesinde yer almaktadır. Çeşitli medeniyetlere ev sahipliği yapması, bölgedeki kültürel çeşitliliğin oluşumunda belirleyici olmuştur (Ateş, 2021). Kültürel açıdan zengin olan Diyarbakır, birçok medeniyetin izlerini taşımakta olup, kendine özgü mutfağı ve bölgeye özgü yemekleriyle gastronomi turizmine değer katan bir şehir konumundadır (Demirtaş & Analayatalay, 2021). Bölgenin yemekleri, yaşam biçimleri ve karakteristik özelliklerini yansıtmakta taşıyıcı bir unsur olarak öne çıkmaktadır.

Diyarbakır mutfak kültürü, kültürel çeşitlilik ve kadim tarih üzerine inşa edilmesi nedeniyle gastronomi destinasyonları içerisinde önemli bir konuma sahiptir. Bu durum, bölgeye özgü mutfak kültürünü ve lezzetleri deneyimlemek isteyen yerli ve yabancı turistler için cazibeyi artırmakta ve kültürü yakından tanıma olanağı sağlamaktadır (Şengül vd., 2015; Akalın, 2024). Bölgenin sebze yetiştiriciliği ve hayvancılık açısından elverişli koşullara sahip olması, mutfak kültürüne de yansımış ve yemeklerin genellikle et ağırlıklı olmasına zemin hazırlamıştır (Şengül vd., 2015). Et olarak özellikle kuzu ve koyun eti yoğun şekilde tüketilmektedir. İklim koşulları nedeniyle yiyeceklerin korunmasında kurutma yöntemi yaygın olarak kullanılmaktadır (Pulluk, 2022). Diyarbakır yemek kültüründe hayvansal ürünlerin çeşitliliğinin yanı sıra tahıl ürünlerinin kullanımı da beslenme alışkanlıklarına yansımaktadır. Yemek kültüründe baharat çeşitliliği önemli bir yer tutmakta olup, ana yemeklerde genellikle yağlı, acılı ve ekşi aromalar tercih edilmektedir. Ayrıca kurutulmuş sebzeler ağırlıklı olarak tüketilmekte olup, patlıcan, domates, kabak ve biber gibi sebzeler mutfakta yaygın şekilde kullanılmaktadır (Solmaz, 2024).

Bu bağlamda, teknolojik yeniliklerin turizm planlama süreçlerine entegre edilmesi, destinasyonların gastronomik potansiyelinin daha etkin biçimde tanıtılmasını ve yönetilmesini mümkün kılacaktır. Bu araştırmanın temel amacı, yapay zekâ destekli bir dil modeli olan ChatGPT'nin, Diyarbakır ili gastronomi rotalarının belirlenmesi sürecindeki potansiyel rolünü incelemek olacaktır. Çalışmada, ChatGPT aracılığıyla Diyarbakır'ın gastronomik unsurları, yöresel yemekleri, kültürel mirası, coğrafi dağılımı ve turist deneyimlerine uygun rota önerileri analiz edilecektir. Araştırma kapsamında, modelin önerileri literatürde yer alan bilimsel çalışmalar, yerel gastronomi rehberleri ve saha verileriyle karşılaştırılarak değerlendirilecektir.

Yöntemsel olarak çalışma, nitel bir araştırma yaklaşımıyla gerçekleştirilecektir. Öncelikle ChatGPT'ye Diyarbakır mutfağına ilişkin yönlendirilmiş sorular yöneltililecek, elde edilen yanıtlar tematik analiz yöntemiyle değerlendirilecektir. Ardından, önerilen gastronomi rotaları —Sur, Hevsel Bahçeleri, Ofis-Yenişehir ve Çermik-Eğil bölgelerini kapsayacak şekilde— kültürel, coğrafi ve turistik çekicilikler açısından sınıflandırılacaktır.

Elde edilen bulgular ışığında, ChatGPT'nin gastronomi rotası belirleme sürecinde yüksek düzeyde yaratıcılık, tutarlılık ve içerik zenginliği sunmasının beklenebileceği öngörülmektedir. Modelin, Diyarbakır mutfağına özgü ürünleri doğru ve kültürel bağlamlarıyla birlikte tanımlayabilmesi, destinasyonun gastronomik potansiyelinin daha etkin bir şekilde ortaya konmasına katkı sağlayabileceği tahmin edilmektedir. Bununla birlikte, modelin önerilerinin doğruluğu ve yerel gerçeklik ile uyumluluğu açısından saha verileri ve yerel bilgi ile desteklenmesinin gerekli olacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda, ChatGPT ve benzeri yapay zekâ tabanlı sistemlerin gastronomi turizmi planlamasında tamamlayıcı ve yenilikçi bir araç olarak kullanılabileceği beklenmektedir. Modelin sunduğu önerilerin, destinasyon yönetim örgütleri, turizm planlamacıları ve yerel işletmeler için referans niteliğinde bilgi sağlayabileceği, ancak yerel halkın katılımı, güncel saha verileri ve kültürel hassasiyetlerin göz önünde bulundurulmasının planlamanın başarısı açısından kritik olacağı öngörülmektedir. Gelecekte, yapay zekâ modellerinin coğrafi bilgi sistemleri (GIS) ve büyük veri analizleriyle entegre edilmesinin, gastronomi turizmi rotalarının daha dinamik, esnek ve sürdürülebilir biçimde tasarlanmasına katkı sağlayabileceği tahmin edilmektedir.

Kaynakça

- Akalın, A. (2024). Diyarbakır şehrinin kültürel değerlerinin Türkiye'nin yumuşak gücündeki yeri. *U Şehir ve Kültür*, 15, 78–95.
- Aksoy, M., & Sezgi, G. (2015). Gastronomi turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi gastronomik unsurları. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 3(3), 79–89.
- Arslandaş, E., & İnce Karaçeper, E. (2023). Eski Mezopotamya mutfak kültürünün günümüz Diyarbakır mutfağı üzerine etkileri. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(2), 1163–1188. <https://doi.org/10.21325/jtgs.2023.1163>
- Ateş, C. (2021). Diyarbakır'da yemek kültürü: Çağlar öncesine kısa bir yolculuk. *Diyarbakır Dergisi*, 1(1), 111–112.
- Demirtaş, N., & Analayatalay, Y. (2021). Diyarbakır mutfak kültüründe gastronomik bir değer: “Meftune”. In *International Göbeklitepe Social and Human Sciences Congress-II: Şanlıurfa* (pp. 1–10).
- Dilsiz, B. (2010). Türkiye’de gastronomi ve turizm: İstanbul örneği (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Ercan, M. O., & Bayesen, D. (2022). Coğrafi işaretli yiyecek ürünlerinin incelenmesi: Diyarbakır ili örneği. *OCAK: Türk Mutfak Kültürü Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 54–63.
- Karim, A. S., & Chi, C. G. Q. (2010). Culinary tourism as a destination attraction: An empirical examination of destinations' food image. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(6), 531–555. <https://doi.org/10.1080/19368623.2010.519801>

- Kivela, J., & Crotts, J. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354–377. <https://doi.org/10.1177/1096348006293576>
- Küçükkömürler, S., Şırvan, N. B., & Sezgin, A. C. (2018). Dünyada ve Türkiye’de gastronomi turizmi. *Uluslararası Turizm Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(2), 78–85.
- Lin, Y. C., Pearson, T. E., & Cai, L. A. (2011). Food as a form of destination identity: A tourism destination brand perspective. *Tourism and Hospitality Research*, 11(1), 30–48. <https://doi.org/10.1177/1467358410380254>
- Özdemir, G., & Altın, D. D. (2019). An examination of the gastronomic terms and gastronomic tourism. *Erzincan University Journal of Social Sciences Institute*, 12(1), 1–14.
- Pulluk, E. (2022). Kadim bir mutfak: Mezopotamya. In *Gastronomi alanında tematik araştırmalar I* (ss. 9–19).
- Santich, B. (2004). The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. *Hospitality Management*, 23(1), 15–24.
- Sarıışık, M., & Özbay, G. (2015). Gastronomi turizmi üzerine bir literatür incelemesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2), 171–187.
- Solmaz, F. (2024). Gastronomi turizmi kapsamında Diyarbakır’ı ziyaret eden turistlerin yerel yemek deneyimlerinin memnuniyete etkisi. *U Şehir ve Kültür*, 119, 45–62.
- Sormaz, U., Akmeşe, H., Güneş, E., & Aras, S. (2016). Gastronomy in tourism. *Procedia Economics and Finance*, 39, 725–730. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30301-4](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30301-4)
- Şengül, S., Çakır, A., & Çakır, G. (2015). *Yöresel mutfaklar*. Beta Yayınları.
- Yıldız, M., & Yılmaz, M. (2019). Türkiye’de gastronomi turizmi üzerine bir literatür incelemesi. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4, 51–60.

İlkler ve Tekler Coğrafyası TRC2 Diyarbakır- Şanlıurfa Bölgesinde Kültür, Turizm ve Gastronomiden Kalkınmaya: Ekonomik Büyüme ve Sektörel Rekabetçilik Analizi

Zühal ÇELEBİ DENİZ

Karacadağ Kalkınma Ajansı

Özet

Tarih öncesi devirlerde ve sonrasında sürekli olarak yerleşim ve ticaret merkezi işlevi gören Diyarbakır ve Şanlıurfa illeri, insanlığın kültürel gelişiminde önemli aşamalara ve uygarlıklara sahne olmuştur. Tarihindeki birçok değeri günümüze de taşıyan bölge, insanlık tarihi için son derece önemli, zengin bir kültürel mirasa sahiptir. TRC2 Bölgesini oluşturan Diyarbakır ve Şanlıurfa, Yukarı Mezopotamya'nın en önemli iki şehri olup insanlık tarihinin ilk tapınaklarına, ilk şehircilik ve mimarlık örneklerine, tarım devrimine ve medeniyetin doğuşuna ev sahipliği yapmıştır. Bilimsel ve arkeolojik veriler ışığında Göbeklitepe, Nevalı Çori, Körtiktepe ve Çayönü gibi yerleşimler, insanlığın yerleşik hayata, tarıma, mimarlığa ve gastronomiye geçişindeki ilk basamakları temsil etmektedir. Bölge, Paleolitik ve Neolitik Dönemlerden itibaren sürekli yerleşim görmüş; ticaret, üretim ve kültürel etkileşimlerin merkezlerinden biri olmuştur.

Diyarbakır'da Körtiktepe, Çayönü, Suriçi ve Amida Höyük, Eğil, Silvan-Hasuni Mağaraları; Şanlıurfa'da Göbeklitepe, Nevalı Çori ve Balıklıgöl çevresi, bölgenin binlerce yıllık kültürel sürekliliğini yansıtmaktadır. Bu tarihsel birikim, TRC2 Bölgesinin 2028 Kalkınma Vizyonu'nda da "İlkler ve Tekler Coğrafyası Değerlerinin Yeni Nesil Beklentilerle Harmanlandığı Dirençli Cazibe Merkezi" tanımıyla yer bulmuştur.

Günümüzde Diyarbakır (1.833.684) ve Şanlıurfa (2.237.745) illeri, Türkiye'nin sırasıyla 12'nci ve 8'inci büyük şehirleridir. Ancak bölgenin kişi başına düşen gelir seviyesi (5329 dolar), Türkiye ortalamasının (13.243 dolar) oldukça altında olup, bölge 26 düzey 2 bölgesi arasında 25. sıradadır. GAP Projesi ile 2000'li yıllardan itibaren hızlanan ekonomik dönüşüm süreci, son 15 yılda yatırımların da artmasıyla şehirlerde özellikle kültür ve turizm temelli sektörlerde yeni fırsatlar yaratmıştır.

Bu çalışmada, TRC2 Bölgesinin kültürel miras temelli kalkınma potansiyeli kapsamında "konaklama ve yeme-içme sektörünün" ekonomik büyüme ve rekabetçilik performansı analiz edilmiştir. NACE Rev.2 iki haneli sektör verileri kullanılarak 2020–2024 dönemi için son 5 yıldaki

Ekonomik Büyüme ve Sektörel Rekabetçilik Analizi yapılmıştır. Bulgular, konaklama ve yeme-içme sektörlerinin Diyarbakır ve Şanlıurfa ekonomilerinde sürükleyici sektörler haline geldiğini, kentsel ekonomik yapıda rekabetçi bir potansiyel kazandığını göstermektedir.

Sonuç olarak, binlerce yıllık kültürel mirasın ve gastronomik çeşitliliğin dijital çağda sürdürülebilir kalkınma ekseninde değerlendirilmesi, TRC2 Bölgesinin hem ulusal hem de uluslararası düzeyde kültür ve inanç turizmi açısından cazibe merkezi olma potansiyelini güçlendirmektedir. Söz konusu sektörlerle yapılacak yatırımlar, araştırma ve geliştirme faaliyetleri, teknik ve teknolojik ilerlemeler hem sektörlerin gelişimine hem de kalkınma öncelikleri olan Diyarbakır ve Şanlıurfa illerine stratejik katkılar sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: TRC2 Bölgesi, Diyarbakır, Şanlıurfa, Kültürel miras, Konaklama ve Yeme-içme Sektörü, Rekabetçilik

Tandırdan Tablete: Mardinli Genç Kadınların Gözünden Yemek Kültüründe Değişim

Pelin AÇAR¹, Mehmet Necati CİZRELİOĞULLARI^{2*}

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü/Gastronomi ve Mutfak Sanatları

Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye

¹acarpelin068@gmail.com

ORCID: 0009-0000-2507-6894

Turizm Fakültesi/Turizm Rehberliği Bölümü

Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye

²necaticizreliogullari@artuklu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-9884-6084

Özet

Yemek kültürü, bir toplumun tarihsel birikimini, toplumsal ilişkilerini, kimlik inşasını ve kültürel sürekliliğini yansıtan çok katmanlı bir yapı olmaktadır (Keleş, 2023). Geleneksel yemek pratikleri yalnızca beslenme ihtiyacını karşılamakla kalmayıp, kuşaklar arası bilgi aktarımı, toplumsal dayanışma ve kültürel aidiyetin inşasında merkezi bir rol üstlenmektedir. Ancak modernleşme, kentleşme, küreselleşme ve özellikle dijitalleşme süreçleriyle birlikte bu pratikler önemli dönüşümler geçirmektedir (Şahin, 2025). Bu dönüşüm, mutfak içi rollerden tarif öğrenme biçimlerine, yemek yapma pratiklerinden kültürel bilginin aktarım yollarına kadar geniş bir alanı etkilemektedir. Bu çalışma, Türkiye'nin çok kültürlü yapısıyla öne çıkan kentlerinden biri olan Mardin özelinde, yemek kültüründe yaşanan dönüşümü **Mardinli genç kadınların bakış açısıyla** incelemeyi amaçlamaktadır (Alpyıldız, 2022). Mardin mutfağı; etnik, dini ve kültürel çeşitliliğin yemeğe yansıdığı, tandır gibi geleneksel pişirme yöntemleri etrafında şekillenen güçlü bir gastronomik mirasa sahiptir. Tandır, yalnızca bir pişirme tekniği değil; kadınların bir araya geldiği, deneyimlerini paylaştığı ve kültürel bilginin sözlü olarak aktarıldığı sosyal bir mekân niteliği taşımaktadır (Cizreliogulları & Aydın, 2025). Bununla birlikte günümüzde tablet, akıllı telefon ve sosyal medya platformları aracılığıyla tariflere erişimin yaygınlaşması, bu geleneksel aktarım biçimlerinde belirgin bir dönüşüm yaratmaktadır (Köşklü & Fındık, 2021). Araştırma, **sistematis analiz yöntemi** kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda 2012–2025 yılları arasında yayımlanmış, geleneksel yemek kültürü, dijitalleşme, gastronomik miras, toplumsal cinsiyet ve Mardin mutfağı kapsamında ulusal ve uluslararası akademik çalışmalar incelenmiştir. Web of Science, Scopus ve Google Scholar gibi veri tabanlarından elde edilen toplam 18 çalışma, içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Çalışmaya dâhil edilme kriterleri; kaynakların konu ile doğrudan ilişkili olması, hakemli yayın niteliği taşıması ve yöntemsel çerçevesinin açık biçimde tanımlanmış olmasından kaynaklanmaktadır. Analiz sonuçları, Mardin'de yemek kültürünün geleneksel ve dijital pratiklerin iç içe geçtiği **hibrit bir yapı** sergilediğini ortaya koymaktadır.

Tandır, yöresel ekmek ve kolektif yemek yapma ritüelleri, genç kadınların kültürel hafızasında hâlâ güçlü bir yer tutmakta; aile içi dayanışma ve kültürel kimliğin sürdürülmesinde işlevini korumaktadır. Buna karşın dijitalleşme, tarif öğrenme süreçlerini dönüştürmekte; sözlü ve uygulamalı aktarımın yerini giderek dijital platformlar almaktadır. Bu durum, dijital mutfak hafızası olarak tanımlanabilecek yeni bir bilgi modelinin ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Dijital araçlar, tariflere hızlı erişim ve deneyim paylaşımı sağlarken, aynı zamanda yemeklerin belirli ölçülerde kalıplaşmasına ve sunum estetiğinin ön plana çıkmasını sağlamaktadır. Toplumsal cinsiyet bağlamında değerlendirildiğinde, genç kadınların mutfaktaki rolleri dönüşüm geçirmekte; erkeklerin mutfak pratiğine katılımı artmaktadır. Ancak mutfak, hâlen kadın kimliğinin önemli bir bileşeni olmayı sürdürmektedir. Bu durum, geleneksel roller ile modern beklentilerin birlikte var olduğunu ve değişken bir yapıya işaret etmektedir. Sistemik analiz bulguları, yemek kültüründeki dönüşümün özellikle genç kadınlar üzerinden okunmasının, kültürel değişimi tanımlamada önemli bir analitik perspektif sunduğunu göstermektedir. Sonuç olarak bu çalışma, dijitalleşmenin mutfak kültüründe yalnızca teknik bir yenilik değil; sosyal ilişkileri, kültürel aktarımı ve toplumsal cinsiyet rollerini dönüştüren çok boyutlu bir süreç olduğunu da belirtmektedir. Mardinli genç kadınların deneyimleri, geleneksellik ile modernlik arasında kurulan yeni dengeleri görünür kılmakta ve gastronomik mirasın geleceğine ilişkin önemli ipuçları sunmaktadır. Çalışmanın bulguları, gastronomi, kültürel sürdürülebilirlik ve toplumsal cinsiyet alanlarında yapılacak ileri araştırmalar için kuramsal ve yöntemsel bir zemin oluşturmaktadır.

Kaynakça

- AB destekli bir kadın projesinden restorana: Mardin Ortak Kadın İşbirliği Derneği Mutfağı. (2025, 7 Aralık). T24. <https://t24.com.tr/haber/ab-destekli-bir-kadin-projesinden-restorana-mardin-ortak-kadin-isbirligi-dernegi-mutfagi,1251446>
- Açııcı, F. K., Ertaş, Ş., & Sönmez, E. (2017). Sürdürülebilir turizm: Kültür turizmi ve kültürel miras. *Akademia Disiplinlerarası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 3(1), 52–66.
- Akoğlu, E. (2022). *Gündelik hayatta yemek yapma edimi: Kadınların rolü üzerine bir alan araştırması* (Yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi.
- Alpyıldız, E. (2022). Dijital kültür çağında geleneksel Türk yemek kültürü ve kuşaklararasılık. *Folklor Akademi Dergisi*, 5(2), 311–326.
- Cankül, D. (2024). Yemek bloglarının mutfaktaki uygulamaya etkisinde kuşaklar arasındaki farklılaşma. *Tourism and Recreation*, 6(1), 125–137.
- Cizrelioğulları, M. N., & Aydın, L. (2025). Kültürün turizmle ilişkisi ve kaybolan kültürler: Mardin örneği. *Uluslararası Kültür Çalışmaları Dergisi*, 11(1).
- Çaycı, A. E. (2019). *Küreselleşen yemek kültürünün dönüşümünde sosyal medyanın rolü: Instagram gurmeleri*.

- Çekiç, İ., & Bayar, Ç. (2024). *Applications of artificial intelligence and machine learning in gastronomy: The rise of the smart kitchen / Yapay zekâ ve makine öğreniminin gastronomide uygulamaları: Akıllı mutfakın yükselişi.*
- Demir, Ş. (2021). *Gelenek ve modernleşme bağlamında sosyoekonomik kimlikler: Mardin örneği.* Hiperlink Yayınları.
- Fendal, D. (2012). *Türkiye'deki kahve ve mutfak kültürünün dönüşümü üzerinden küreselleşme sürecinde küresel ve yerel kültürün etkileşim ve eklemlenişi.*
- Gürhan, N. (2017). Toplumsal değişme ve yemek kültürü üzerine sosyolojik bir çözümleme: Mardin örneği. *Journal of International Social Research*, 10(54).
- Halıcıoğlu, A. M., Öksüz, Ö. F., & Görmek, Ü. (2021). *Toplumsal cinsiyetin yeniden üretiminde kadının rolü üzerine karşılaştırmalı bir değerlendirme.*
- İçigen, M. (2021). Modernleşme sürecinde kadın ve erkeğin mutfaktaki rollerinin değişimlerinin incelenmesi. *Marmara Üniversitesi Kadın ve Toplumsal Cinsiyet Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 17–31.
- İnce Karaçeper, E. (2024). *Yeme-içme sektöründe yaşanan dijital dönüşüme yönelik mutfak şeflerinin bakış açısı: Mersin ili örneği.*
- Keleş, N. (2023). *Toplumsal uygulamalarda yemeğin yeri ve işlevi: Aksaray örneği* (Yüksek lisans tezi). Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi.
- Köşklü, Z., & Fındık, N. Ö. (2021). Erzurum kırsalında tandır kültürü ve tandır ekmeği. *Milli Folklor*, 17(132), 262–285.
- Kurtdaş, E. M. (2025). Dijitalleşme ve ailenin dönüşümü. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (Aile Yılı Özel Sayısı), 253–286.
- Özata Şahin, E. (2025). Çorum-Alaca mutfak kültürü üzerine bir araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 192–213.
<https://doi.org/10.17494/ogusbd.1597361>
- Sırıklı, Ö. G. İ. K., & Kara, H. H. (2024). Yemeğe dair tabuların sosyal etkileşimdeki yeri. *Yemek ve İçmenin İletişimi*, 125.

Mezopotamya Mutfak Kültürü Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi

Hilal AZAT^{1*}, Serkan YİĞİT²

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü/Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı

Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye

¹hilalazat@icloud.com

ORCID: 0009-0004-9116-041X

Turizm Fakültesi/ Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı

Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye

²serkanyigit@artuklu.edu.tr

ORCID: 0000-0003-1284-7236

Özet

Bu çalışmanın amacı, Mezopotamya mutfak kültürü bağlamında ulusal yazında yer alan çalışmaların literatür taraması yöntemiyle değerlendirmektir. Bu doğrultuda DergiPark veri tabanı incelenerek anahtar kelimelerinde veya başlığında Mezopotamya mutfak kültürü kavramları geçen toplamda 18 makale çalışmaya dâhil edilerek bibliyometrik analiz yöntemine tabi tutulmuştur. Bu yöntem ile çalışmaların yıllara göre, yazar sayısına göre, unvana, en fazla kullanılan anahtar kelimeler ve en çok yayımlandığı dergiye göre dağılımı incelenmiştir. Bulgular, ulusal yazında Mezopotamya mutfak kültürü konu çalışmaların 2015’ ten 2020’ ye kadar artış gösterdiğini 2022’e değin sürede olağan seyrini koruduğu 2023 yılında yükselirken 2025 yılına kadar ise tekrar düşüşlerin yaşandığı görülmektedir. Alanda en fazla çalışma yapanların iki yazarlı olduğu ve çalışma yapan unvan dağılımına göre en yüksek oranın doçent unvanının oluşturduğu görülmektedir. En fazla yayım yapılan dergi *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* olarak yer almaktadır. En sık kullanılan anahtar kelimeler ise Mezopotamya, mutfak kültürü ve gastronomi olarak belirlenmiştir. Çalışma sonucunda çalışmaların yeterli düzeyde olmadığı yeni çalışmalara ihtiyaç duyulduğu saptanmıştır.

Anahtar Sözcükler: Mezopotamya, Mutfak kültürü, Gastronomi, Bibliyometrik analiz

Kaynakça

Akın, G., Özkoçak, V., & Gültekin, T. (2015). Geçmişten günümüze geleneksel Anadolu mutfak kültürünün gelişimi. *Anthropology*, (30), 33-52.

Arslantaş, Y.,&Yılmaz, C.A.(2022). *Eski Mezopotamya’da Beslenme Alışkanlıkları ve Mutfak Kültürü Üzerine Bir İnceleme*. Tarih Araştırmaları-III (s. 45-69).

Artun, E. (2008). Adana mutfak kültürü ve Adana yemeklerinden örnekler. *Çukurova Üniversitesi Türkoloji Araştırmaları Merkezi (ÇÜTAM)*, Makale Bilgi Sistemi, 141, 171.

Bottéro, J. (2004). The oldest cuisine in the world. Chicago: The University of Chicago Press.

Bozkurt, C.(2024). Yazılı İlk Yemek Tabletleri: 4000 Yıllık Yemek Tarifleri. *Tarih ve Tarif*. <https://tarihvetarif.com/yazili-ilk-yemek-tabletleri-4000-yillik-yemek-tarifleri/> adresinden 22.09.2025 tarihinde erişilmiştir.

Ciğirim N. (2001). Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar: Batı ve Türk Mutfağı'nın Gelişimi, Etkileşimi ve Yiyecek İçecek Hizmetlerinde Türk Mutfağının Yerine Bir Bakış, Ankara, Yayın .

Çetin, Ş. (1993). *Turizm endüstrisine mutfak elemanı yetiştirmeye yönelik eğitim programlarının değerlendirilmesi* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Çukurova Üniversitesi.

Çildam, S. Y. (2021). Kültürel coğrafya denemesi olarak Siirt mutfak kültürü. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(1), 305-325.

Cobo, M. J., López-Herrera, A. G., Herrera-Viedma, E. ve Herrera, F. (2011). Science mapping software tools: Review, analysis, and cooperative study among tools. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 62(7), 1382–1402.

Demirer, B., & Özdemir, M. (2023). Osmanlı ve Irak mutfak kültürünün incelenmesi. *Academic Platform Journal of Halal Lifestyle*, 5(2), 112-116.

Doğan, S., & Özaslan, Y. (2024). Gastronomi/Gastronomik, Mutfak ve Yemek Turizmi: Kavramlar Arasında Bir Ayrım ve Tartışma (Gastronomy/Gastronomic, Culinary, and Food Tourism: A Conceptual Distinction and Discussion). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 12(4), 3278-3302.

Düzgün, E. & Durlu Özkaya F. (2015). Mezopotamya'dan Günümüze Mutfak Kültürü. *Journal of Tourism and Studies*, 3-1, 42.

Okcu, E. (2022). Eski Mezopotamya toplumlarında beslenme alışkanlıkları. *Genç Kalemler Tarih Araştırmaları Dergisi*,(8) 208-113.

Gökbel, F. M. & Çılğinoğlu, H. (2022). “Antik Çağ Mutfak Kültürünün Önemli Temsilcileri: Kil Tabletler” *International Social Sciences Studies Journal*, (e-ISSN:2587 1587) Vol:8, Issue:105; pp:4306-4311

Güler, S. (2007). *Türk Mutfağının Değişim Nedenleri Üzerine Genel Bir Değerlendirme*. I. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler, Antalya.

Hatipoğlu, A. (2008). *Türk mutfağının dünya mutfağındaki yeri*. foodinlife.com [www.foodinlife.com/ makale.php?i=122](http://www.foodinlife.com/makale.php?i=122) adresinden 21.09.2025 tarihinde erişilmiştir.

Hussain, A., Fatima, N. ve Kumar, D. (2011). Bibliometric analysis of the 'Electronic Library' journal (2000-2010). *Webology*, 8(1): 1-11.

İşeri, C., & Öncel, S. (2024). Gastronomi Başlığı Altında Yayımlanmış Doktora Tezlerinin Bibliyometrik Analizi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 12(1), 187-203.

Karataş, H.(2020). Mutfağın tarihi: Mezopotamya'dan günümüz Türk mutfağına uzanan yol. *Gzt.com*.<https://www.gzt.com/skyroad/mutfagin-tarihi-mezopotamyadan-gunumuz-turk-mutfagina-uzanan-yol-3649981> adresinden 30.09.2025 tarihinde erişilmiştir.

Kırmızıkuşak, D. & Çavuş, O. (2021). Mutfağın Tanımı ve Tarihsel Gelişimi. Kargiglioğlu, Ş. (Editör), *Endüstriyel Mutfaklar Kavramlar- Uygulamalar*, 1-26.

Köroğlu, K. (2012). *Eski Mezopotamya Tarihi: Başlangıcından Perslere Kadar*. İstanbul, İletişim Yayınları.

Lawani, S. M. (1981). Bibliometrics: Its theoretical foundations, methods and applications. *Libri*, 31(Jahresband), 294-315.

Norman, J.(2025). Cuneiform Cuisine: The Earliest Surviving Recipes. *HistoryofInformation.com* <https://www.historyofinformation.com/detail.php?id=2212> adresinden 21.09.2025 tarihinde erişilmiştir.

Pulluk, E. (2022). Kadim bir mutfak: Mezopotamya. *Gastronomi alanında tematik araştırmalar I* içinde, 9-19.

Savsak,H.(2022).*İnsanlığın ilk dönemleri*.Zeduva.com. <https://dosya.zeduva.com/2025/07/tyt-tarih-insanligin-ilk-donemleri-konu-anlatimi.pdf> adresinden 22.09.2025 tarihinde erişilmiştir.

Soğandereli, F. (2020). Eski Mezopotamya ve Anadolu'da Mutfak Kültürü, *Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi*, 7(2), s. 1308-1342.

Tan, N. Ü. (2019). Mutfak, İçinde, Kozak, N. (Editör), *Online Türkiye Turizm Ansiklopedisi*, <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/mutfak> adresinden 20.09.2025 tarihinde erişilmiştir.

Ağaş, B.(2020). Mutfak Tarihindeki Öncü: Mezopotamya Mutfağı. *Tarihten Yazılar*. <https://tarihtenyazilar.com/2020/12/04/eski-mezopotamya-mutfagi/> adresinden 22.09.2025 tarihinde erişilmiştir.

Tunçel, O. (2020). Kitabın İlk Formu: Eski Mezopotamya'nın Kil Tabletleri. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, (25), 305-321.

Türk Dil Kurumu.(2022). Mutfak. *Güncel Türkçe Sözlük İçinde*. <https://sozluk.tdk.gov.tr/> adresinden 20.09.2025 tarihinde erişilmiştir.

Walker, C.S.(2021). Ancient Mesopotamian cuneiform tablets could be decoded by an AI. *NewScientist*. <https://www.newscientist.com/article/2290324-ancient-mesopotamian-cuneiform-tablets-could-be-decoded-by-an-ai/> adresinden 21.09.2025 tarihinde erişilmiştir.

Yarış, A. (2014). *Mardin'de Gastronomi Turizmi: Turist Görüşlerine İlişkin Bir Uygulama* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Mardin Artuklu Üniversitesi.

Yılmaz, Ö. F., & Akkuş Mutlu, S. (2023). *Eski Mezopotamya'da yemek ve mutfak kültürü* (Yayın No. 848601) [Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>

Yiğit, S., & Doğdubay, M. (2017). Gastronomi eğitimi alan öğrencilerde yiyecekte yenilik korkusu (food neophobia): Balıkesir Üniversitesi örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 5(Special Issue 2), 162-168.

Yiğit, S., & Bucak, T. (2017). Yöresel Ürünlerin Destinasyon Pazarlamasına Etkisi: Mardin Bulguru İçin Bir Model Önerisi. *Mardin Artuklu Üniversitesi*, 18, 18-22.

Yiğit, S. (2023). Kültürel miras olan Türk kahvesi konulu lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 10(3), 17-27.

Diyarbakır Ermenilerinde Sofra Adabı ve Yemek Kültürü

Kasım ERTAŞ^{1*}

İlahiyat Fakültesi, İslam Tarihi ve Sanatları Bölümü
Şırnak Üniversitesi, Türkiye
¹kasimertas@sinak.edu.tr

ORCID: 0000-0002-7666-3367

Özet

Diyarbakır, tarih boyunca farklı etnik ve dini grupları bünyesinde barındıran kozmopolit bir şehir konumunda olmuştur. Diyarbakır'ın farklı etnik grupların biraradaliğından dolayı, din ve kültür ilişkisi bakımından hem sosyo-kültürel hem de dini açıdan ilgi çekici ve aynı zamanda bilimsel açıdan da bir araştırma alanı olduğunu ifade etmek gerekir (Tunç, 2021). Bu bağlamda Ermeniler de şehrin bu çok kültürlü dokusu içerisinde ön plana çıkan topluluklardan biridir. Nitekim Diyarbakır, Osmanlı döneminde Ermeni nüfusun en yoğun olduğu altı vilayetten biridir (Karpat, 2010). Günümüzde Diyarbakır'da Ermeni nüfusu birkaç kişiyi geçmemekle beraber, şehirde yaşadıkları dönemde Ermeniler, şehrin sosyo-kültürel yaşantısında önemli bir konuma sahip olmuşlardır. Diyarbakır'daki etnik ve dini etkileşim, şehrin ortak mutfak kültürüne de yansımış ve kendine has zengin bir mutfak ortaya çıkmıştır. Ermeni mutfağı da bu zengin yemek kültürü içerisinde zikredilmeye değer bir öneme sahiptir. Ermenilerin kendilerine özgü bazı yemekleri olmakla beraber Diyarbakır mutfağına kazandırdıkları önemli lezzetler de bulunmaktadır. Bununla birlikte genel hatlarıyla ele alındığında Ermenilerin yemeklerinin yaşadıkları topluluğun yemek kültürü ile benzerlik gösterdiği söylenebilir (Ertaş, 2025).

Bu çalışmada, Osmanlı'nın son dönemi ile Cumhuriyet'in 1950'lere kadar olan sürecinde Diyarbakır Ermenilerinin sofrası adabı ve yemek kültürü ele alınacaktır. Ermeni evlerinde sofralar, sadece yemek yeme mekânı değil aynı zamanda kültürel değerlerin aktarıldığı bir alan olarak önem taşımaktadır. İncelenen dönemde yemekler, yere serilen bir bez üzerine konulan bakır sinilerde sunulur ve aile bireyleri tek bir kaptan yemek yemekteler. Çatal-bıçak kullanımı sınırlı olup, yemekler kaşık veya elle yenilmektedir. Yemekten önce genellikle "Göklerdeki Babamız" duası okunur. Ermenilerin "Hayr Mer" olarak isimlendirdikleri bu dua Matta İncil'inde yer almaktadır. Hristiyanlar arasında çok yaygın olan bu dua şöyledir: "Göklerdeki Babamız, Adın kutsal kılınsın. Egemenliğin gelsin. Gökte olduğu gibi, yeryüzünde de senin istediğin olsun. Bugün bize gündelik ekmeğimizi ver. Bize karşı suç işleyenleri bağışladığımız gibi, sen de bizim suçlarımızı bağışla. Ayartılmamıza izin verme. Bizi kötü olandan kurtar. Çünkü egemenlik, güç ve yücelik sonsuzlara dek senindir! Amin." (Matta 6: 9-13). Ermeni kültüründe yemek sırasında konuşmak veya tabakta yemek artığı bırakmak hoş karşılanmamaktadır (Margosyan, 2011).

Günümüzde dünya genelinde en yaygın beslenme düzeni günde üç öğündür. İncelenen dönemde de Ermeniler günde üç öğün yemek yemekteler. Kahvaltıda ekmek, süt, yoğurt ve peynir gibi temel gıdalar yer alırken; öğle yemeği çoğu zaman kahvaltının tekrarı olmakla birlikte pilav ve bakliyatla zenginleşmektedir. Akşam yemeğinde ise genellikle pilavla birlikte sulu bir yemek

bulunmaktadır. Ekmek (hats), Anadolu'nun diğer şehirlerinde olduğu gibi Diyarbakır Ermeni mutfak kültüründe de merkezi bir konumdadır. Başlıca besin maddesi olan ekmek; yemek kavramıyla özdeşleşmiş, hatta sofraya davet dahi “gel, ekmek yiyelim” sözüyle dile getirilmektedir. (Matossian & Villa, 2012; Margosyan, 2011; Özyerli, 2024).

Meftune, içli köfte, kibe mumbar, çiğköfte ve zerde gibi yemekler, hem Ermenilerin hem de komşu toplulukların ortak mutfak pratiklerinde yer almaktadır. Ermenilerin *tenebur/tanabur*, Kürtlerin ise mehir dedikleri ayran aşı, Ermenilerin *‘horizov malez’* dedikleri yağda un kavrulup üzerine su ilave edilerek pişirilip, şeker veya pekmez katılarak da yenen yemek Diyarbakırlı Ermenilerin en çok yaptığı yemekler olarak zikredilebilir (Ertaş, 2025; Özyerli, 2024). Ancak bu yemekler arasında meftune ayrıcalıklı bir konuma sahiptir. Diyarbakır mutfağına özgü bir yemek olan meftuneyi pişirmeyi bilmemek, bir kadın için ayıp kabul edilmektedir. Aslen Diyarbakırlı olan, Fransa doğumlu Amerikalı Ermeni müzisyen Onnik Dinkçiyan (Dinkjian)'ın bir şarkısındaki meftune ile ilgili kısmın, Diyarbakırlı Ermeni annelerin dilinde ninni olarak kullanıldığı kaydedilmektedir (Margosyan, 2010). İlgili kısım şöyledir: Mir meftunen bılğurov, O yar dıle, yar dıle, Meçn el suğh bığdınusov, O yar dıle, yar dıle (Bizim meftunemiz, yanında bulgur, içinde soğan ve de maydanoz). Bunun yanı sıra Ermeni mutfağının ritüel ve tören yemekleri içerisinde anuşabur (aşure) ve hedik özel bir yere sahiptir. Perhiz dönemlerinde, Ermeni mutfağına has bir yemek olarak kabul edilen topik, tamamen bitkisel içerikli olmasıyla en önemli yemek olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca günümüzde oldukça meşhur olan Diyarbakır kadayıfının da 19. yüzyılda Agop adlı bir Ermeni tarafından şehrin yemek kültürüne kazandırıldığı bilinmektedir (Ertaş, 2025). Çalışma, literatür taramasına dayalı nitel bir inceleme olarak yapılandırılmıştır. Tarihsel kaynaklar, akademik araştırmalar, sözlü anlatılar ve ilgili etnografik çalışmalar analiz edilerek Diyarbakır Ermenilerinin yemek kültürü ve sofrası pratikleri tarihsel süreç içerisinde ele alınmıştır. Bu bağlamda çalışma, kültürel mirasın anlaşılmasına katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

Anahtar Sözcükler: Diyarbakır, Ermeniler, Sofra adabı, Yemek kültürü, Gündelik yaşam.

Kaynakça

- Ertaş, Kasım (2025). Osmanlı İmparatorluğu'nda Diyarbakır Ermenileri. DTA Yayınları.
- Karpat, Kemal H. (2010). Osmanlı Nüfusu (1830-1914), (Çev. Bahar Tırnakçı). Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Kutsal Kitap: Eski ve Yeni Antlaşma (Tevrat, Zebur, İncil) (2003). Kitabı Mukaddes Şirketi.
- Margosyan, Mıgırdiç (2011). Gâvur Mahallesi. Aras Yayınları.
- Margosyan, Mıgırdiç (2010). Biletimiz İstanbul'a Kesildi. Aras Yayınları.
- Matossian, Mary Kilbourne-Susie Hoogasian Villa (2012). 1914 Öncesi Ermeni Köy Hayatı, (Çev. Altuğ Yılmaz). Aras Yayınları.
- Özyerli, Silva (2024). Amida'nın Sofrası: Yemekli Diyarbakır Tarihi. Aras Yayınları.
- Tunç, İsmet (2021). Antropoloji ve Din. Eski Yeni Yayınları.

Mardin’de Gastronomi Turizmi Güzargahlarının Belirlenmesi: Yerel İşletmecilerle Katılımcı Bir Model Önerisi

Sedanur TAŞAR¹, Mehmet Necati CİZRELİOĞULLARI^{2*}

Turizm Fakültesi/ Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye
¹sedatasar98@gmail.com

ORCID: 0009-0000-4754-4046

Turizm Fakültesi/ Turizm Rehberliği Bölümü
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye
² necaticizreliogullari@artuklu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-9884-6084

Özet

Gastronomi, belirli kültürlerin yansıması niteliğinde olan, yemek hazırlama, pişirme, sunum ve yeme-içme deneyimini kapsayan bir sanat ve bilim dalı olarak değerlendirilmektedir. Aynı zamanda bir bilim alanı olması nedeniyle belirli kurallara ve yöntemsel ilkelere sahiptir. Sanat kavramı ile ilişkili olarak ise estetik ve haz unsurlarını çağrıştırmaktadır (Sarışık ve Özbay, 2014). Yeme-içme faaliyetlerinin temel bir fizyolojik ihtiyaç olması ve turistlerin seyahatlerinin her anından keyif alma eğiliminde bulunmaları, gastronomik değerleri turizm deneyimlerinin ayrılmaz bir bileşeni haline getirmektedir (Küçükkömürler, Şırvan ve Sezgin, 2018). Gastronomik unsurların turistler açısından önemli bir tercih nedeni haline gelmesi, seyahat kararlarının temel motivasyonlarından birini oluşturmakta ve bu durum gastronomi turizminin gelişmesine zemin hazırlamaktadır.

Gastronomi turlarının planlanabilmesi ve uygulanabilmesi için gastronomik değere sahip unsurların birbirine bağlanarak rota haline getirilmesi gerekmektedir. Turizm rotaları, turistik hareketliliğin düşük olduğu bölgelerin pazarlanmasına, bölgedeki kültürel, tarihi ve doğal çekicilik unsurlarının turizm amaçlı kullanılmasına katkı sağlamaktadır (Lourens, 2007). Ayrıca, rotalar seyahat eğiliminde olan turistlerin coğrafi olarak bölge geneline dağıtılmasında etkili bir araç işlevi görmektedir (Meyer, 2004). Bu durum, turizm rotalarının ekonomik getirilerinin bölge genelinde yayılım göstermesine, turist talebine yönelik yeni ürün ve hizmetlerin geliştirilmesine ve bu kapsamda yeni girişimlerin oluşmasına olanak tanımaktadır (Briedenhann ve Wickens, 2004). Gastronomi rotalarının önemli avantajlarından biri, ziyaretçilerin seyahat süresini verimli kullanmalarını sağlayarak daha kısa zamanda daha fazla deneyim yaşamalarına imkân tanınmasıdır (Kervankıran ve Çuhadar, 2014).

Bu araştırmanın temel amacı, çoğunlukla günübirlik ziyaretçilere ev sahipliği yapan Mardin kentinde, yiyecek-içecek işletmeleri, yerel halk ve turist rehberlerinin katılımıyla bir gastronomi tur rotası oluşturmak ve bu süreci katılımcı bir yaklaşımla modellemektir. Çalışma, Mardin'in gastronomik değerlerini turistik güzergâhlar üzerinden yeniden kurgulayacak ve yerel aktörlerin katkılarıyla şekillendirilecek özgün bir model önerisi sunacaktır. Böylece, hem ziyaretçi deneyiminin zenginleştirilmesi hem de yerel kalkınmaya sürdürülebilir bir katkı sağlanması amaçlanmaktadır.

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılacaktır. Gastronomi turizmi kapsamında nitelikli bilgi elde edilebileceği düşünülen beş işletme sahibi, üç turist rehberi ve gastronomi alanında bilgi sahibi on yerel katılımcı ile toplamda on sekiz kişiyle görüşmeler gerçekleştirilecektir. Bu çalışma, Mardin'in gastronomi turizmine yönelik güçlü bir potansiyele sahip olduğunu ortaya koyacaktır. Ancak bu potansiyelin etkin bir biçimde değerlendirilebilmesi için planlı, katılımcı ve sürdürülebilir bir modelin hayata geçirilmesi gerekecektir. Görüşmelerden elde edilecek bulgular, gastronomi unsurlarının mevcut tur programlarında yeterince görünür olmadığını, ancak yerel halkın, işletme sahiplerinin ve turist rehberlerinin katılımıyla oluşturulacak özgün bir gastronomi tur rotasının bu eksikliği giderebileceğini gösterecektir. Önerilen gastronomi tur rotası, ziyaretçilerin deneyimsel zenginliğini artırmanın yanı sıra yerel üreticiler, işletmeler ve turist rehberleri için yeni ekonomik fırsatlar yaratacaktır. Bu yönüyle çalışma, Mardin'in turistik çekiciliğinin güçlendirilmesine ve kentin gastronomik mirasının korunarak sürdürülebilir bir biçimde gelecek kuşaklara aktarılmasına katkı sağlayacak önemli bir akademik ve uygulamalı girişim niteliği taşımaktadır.

Anahtar sözcükler: Mardin, Gastronomi, Mutfak kültürü, Gastronomi rotaları, Turist

Kaynakça

- Briedenhann, J., & Wickens, E. (2004). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas: Vibrant hope or impossible dream? *Tourism Management*, 25(1), 71–79. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00063-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00063-3).
- Kervankıran, İ., & Çuhadar, M. (2014, Nisan 4–5). Turizm rotalarının oluşturulmasında coğrafi bilgi sistemlerinin önemi. III. Disiplinler Arası Turizm Araştırmaları Kongresi, Aydın, Türkiye.
- Küçükkömürler, S., Şırvan, N. B., & Sezgin, A. C. (2019). Dünyada ve Türkiye’de gastronomi turizmi. *Uluslararası Turizm Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(2), 78–85.
- Lourens, M. (2007). Route tourism: A roadmap for successful destinations and local economic development. *Development Southern Africa*, 24(3), 475–489. <https://doi.org/10.1080/03768350701445574>.
- Sarışık, M., & Özbay, G. (2015). Gastronomi turizmi üzerine bir literatür incelemesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2), 221–229. <https://doi.org/10.17123/atad.vol26iss2pp221-229>.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri (11. baskı). Seçkin Yayıncılık.

Un ve Su ile Şekillenen Kültür: Türkiye'nin Ark of Taste Listesindeki Ekmekleri Üzerine Bir Değerlendirme

Hayriye DUMAN^{1*}

Turizm Fakültesi
Batman Üniversitesi, Türkiye
hayriye.duman@batman.edu.tr

ORCID: 0000-0002-1605-6418

Özet

Küreselleşme, endüstrileşme ve modern yaşam pratiklerinin gıda sistemleri üzerindeki etkisi, yerel ürünlerin ve geleneksel üretim biçimlerinin sürdürülebilirliği açısından giderek daha kritik bir tartışma alanı hâline gelmiştir. Küresel gıda zincirlerinin standartlaştırıcı ve homojenleştirici yapısı, bölgesel çeşitliliğin daralmasına, özgün üretim tekniklerinin görünmezleşmesine ve kültürel hafızanın zayıflamasına neden olmaktadır (Hawkes, 2006; Soleri vd., 2023). Bu süreç yalnızca tarımsal biyoçeşitliliğin azalmasıyla sınırlı kalmamakta; aynı zamanda yerel bilgi sistemlerinin, üretim pratiklerinin ve toplumsal kültürel kodların da yok olma riskiyle karşı karşıya kalmasına yol açmaktadır. Dolayısıyla modern gıda sistemleri, ekonomik verimlilik hedefleri doğrultusunda ilerlerken kültürel ve ekolojik sürdürülebilirlik açısından önemli kayıplar yaratabilmektedir.

Geleneksel gıdaların kaybolması, gıdanın kültürel miras unsuru olarak taşıdığı işlevin zayıflaması anlamına gelmektedir. Geleneksel üretim teknikleri, belirli toplulukların çevresel, ekonomik ve toplumsal koşulları doğrultusunda tarihsel süreç içerisinde şekillenmiş ve kuşaktan kuşağa aktarılacak kültürel sürekliliği sağlamıştır. Bu tekniklerin görünürlüğünü kaybetmesi, toplumsal hafızanın, kültürel kimliğin ve yerel dayanışma mekanizmalarının zedelenmesine yol açmaktadır (Ghosh, Meyer-Rochow & Jung, 2023). Bu bağlamda gastronomi disiplini, yalnızca beslenme ve lezzet eksenli bir alan olmaktan çıkmış; kültürel mirasın korunması, yerel bilgi birikiminin belgelenmesi ve sürdürülebilir gıda politikalarının desteklenmesi gibi çok boyutlu bir sorumluluk üstlenmiştir. Geleneksel üretim tekniklerinin sistematik biçimde kayıt altına alınması, bu mirasın hem bilimsel hem de toplumsal düzeyde devamlılığını sağlayan temel adımlardan biri olarak değerlendirilmektedir (Ramazanova, 2024).

Bu doğrultuda, kaybolma riski taşıyan gıdaların belgelenmesi ve korunması amacıyla geliştirilen uluslararası girişimlerden biri olan Slow Food hareketi ve Ark of Taste projesi, geleneksel gıdaların sürdürülebilirliğine yönelik önemli bir çerçeve sunmaktadır. 1996 yılında başlatılan Ark of Taste projesi, özgün üretim tekniklerine sahip, sınırlı coğrafi yayılım gösteren, düşük üretim hacmine sahip ve kültürel açıdan sembolik değer taşıyan gıda ürünlerini tanımlamayı ve korumayı amaçlayan küresel bir veri tabanı niteliğindedir (Slow Food Foundation, 2025). Proje, yalnızca bir envanter oluşturma işlevi görmemekte; aynı zamanda yerel üreticilerin desteklenmesine,

toplumsal farkındalığın artırılmasına ve sürdürülebilir gıda sistemlerinin güçlendirilmesine katkı sağlamaktadır.

Türkiye, sahip olduğu zengin tarımsal çeşitlilik, köklü üretim gelenekleri ve bölgesel gastronomi kültürüyle Ark of Taste kapsamında dikkat çeken ülkeler arasında yer almaktadır. Anadolu’da geleneksel ekmekler, tarihsel süreç içerisinde yalnızca temel bir besin maddesi olarak değil; dini ritüellerin, bayramların, toplumsal dayanışmanın ve kültürel kimliğin taşıyıcısı olarak da önemli işlevler üstlenmiştir. Türkiye’de geleneksel ekmeklere ilişkin literatürde; üretim teknikleri, hammaddeler, yöresel çeşitlilik ve kültürel anlamlar üzerine odaklanan çeşitli çalışmalar bulunmaktadır (Köten & Ünsal, 2007; Şen, 2018; Erdem & Karakaya, 2020; Badem, 2021; Gül vd., 2021; Köşklü & Özkul Fındık, 2021; Koçan, 2022; Erdem & Gökmen, 2022; Karhan, 2024; Badem & Fidan, 2025). Ancak bu çalışmaların, Ark of Taste listesinde yer alan ekmekleri gastronomik, kültürel ve sürdürülebilirlik boyutlarıyla bütüncül biçimde ele almadığı görülmektedir.

Bu araştırma, Türkiye’nin Ark of Taste listesinde yer alan geleneksel ekmek çeşitlerini nitel bir yaklaşımla inceleyerek söz konusu literatür boşluğunu doldurmayı amaçlamaktadır. Çalışmada doküman analizi yöntemi kullanılmış; veri seti Slow Food Foundation for Biodiversity tarafından yürütülen Ark of Taste projesinin resmî çevrim içi veritabanından oluşturulmuştur. 1-5 Eylül 2025 tarihleri arasında gerçekleştirilen incelemede, Türkiye etiketi altında listelenen ürünler taranmış ve yalnızca “ekmek” kategorisindeki kayıtlar araştırma kapsamına alınmıştır. Her bir ekmek türü; kullanılan hammaddeler, üretim ve pişirme teknikleri, tarihsel bağlam, yöresel farklılıklar ve kültürel kullanım alanları açısından sistematik olarak analiz edilmiştir.

Araştırma bulguları, Bileki (Pileki) Ekmeği, Bodrum Peksimeti (Gemici Ekmeği) ve Gelveri Ekmeği örnekleri üzerinden geleneksel ekmeklerin çok katmanlı işlevlerini ortaya koymaktadır. Bileki Ekmeği, Doğu Karadeniz’de taş ve kül temelli pişirme teknikleriyle yerel zanaatkarlığın ve çevreyle uyumlu üretim anlayışının sürdürülebilirliğini yansıtmaktadır. Bodrum Peksimeti, Ege Bölgesi’nin denizcilik kültürüyle ilişkili iki aşamalı pişirme yöntemi sayesinde uzun süre dayanabilen bir gıda ürünü olarak tarihsel ve ekonomik sürdürülebilirliği temsil etmektedir. Gelveri Ekmeği ise kadınların kolektif üretim sürecine dayalı yapısı ve ekşi maya kullanımına dayanan fermentasyon bilgisiyle, toplumsal dayanışmayı ve geleneksel bilginin kuşaklar arası aktarımını güçlendirmektedir.

Sonuç olarak bu çalışma, Türkiye’nin Ark of Taste listesinde yer alan geleneksel ekmeklerin yalnızca gastronomik miras unsurları değil; aynı zamanda kültürel sürdürülebilirlik, yerel ekonomi ve toplumsal hafıza açısından stratejik öneme sahip araçlar olduğunu ortaya koymaktadır. Elde edilen bulgular, geleneksel üretim pratiklerinin ve yerel bilgi sistemlerinin korunmasının sürdürülebilir gıda sistemlerinin güçlendirilmesi açısından kritik bir rol oynadığını göstermektedir.

Anahtar Sözcükler: Ark of taste, Geleneksel ekmek, Gastronomik miras, Kültürel sürdürülebilirlik, Türkiye.

Kaynakça

- Badem, A. (2021). Traditional turkish sweet bread discovered in famine: Pear bread. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (53), 11-30.
- Badem, A., & Fidan, E. (2025). Türkiye’nin coğrafi işaret tescilli ekşi mayalı ekmekleri üzerine bir değerlendirme. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 25(1), 478-503.

- Erdem, N., & Gökmen, S. (2022). Zonguldak ili Çaycuma ilçesinin geleneksel Cizlama ekmeği üzerine bir araştırma. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 38, 218-228.
- Erdem, N., & Karakaya, M. (2020). Geleneksel Kapak ekmeği üretimi. *Journal of the Institute of Science and Technology*, 10(4), 2565-2574.
- Ghosh, S., Meyer-Rochow, V. B., & Jung, C. (2023). The vital role of traditional foods in achieving nutrition security. *Foods*, 12(23), 1-6.
- Gül, H., Acun, S., Hayıt, F., & Şirikçi, B. S. (2021). Geleneksel ekşi mayalı Isparta ekmeğinin bazı kalite karakteristikleri açısından değerlendirilmesi. *Ziraat Fakültesi Dergisi*, 16(1), 34-45.
- Hawkes, C. (2006). Uneven dietary development: Linking the policies and processes of globalization with the nutrition transition, obesity and diet-related chronic diseases. *Globalization and Health*, 2(4), 1-18.
- Karhan, J. (2024). Oklavadan sofraya türklerin kültürel mirası “yufka” ekmeğinin sosyotarihsel ve kültürel anlamı. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25(46), 221-233.
- Koçan, D. (2022). Aksaray güzelyurt gelveri ekmeği ve yassi ekmek üretimi. *Gıda*, 47(6), 1153-1167.
- Köşklü, Z., & Özkul Fındık, N. (2021). Erzurum kırsalında tandır kültürü ve tandır ekmeği. *Milli Folklor*, 17(132), 262-285.
- Köten, M., & Ünsal, A. S. (2007). Şanlıurfa yöresine özgü "Tırnaklı ve Açık ekmeklerin" geleneksel üretim yöntemleri. *Gıda*, 32(2), 81-85.
- Ramazanov, M. (2024). Traditional gastronomy and its preservation. *Innovations in Science and Technologies*, 1(2), 132-135.
- Slow Food Foundation. (2025, 7 Ekim). The Ark of Taste: History. <https://www.fondazione Slow Food.com/en/what-we-do/the-ark-of-taste/about-the-project/history/>.
- Soleri, D., Cleveland, D. A., Aragón Cuevas, F., Jimenez, V., & Wang, M. C. (2023). Traditional foods, globalization, migration, and public and planetary health: The case of Tejate, a maize and cacao beverage in Oaxaca, Mexico. *Challenges*, 14(1), 1-15.
- Şen, M. A. (2018). Sanayi kenti Gebze’den geleneksel bir lezzet “ekşi mayalı ekmek”. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(82), 338-351.

Çerağ Yakma Ritüelinin Somut Olmayan Kültürel Miras Bağlamında Değerlendirilmesi

Gizem ÇORMAN^{1*}

Sanat ve Tasarım Fakültesi/Gastronomi ve Mutfak Sanatları

İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, Türkiye

gizem.corman@nisantasi.edu.tr

ORCID: 0000-0001-6834-2371

Özet

Bu çalışmanın amacı, Bektaşilik ve Alevilik inanç sisteminde önemli bir yere sahip olan Çerağ Yakma ritüelini, somut olmayan kültürel miras (SOKÜM) perspektifinden incelemektir. Çalışmada ritüelin kültürel kimlik, inanç pratikleri ve toplumsal bellek açısından taşıdığı değerlerin belirlenmesi hedeflenmiştir. Somut olmayan kültürel miras, UNESCO’nun tanımına göre “toplumların, grupların ve bireylerin kültürel kimliklerinin bir parçası olarak tanımladıkları uygulamalar, temsiller, ifadeler, bilgiler ve beceriler” şeklinde tanımlanmaktadır (UNESCO, 2003). Bu miras türü yaşayan kültürel değerlerin korunması, aktarılması ve gelecek kuşaklara sürdürülebilir şekilde taşınmasını amaçlamaktadır.

Ritüeller, toplumsal bellekle iç içe geçmiş bu mirasın en önemli unsurları arasında yer almaktadır (Turan, 2008). Bu bağlamda, Bektaşilik ve Alevilik inanç sistemlerinde sembolik bir anlam taşıyan Çerağ Yakma ritüeli, ibadet olmanın ötesinde, kültürel sürekliliğin, toplumsal dayanışmanın ve kimlik bilincinin somut bir göstergesi olarak değerlendirilmektedir. Ritüelin somut olmayan kültürel miras çerçevesinde ele alınması, hem bu geleneğin korunmasına hem de kültürel çeşitliliğin sürdürülebilirliğine katkı sağlayacaktır. Araştırma, derleme yöntemiyle hazırlanmıştır. Literatürde yer alan bilimsel çalışmalar, alan araştırmaları ve kültürel miras politikaları incelenerek, Çerağ Yakma ritüelinin tarihsel gelişimi, sembolik anlamları ve günümüzdeki uygulama biçimleri değerlendirilmiştir.

Çerağ Yakma, Alevi-Bektaşî inanç geleneğinde kutsal bir sembol olarak kabul edilmekte ve maneî aydınlanmayı temsil etmektedir (Özen, 2011). Günümüzde sınırlı topluluklar tarafından yaşatılan bu ritüel, kültürel aktarımın ve inanç sürekliliğinin önemli bir göstergesidir. Çerağ kelimesi Farsça kökenli olup “ışık, kandil veya meşale” anlamına gelmektedir. Bektaşilik ve Alevilik inançlarında çerağ, Hakk’ın nurunu, hakikati ve ilahi bilgeliği temsil etmektedir. “Çerağ yakmak-uyandırmak” ise bu nurun insanın kalbinde ve toplumda yeniden canlandırılması anlamını taşımaktadır (Ayverdi, 2011). Bektaşî öğretisinde zahir ve batın boyutlarıyla ilişkilendirilen çerağ, Hz. Muhammed ve Hz. Ali’yi temsil eder. Bu yönüyle yalnızca bir ışık kaynağı değil, aynı zamanda hakikat yolunun simgesi olarak görülür. Çerağ; şeriat, tarikat, marifet ve hakikat boyutlarıyla dört kapı kırk makam anlayışını yansıtır. Şeriat yönüyle inancı, tarikat yönüyle rehberliği, marifet yönüyle bilgeliği, hakikat yönüyle ise Hakk’ın nurunu temsil eder. Dolayısıyla çerağ, Bektaşî inancında Hakk’a ulaşmanın ve manevi olgunlaşmanın sembolü olarak kabul edilir (Gündüzöz, 2012). Alevî inancı bağlamında derin bir anlam taşıyan çıra (çerağ), özellikle Perşembeyi Cumaya bağlayan gecelerde evlerde ve ziyaretlerde yakılan bir ritüeldir. Bu uygulama, Kur’an-ı Kerim’in Nur Suresi’nin 35., 36. ve 37. ayetlerine dayandırılmakta ve daha çok

tasavvufsal yorumlarla anlam kazanarak inançsal pratiğin bir parçası olarak görülmektedir. Bölgesel olarak çıra uygulaması farklı şekillerde gerçekleştirilmektedir. Örneğin, “miyaz” ya da bazen “gömbe” olarak adlandırılan kalın ve yağlı ekmekler insanlara dağıtılmak üzere hazırlanır. Miyaz hazırlandığında, yağ alınır ve genellikle beyaz bir bez üzerinde 1, 3, 5, 7, 12, 14 veya 40 parçaya bölünerek bu parçalara batırılır; bazı durumlarda ise kurban edilen hayvanın yağı kullanılmaktadır. Çıra, yalnızca evlerde ve ziyaretlerde değil, mezarlarda da yakılmaktadır. Bu uygulama, bazen “çerağ” olarak da adlandırılmaktadır (Türkiye Kültür Portalı, 2025).

UNESCO’ya göre somut olmayan kültürel miras, “uygulama, temsil ve bilgi sistemlerinin kuşaktan kuşağa aktarımıyla toplumların kimlik ve sürekliliğini sağlayan” bir olgu olarak tanımlanmaktadır. Bu miras geçmişin hatırası olmakla birlikte yaşayan toplumsal bir dinamik olarak kabul edilmektedir (UNESCO, 2003). Somut olmayan kültürel miras unsurları, insan yaşamının hemen her alanında varlık gösteren ve toplumsal kimliğin sürekliliğini sağlayan değerler bütünüdür. UNESCO tarafından belirlenen sınıflandırmaya göre bu unsurlar beş temel grup altında incelenmektedir (Türkiye Kültür Portalı, 2025):

- Somut olmayan kültürel mirasın kuşaktan kuşağa aktarılmasında önemli bir işlev üstlenen dil ile birlikte sözlü gelenekler ve anlatımlardır. Bu kapsamda destanlar, efsaneler, halk hikâyeleri, atasözleri, masallar ve fıkralar gibi anlatı türleri yer alır.
- Toplumun ortak estetik anlayışını yansıtan gösteri sanatlarıdır. Karagöz, meddah, kukla oyunları ve halk tiyatrosu gibi performatif anlatım biçimleri bu grupta değerlendirilmektedir.
- Bireylerin ve toplulukların yaşam döngüsüyle yakından ilişkili olan toplumsal uygulamalar, ritüeller ve şöenler bulunmaktadır. Doğum, nişan, düğün ve Nevruz gibi kutlamalar bu kategoriye örnek teşkil etmektedir.
- Doğa ve evrenle ilgili bilgi ve uygulamalardır. Geleneksel yemek kültürü, halk hekimliği, halk takvimi ve halk meteorolojisi gibi bilgi sistemleri bu alana dâhildir.
- Toplumsal üretim biçimlerini ve estetik değerleri yansıtan el sanatları gelenekleri yer almaktadır. Dokumacılık, nazar boncuğu yapımı, telkâri, bakırcılık ve geleneksel mimari uygulamalar bu kategoride değerlendirilmektedir.

Bu unsurlar bir toplumun kültürel kimliğinin yaşatılması, korunması ve gelecek kuşaklara aktarılması açısından büyük önem taşımaktadır. Bu çerçevede Çerağ Yakma ritüeli, topluluk kimliğini yeniden üretme, dayanışmayı pekiştirme ve kültürel sürekliliği sağlama işlevleriyle bu tanımın özünü yansıtmaktadır. Çerağ Yakma ritüeli, Bektaşilik ve Alevilik geleneğinde ilahi ışığın sembolü olarak toplumsal dayanışmayı, inanç sürekliliğini ve kimlik bilincini temsil eden bir uygulamadır. Bugün Çerağ Yakma geleneği, Alevi dergahlarında, cem evlerinde ve bazı özel dini günlerde uygulanmaya devam etmektedir. Ancak kentleşme, göç ve genç kuşakların inançsal pratiklere olan ilgisinin azalması gibi etkenler ritüelin görünürlüğünü zayıflatmaktadır. Bu noktada UNESCO’nun önerdiği toplumsal katılım ilkesi önemlidir. UNESCO’nun somut olmayan kültürel miras tanımına uygun biçimde, bu ritüel yaşayan bir miras olarak korunmalı ve aktarılmalıdır.

Köse’nin (2022) Anadolu’daki inanç kültürleri üzerine çalışmasında görüldüğü gibi, ritüeller yalnızca dini pratikler değil, aynı zamanda geçmişin kültürel hafızasını bugüne taşıyan sembolik köprülerdir. Yürek’in (2013) Bektaşiliğin tarihsel direncine dair tespitleri, bu ritüellerin toplumsal kimlik ve dayanışma aracı olarak yaşadığını ortaya koyar. Bütüner’in (2023) duaların kutsal varlıklarla aracılanmasına dair analizi ise, Çerağ Yakma’nın köklerini mitolojik düşünceye dayandırarak ritüelin kültürel sürekliliğini açıklamaktadır.

Somut olmayan kültürel mirasın ritüel değerlendirmesinde topluluk temelli olma, yaşayan kültür niteliği taşıma, aktarılabilirlik, kapsayıcılık ve sürdürülebilirlik olmak üzere beş temel ilke öne çıkmaktadır. Çerağ Yakma ritüeli, Bektaşilik ve Alevilik geleneğinde toplumsal belleğin canlı tutulmasına, kimlik bilincinin güçlenmesine ve kültürel bütünlüğün korunmasına katkı sağlayan önemli bir somut olmayan miras unsurudur. Bu ritüelin belge altına alınması, tanıtılması ve gelecek kuşaklara aktarılması, kültürel sürdürülebilirlik açısından büyük önem taşımaktadır.

Anahtar Sözcükler: Çerağ yakmak, Somut olmayan kültürel miras, Ritüel, Sürdürülebilirlik

Kaynakça

- Ayverdi, İ. (2011). *Asırlar boyu târihi seyri içinde misalli büyük Türkçe sözlük*. İstanbul: Kubbealtı Lugati.
- Bütüner, Ş. (2023). Dua ve isteklerin Tanrı nazarında kabul edilmesinde kutsal varlıkların rolü. *TÜRK Uluslararası Dil, Edebiyat ve Halkbilimi Araştırmaları Dergisi*, 11(33), 123-135.
- Gündüzöz, G. (2012). *Bektaşî kültüründe yemek motifi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ondokuz Mayıs üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Temel İslam Bilimleri, Samsun.
- Köse, O. (2022). Munzur ve Ana Fatma örnekleri üzerinden Tunceli’de su kültü. *Selçuk Üniversitesi Türkiye Araştırmaları Dergisi*, 55, 151-176.
- Özen, G. (2011). Bektaşilikte olmazsa olmaz sembollerden çerağ ve yola giren can’ın ziynetleri: Arakiye, teslim taşı ve tiğbent. *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, (60), 415-434.
- Turan, F. A. (2008). Anadolu’daki Hıdırellez kutlamalarına dair inanmalar, ritüeller, yasaklar ve yaptırımlar. *Gazi Türkiyat*, 1(2), 101-111.
- Türkiye Kültür Portalı (2025). Çıra. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/tunceli/kulturatlasi/cira>. Erişim Tarihi: 04.10.2025.
- UNESCO (2003). What is intangible cultural heritage? <https://ich.unesco.org/en/what-is-intangible-heritage-00003>. Erişim Tarihi: 04.10.2025.
- Yürek, H. (2013). 19. yüzyılın ilk yarısındaki bektaşiliğe Roman penceresinden bakmak: Çerağlar uyanırken. *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, 68, 75-81.

Analyzing Consumer Responses to Online Promotions in the Restaurant Industry

Ülker CAN¹, Feridun DUMAN²*

Hasankeyf Vocational School
Batman University, Turkey
[¹ulker.can@batman.edu.tr](mailto:ulker.can@batman.edu.tr)

ORCID: 0000-0001-8244-5190

Tourism Faculty
Batman University, Turkey
[²feridun.duman@batman.edu.tr](mailto:feridun.duman@batman.edu.tr)

ORCID: 0000-0002-0524-638X

Abstract

Being an essential part of today's life, social media is receiving more and more attention from researchers of various disciplines in terms of its impact on consumer behavior, especially on food and drink related purchase decisions. Furthermore, social media platforms serve as a powerful source of potential customers for marketing communication and brand awareness, particularly in the restaurant sector (Li, Kim & Choi, 2021; Rini et al., 2024). Thus, customers use social media platforms to seek information and share their dining experiences, making social media a vital tool for businesses in terms of both marketing and customer engagement. This concept, referred to as social media marketing, is defined as a social and manageable process aimed at increasing customer interaction with the products offered by businesses. The goal of this process is to build business-customer relationships by creating shared values through interactions. In this context, social media emerges as one of the key areas where consumers and food and beverage services engage in high levels of mutual interaction (Vural et al., 2024). Social media is an important platform as it is free and allows users to engage and share contents with one another. When restaurants produce content on social media, followers can share that content within their networks, expanding the restaurant's reach and increasing brand awareness. Furthermore, social media offers growth opportunities to small businesses by helping them gain customer insights, increase sales, and strengthen their reputation. Therefore, many small businesses are embracing social media out of fear of missing out on these digital markets. Restaurants can further use social media in various ways, including promotional campaigns, sharing news and links, advertising products and events, promoting employee engagement, and building personal connections with customers (Lepkowska-White, Parsons & Berg, 2019). In this context, online promotions are commonly used as a strategy to boost sales and to stand out due to their significant impact on consumer reviews. These online sharings are considered a valuable resource for both customers and businesses, as they influence purchasing decisions and brand perceptions (Wareebor, Suttikun & Mahasuweerachai, 2025). To sum up, the restaurant sector is increasingly leveraging social media platforms and online food

ordering applications to expand home delivery services. Restaurants, in order to enhance consumer awareness and engagement strategically use social media to showcase detailed product content, to execute promotional campaigns, and to develop mobile applications that encourage online ordering (Kumar, Konar & Balasubramanian, 2020; Norris, Taylor & Taylor, 2021). Therefore, the aim of this study is to examine the relationship between restaurant promotions, information sharing, and online purchase intention through social media, based on a sample of restaurant customers in the Province of Ankara, Türkiye. This study is designed to draw attention to how restaurant promotions and information sharing on social media influence consumers' online purchase intentions, offering valuable insights for effective digital marketing strategies. It also emphasizes the role of social media as a powerful marketing tool, focusing on how promotional content and user-generated information shape potential customers' decision-making processes.

In this study, a survey was designed, and 298 responses from restaurant customers in the Province of Ankara were collected by using a purposive sampling method. Path analysis, using structural equation model was employed to test the hypothesized relations among the variables in this study. The findings show that it highlights the direct role of online restaurant promotions in determining consumers' sharing restaurants' online posts and intention to purchase food & beverage online. Similarly, consumers' sharing restaurants' online posts were found to have a positive and direct relationship with purchasing food & beverages online. By introducing the consumers' sharing restaurants' online posts as a mediator, the effects of online restaurant promotions on intention to purchase food & beverage online were reduced with a significance level. To sum up, the mediation effect is positive and significant, which was categorized as being the partial mediation.

Keywords: Social media, Online promotions, Information sharing, Online purchasing

References

- Kumar, J., Konar, R., & Balasubramanian, K. (2020). The impact of social media on consumers' purchasing behaviour in Malaysian restaurants. *Journal of Tourism, Sustainability and Well-Being*, 8(3), 197-216.
- Lepkowska-White, E., Parsons, A., & Berg, W. (2019). Social media marketing management: an application to small restaurants in the US. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 13(3), 321-345.
- Li, J., Kim, W. G., & Choi, H. M. (2021). Effectiveness of social media marketing on enhancing performance: Evidence from a casual-dining restaurant setting. *Tourism Economics*, 27(1), 3-22.
- Norris, C. L., Taylor Jr, S., & Taylor, D. C. (2021). Pivot! How the restaurant industry adapted during COVID-19 restrictions. *International Hospitality Review*, 35(2), 132-155.
- Rini, L., Schouteten, J. J., Faber, I., Frøst, M. B., Perez-Cueto, F. J., & De Steur, H. (2024). Social media and food consumer behavior: A systematic review. *Trends in Food Science & Technology*, 143, 104290.
- Wareebor, S., Suttikun, C., & Mahasuweerachai, P. (2025). Exploring the influence of online restaurant promotions on consumer behavioral intentions. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 8(3), 1095-1113.

Vural, Ş. Y., Aksu, S. C., & Yavuz, E. (2024). Yiyecek ve içecek işletmeleri yönetiminde sosyal medyanın rolü: ankara’da bir örgütsel performans değerlendirmesi .Journal of Tourism & Gastronomy Studies, 12(3), 2209-

Endüstriyel Mirasın Turizme Entegrasyonu: Batman Örneği

Mustafa DOĞAN¹, S. Emre DİLEK², Burçin GÜNGEN³, Nur K.
DİLEK⁴, Akarcan GÜNGÖR⁵*

Turizm Fakültesi/Turizm İşletmeciliği Bölümü
Batman Üniversitesi, Türkiye

¹ORCID:0000-0001-7648-8469

Turizm Fakültesi/Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
Batman Üniversitesi, Türkiye

²ORCID:0000-0001-7830-1928

Mimarlık ve Tasarım Fakültesi/Bina Bilgisi Bölümü
Marmara Üniversitesi, Türkiye

³ORCID:30000-0002-1550-803X

Fen-Edebiyat Fakültesi/Sanat Tarihi Bölümü
Batman Üniversitesi, Türkiye

⁴ORCID: 0000-0002-4727-3052

Turizm Fakültesi/Turizm İşletmeciliği Bölümü
Batman Üniversitesi, Sason MYO, El Sanatları Bölümü,

⁵ORCID:0000-0001-5372-9733

Özet

Dünya tarihinde sanayi devrimiyle birlikte kentleşme hareketlerinin hızlandığı, modern şehirlerin de sanayi gelişimine paralel bir eksenle ortaya çıktığı ya da ilerlediği görülmüştür. Günümüzde sanayinin merkezleri artık çoğunlukla metropoller ve şehirlerin dışına taşınmış olsa da ilk sanayileşme hareketlerinin izlerini hala şehirlerin merkezlerinde takip etmek mümkündür. Kültürel miras varlıklarını koruma-kullanma hassasiyeti konusundaki gelişen deneyimlerin özellikle 1970’li yıllardan sonra (Güngör ve Gökçen, 2022) artmasıyla birlikte endüstriyel mirasa olan ilgi de artmıştır. Bugün, endüstriyel miras yapı ve alanları, şehirlerin tarihsel gelişimini izlemek, öğrenmek ve anlamak açısından önemli birer bellek merkezi haline gelmiştir. Endüstri mirası, genel olarak sanayi gelişimine konu olmuş somut ve soyut değerlerin ve bu değerlerin yaşamasını sağlayacak bilgi ve belgelerin bütünü olarak tanımlanmakta (Nizhny Tagil Charter, 2003) ve binalar, makineler, atölyeler, imalathaneler, fabrikalar, madenler ile işleme ve arıtma sahaları, ambarlar ve depolar, enerji üretilen, iletilen ve kullanılan yerler, ulaştırma ve tüm

altyapısı, ayrıca sanayiyle ilgili barınma, ibadet etme veya öğretim gibi sosyal faaliyetler için kullanılan yerleri kapsamaktadır (Alpan, 2012).

Endüstriyel miras yapılarının yeniden işlevlendirilmesine ilişkin projelerin tüm dünyada ama özellikle gelişmiş ülkelerde yaygınlaştığı görülmektedir. Bu uygulamalar, endüstriyel dönemde kullanılmış ama artık atıl olan ya da hala aktif olarak kullanılsa da ömrünü tamamlayacak olan yapı ve alanların korunması ve yeniden değerlendirilmesine odaklıdır. Dünyadaki bu eğilimin, özellikle yeniden işlevlendirme süreçlerinde turizm ve kültür endüstrisi tarafından kullanıldığı ve kamusal ya da özel alan projeleriyle bu tür miras yapılarının yeniden değerlendirildiği görülmektedir. Bu açıdan yapı veya yerleşkeye, tarihi-teknolojik değeri, mimari değeri ve özgünlük değeri açısından bakılmalı; donanımlarının korunmuşluk durumu tespit edilerek (Güngör ve Gökçen, 2022) turizm açısından değerlendirilebilecek potansiyelleri belirlenmelidir. Birçok endüstriyel miras yapısı ya da alanının müze, otel, etkinlik-aktivite alanı vb. gibi yeniden işlevlendirmelerle turizme entegre edilmesi gündemdedir. Türkiye’de de bu konuda bazı iyi uygulamalar hayata geçirilmiştir: İstanbul’da Kadıköy Gazhane ve Beykoz Çubuklu Siloları (ibbmiras, 2025); İzmir’de Basmane (İZKA, 2020) gibi örnekler önemlidir. Bu tür projeler bir taraftan endüstriyel yapıların korunması ve kültürel mirasın gelecek kuşaklara aktarımına hizmet ederken diğer taraftan da bölgedeki kültürel dinamizmin ve turizmin gelişmesine katkı sağlamaktadır (Köksal, 2005). Dünyada ve Türkiye’deki örnek uygulamalarda Belediye vb. kamusal kurumlar ile vakıf, dernek ya da bazan şirketlerin bu tür projelere öncülük ettiği tespit edilmiştir.

Batman, Türkiye’de önemli endüstriyel şehirlerden biridir ve tarihsel olarak Türkiye’nin petrol endüstrisinin başlangıcına ve gelişimine evsahipliği yapmıştır. Kendi kentsel gelişme süreci de petrol endüstrisine bağlı olan Batman’ın petrolün bulunması, taşınması ve rafineri gibi ihtiyaçlarla ortaya çıkan ilk endüstriyel yapılar, zamanla işçilerin yaşadığı lojmanlar ve sosyal aktivite alanları gibi tesislerle çeşitlenmiştir. Bu süreç, 1950’li yıllardan itibaren küçük bir köy ve çevresinin bir şehre dönüşüm hikayesinin merkezi olmuştur. Bu açıdan Batman’ın bir şehir olarak ortaya çıkışında endüstriyel geçmiş başatır.

Batman’ın endüstriyel mirasının tespiti, korunması ve turizme entegrasyonu amacıyla 2024-2025 yılları arasında Batman Üniversitesi’ne bağlı Bilimsel Araştırma Projesi yürütülmüştür. Proje kapsamında endüstriyel miras yapı ve alanlarının keşfi, incelenmesi, kayıt altına alınması; bunların bir web sitesine aktarılarak dijital hafıza ve görselliğinin oluşturulması ve rotalar çıkarılması gibi adımlar yerine getirilmiş; ayrıca bu yapıların hangilerinin yeniden ve ne olarak işlev kazandırılabilirliğine ilişkin mimari rapor da hazırlanmıştır. Bu kapsamda özellikle petrol ve ulaşım endüstrisine bağlı yapı ve alanlar endüstriyel miras unsuru olarak öne çıkmıştır. Bu öneriler, kentteki ve bölgedeki turizm hareketlerini, rotalarını, motivasyonlarını geliştirecek bir potansiyele sahiptir. Endüstriyel mirasın yeniden işlevlendirilmesi ve turizme entegrasyonu, kültürel mirasın ve şehirlerin hafızasının korunarak geleceğe taşınması açısından bir yol ve model sunmaktadır. Bu çalışma, Batman’ın endüstriyel miras değerlerinin (yapı ve alanları) turizme entegrasyonu için yürütülen projeye ve alan çalışmasına dayanmakta olup; literatür taraması ve alan araştırmasından elde edilen veriler üzerinden gerçekleştirilmiştir. Araştırmada nihai olarak Batman’ın endüstriyel miras değerleri, bunların yeniden işlevlendirilmesi ve turizme entegrasyonuna ilişkin veriler literatür üzerinden de incelenerek öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Endüstriyel miras, Yeniden işlevlendirme, Turizm, Batman, Türkiye

Kaynakça

Alpan, A. (2012). Eski sanayi alanlarının yazındaki yerine ve endüstri arkeolojisinin tarihçesine kısa bir bakış. Planlama, 52, 21-28.

Güngör, S. ve Gökçen, Ş. (2022). Endüstriyel miras alanlarının yeniden işlevlendirilmesi: İzmir yeni kent merkezi özelinde fırsatlar, sorunlar ve öneriler. Eksen Dokuz Eylül Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Dergisi, 3(2), 58-71.

İzmir Endüstriyel Miras Envanteri. (2020). İzmir Endüstriyel Miras Envanteri. İzmir Kalkınma Ajansı Web Adresinden 15 Eylül 2025 tarihinde erişildi: <https://izka.org.tr/wp-content/uploads/2021/08/endustriyel-miras.pdf>

Köksal, T. (2005). İstanbul'daki endüstri mirası için koruma ve yeniden kullanım önerileri. (Doktora Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul. Web adresinden 14 Eylül 2025 tarihinde erişildi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>

Nizhny Tagil Charter. (2003).The Nizhny Tagil Charter for the industrial heritage. TICCIH (The International Committee for the Conservation of the Industrial Heritage) Web adresinden 15 Eylül 2025 tarihinde erişildi: <https://ticcih.org/wp-content/uploads/2013/04/NTagilCharter.pdf>

<https://muzegazhane.istanbul/> E.T. 18 Ağustos 2025.

<https://kulturelmiras.ibb.istanbul/> E.T. 18 Ağustos 2025.

Dijital Teknolojilerle Kültürel Mirasın Korunması: Somut Eserlerin 3D Tarayıcılar ve Yazıcılarla Arşivlenmesi ve Yeniden Üretimi

Bayram KANCA¹, Taner NUR^{2*}

Turizm Fakültesi / Rekreasyon Yönetimi Bölümü

Giresun Üniversitesi, Türkiye

¹ bayram.kanca@giresun.edu.tr

ORCID: 0000-0002-0398-8152

Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu/ Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

Şırnak Üniversitesi, Türkiye

² [*tanernur@gmail.com](mailto:tanernur@gmail.com)

ORCID: 0000-0002-2599-7375

Özet

Kültürel mirasın korunması, aktarılması ve yeniden üretilmesi dijital çağda yeni teknolojik, etik ve temsile ilişkin tartışmaları beraberinde getirmektedir. Üç boyutlu (3B) tarama ve 3B baskı teknolojileri; savaşlar, doğal afetler, çevresel bozulma, turizm baskısı ve kentleşme gibi tehditler karşısında kültürel miras yönetiminde yenilikçi stratejiler sunmaktadır (Remondino, 2011; Khalid, 2021). Yapılan çalışmalar, somut kültürel varlıkların korunması için dijital belgelemenin avantajlarını vurgulamakta; ayrıntılı modelleme ve uzaktan analiz imkânı sağlamaktadır (Xu ve diğerleri, 2014; Sobura ve diğerleri, 2023). Dijital koruma aynı zamanda UNESCO'nun dijital miras rehberleri, Avrupa Konseyi'nin dijital koruma girişimleri ve ICCROM'un teknoloji temelli belgeleme çağrılarında görüldüğü üzere uluslararası miras politikalarını desteklemekte ve bu yöntemlerin küresel öneminin altını çizmektedir (Lusenet, 2007; Sančanin & Penjišević, 2023). Bu teknolojiler belgelemeye, erişilebilirliğe ve eğitime eşi benzeri görülmemiş fırsatlar sunarken, araştırmacılar veri tekelleşmesi, ticarileştirme ve özgün kültürel bağlamdan kopma gibi risklere de dikkat çekmektedir (Webmoor, 2008; Themistocleous, 2024).

Bu çalışma, kültürel mirasın dijitalleştirilmesi ve yeniden üretimine ilişkin mevcut literatüre dayalı olarak kavramsal içerik analizi yoluyla yapılandırılmış nitel bir derleme sunmaktadır. Araştırma kapsamında UNESCO, ICOMOS ve ICCROM raporlarının yanı sıra dijital beşeri bilimler, mimarlık, arkeoloji, müzecilik ve kültürel miras yönetimi literatürü incelenmiştir. Tekrarlayan kavramlar, tartışmalar ve uygulama alanları üzerine tümevarımsal kodlama yapılmış ve sekiz tema belirlenmiştir: dijital koruma, fiziksel yeniden üretim, temsil, erişilebilirlik, ekonomileşme, duysal deneyim, etik boyutlar ve kültürel bellek ve toplumsal aidiyet. Bu temalar hem olumlu katkıları hem de potansiyel riskleriyle ele alınmıştır.

3B tarama, savaş ve doğal afet gibi yıkıcı süreçlere karşı kültürel varlıkların dijital belgelenmesini ve korunmasını mümkün kılarak uzun vadeli arşivleme ve acil müdahale olanağı sağlamaktadır (Xu ve diğerleri, 2014; Sobura ve diğerleri, 2023). Dijital modelleme ve 3B baskı, etik sınırlar

dâhilinde hasar görmüş eserlerin bütüncül restorasyonunu desteklemektedir (Tota, Shehi & Onuzi, 2017), ancak kopyalara aşırı güven duyulması özgün eser ile kopya arasındaki ayrımı bulanıklaştırabilir. Tam ölçekli veya küçültülmüş replikalar üretmek, dokunsal deneyimi ve eğitsel erişimi artırmakta (Redweik, Cláudio, Carmo, Gómez & Blasco, 2017), ancak özgün mekânlara olan ilgiyi azaltabilmektedir. Taranan öğelerin ticari ürünlere dönüştürülmesi görünürlük ve yayılımı artırırken, ticarileşme ve kültürel özün zayıflaması riskini taşımaktadır (Webmoor, 2008). Üç boyutlu dijital modeller, film, animasyon, oyun ve sanal sergiler aracılığıyla kültürel diplomasi ve görsel temsil için zemin sunmakta (He & Zhang, 2017; Cook & Hill, 2019), ancak aşırı maruz bırakma ya da yanlış temsil kültürel anlamları bozabilmektedir. VR, AR ve dijital kopyalar, engelli bireyler veya uzak topluluklar için sanal katılım imkânı sunmakta (Isa, Zin, Rosdi & Sarim, 2018; Yang, Hou, Huo, Li & Jiang, 2020), ancak sanal deneyime aşırı bağımlılık, fiziksel mirasa yönelik ilgiyi azaltabilir. Sahiplik, bağlamsal sadakat ve kültürel haklar gibi etik boyutlar sorumlu yeniden üretimi yönlendirirken, kopyaların kötüye kullanılması veya hakların belirsizliği durumunda zorluklar ortaya çıkmaktadır (Masenya, 2021; Argasiński & Kuroczyński, 2023). Ekonomileşme, kurumsal sürdürülebilirlik sağlamak ve miras projeleri için finansmanı desteklemektedir, ancak ticarileşme koruma yerine kârlılığı önceleyebilir. Duyusal deneyim ve kültürel bellek girişimleri kapsayıcı erişimi güçlendirip toplumsal aidiyeti artırırken, simülasyon ya da fiziksel bağlamdan kopma özgün deneyimi zayıflatabilir. Genel olarak bu sekiz tema, 3B teknolojilerin miras yönetimine entegrasyonunun çok boyutlu fırsat ve zorluklarını ortaya koymaktadır.

Yapılan analiz, dijital teknolojilerin sadece kültürel mirası belgeleyen araçlar değil, aynı zamanda anlamı, deneyimi, ekonomik yapıları ve koruma politikalarını aktif şekilde dönüştüren kültürel aktörler olduğunu göstermektedir. Üç boyutlu tarama, afet ve afet sonrası müdahale stratejilerinde giderek daha önemli bir acil müdahale aracı haline gelmektedir. Benzer şekilde, 3B baskı teknolojileri hem restoratif amaçlarla hem de yeniden üretim için uygulanmakta; koruma ile kopyalama arasındaki sınırları bulanıklaştırarak “gerçek”, “kopya” ve “temsiliyet” kavramlarına ilişkin tartışmaları yeniden gündeme getirmektedir. Dijital koruma yalnızca fiziksel nesnelere değil, aynı zamanda kültürel belleğe, toplumsal aidiyete ve görünürlüğe de müdahale etmektedir. Simülasyon, veri tekelleşmesi, ticarileşme, yerel toplulukların dışlanması ve bağlamdan bağımsız kullanım gibi kritik risklerin ele alınması gerekmektedir.

Sonuç olarak, bu çalışma kültürel miras yönetiminde 3B tarama ve baskı teknolojilerinin yenilikçi katkılarını, potansiyel tehditlerini ve geleceğe yönelik kültürel ve politik yansımalarını sekiz tematik eksen çerçevesinde kavramsallaştırmaktadır. Dijital koruma, fiziksel yeniden üretim, temsil, erişilebilirlik, ekonomileşme, duyusal deneyim, etik değerlendirmeler ve kültürel bellek boyutlarının entegrasyonu, bu teknolojilerin çok katmanlı etkisini vurgulamaktadır. Miras yönetiminde dijitalleşmenin geleceği yalnızca teknik kapasiteye değil; etik yönetim, topluluk katılımı, kültürel bağlamın korunması ve temsiliyet hakkına da bağlı olacaktır. Bu da sürdürülebilir ve kültürel olarak duyarlı uygulamaların geliştirilmesini gerekli kılmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Dijital miras, 3B tarama, 3B baskı, Kültürel mirasın korunması, Dijital arşivleme

Kaynakça

Argasiński, K., & Kuroczyński, P. (2023). Preservation through digitization - standardization in documentation of build cultural heritage using capturing reality techniques and heritage/historic BIM methodology. The International Archives of the Photogrammetry

- Remote Sensing and Spatial Information Sciences, XLVIII-M-2-2023, 87–94. <https://doi.org/10.5194/isprs-archives-xlvi-m-2-2023-87-2023>
- Cook, K., & Hill, G. (2019). Digital heritage as collaborative process. *Studies in Digital Heritage*, 3(1), 83–99. <https://doi.org/10.14434/sdh.v3i1.25297>
- He, Y., & Zhang, X. (2017). “Digital heritage” theory and innovative practice. *The International Archives of the Photogrammetry Remote Sensing and Spatial Information Sciences*, XLII-2/W5, 335–342. <https://doi.org/10.5194/isprs-archives-xlii-2-w5-335-2017>
- Isa, W., Zin, N., Rosdi, F., & Sarim, H. (2018). Digital preservation of intangible cultural heritage. *Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science*, 12(3), 1373–1379. <https://doi.org/10.11591/ijeecs.v12.i3.pp1373-1379>
- Khalid, A. (2021). Conservation challenges and emerging trends of digital preservation for UNESCO architectural heritage, Pakistan. *Conservation*, 2(1), 26–37. <https://doi.org/10.3390/conservation2010003>
- Lusenet, Y. (2007). Tending the garden or harvesting the fields: digital preservation and the UNESCO charter on the preservation of digital heritage. *Library Trends*, 56(1), 164–182. <https://doi.org/10.1353/lib.2007.0053>
- Masenya, T. (2021). The use of metadata systems for the preservation of digital records in cultural heritage institutions. *Journal of the South African Society of Archivists*, 54, 55–70. <https://doi.org/10.4314/jsasa.v54i1.5>
- Redweik, P., Cláudio, A., Carmo, M., Gómez, J., & Blasco, J. (2017). Digital preservation of cultural and scientific heritage: involving university students to raise awareness of its importance. *Virtual Archaeology Review*, 8(16), 22. <https://doi.org/10.4995/var.2017.4629>
- Remondino, F. (2011). Heritage recording and 3D modeling with photogrammetry and 3D scanning. *Remote Sensing*, 3(6), 1104–1138. <https://doi.org/10.3390/rs3061104>
- Sančanin, B., & Penjišević, A. (2023). The importance of the digitization process for the promotion of cultural heritage of the Republic of Serbia: Empirical and statistical findings. *International Journal of Cognitive Research in Science Engineering and Education*, 11(2), 221–229. <https://doi.org/10.23947/2334-8496-2023-11-2-221-229>
- Sobura, S., Bacharz, K., & Granek, G. (2023). Analysis of two-option integration of unmanned aerial vehicle and terrestrial laser scanning data for historical architecture inventory. *Geodesy and Cartography*, 49(2), 76–87. <https://doi.org/10.3846/gac.2023.16990>
- Themistocleous, K. (2024). The monitoring of cultural heritage sites using digital twins. *Proceedings of SPIE*, 48. <https://doi.org/10.1117/12.3031733>
- Tota, A., Shehi, E., & Onuzi, A. (2017). 3D scanning and 3D printing technologies used in Albanian heritage preservation. *European Journal of Engineering and Technology Research*, 2(12), 39–46. <https://doi.org/10.24018/ejers.2017.2.12.566>

- Webmoor, T. (2008). From Silicon Valley to the Valley of Teotihuacan: the “Yahoo!s” of new media and digital heritage. *Visual Anthropology Review*, 24(2), 183–200. <https://doi.org/10.1111/j.1548-7458.2008.00012.x>
- Xu, Z., Wu, L., Shen, Y., Li, F., Wang, Q., & Wang, R. (2014). Tridimensional reconstruction applied to cultural heritage with the use of camera-equipped UAV and terrestrial laser scanner. *Remote Sensing*, 6(11), 10413–10434. <https://doi.org/10.3390/rs6110413>
- Yang, S., Hou, M., Huo, P., Li, A., & Jiang, L. (2020). A cloud computing platform to support digital heritage application using a service-oriented approach. *The International Archives of the Photogrammetry Remote Sensing and Spatial Information Sciences*, XLIII-B2-2020, 1497–1504. <https://doi.org/10.5194/isprs-archives-xliii-b2-2020-1497-2020>

Gastronomi Öğrencilerinin Staj Deneyimlerinde Profesyonel Kimlik Dönüşümü: Yansıtıcı Öğrenme Yaklaşımı

Osman KESKİN^{1*}, Gülseren ÖZALTAŞ SERÇEK²

Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu/Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

¹ Bitlis Eren Üniversitesi, Türkiye

okeskin@beu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-9354-2065

Turizm Fakültesi/Turizm İşletmeciliği Bölümü

Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye

² gulserenozaltasserccek@artuklu.edu.tr

ORCID: 0000-0001-6552-4559

Özet

Bu çalışma, gastronomi öğrencilerinin staj sürecinde yaşadıkları deneyimlerin, yansıtıcı öğrenme çerçevesinde profesyonel kimlik dönüşümüne nasıl katkı sunduğunu incelemektedir. Staj, gastronomi eğitiminin yalnızca uygulamalı değil, duygusal ve etik boyutları da içeren bir öğrenme alanıdır. Ancak literatürde staj deneyimlerinin genellikle “deneyimsel öğrenme” bağlamında incelendiği, öğrencilerin yaşantıları üzerine nasıl düşündüklerine ve bu düşünme sürecinin kimlik gelişimine etkisine yeterince odaklanılmadığı görülmektedir. Bu araştırma, öğrenmeyi davranışsal çıktılarla değil, yansıtıcı düşünme ve öz farkındalık süreçleriyle açıklamayı amaçlamaktadır.

Kuramsal temel, Dewey’in (1933) deneyimden öğrenme ve düşünme ilişkisine, Kolb’un (1984) öğrenme döngüsündeki “yansıtıcı gözlem” aşamasına ve Yeşilyurt’un (2021) yansıtıcı düşünmenin duyuşsal bileşenlerine dayanmaktadır. Buna göre birey, yaşadığı deneyimleri yalnızca tekrarlamak yerine, bu deneyimler üzerine düşünerek anlam üretir. Profesyonel kimlik ise, bireyin meslek değerleriyle kendi benliği arasındaki ilişkiyi sorgulamasıyla biçimlenir (Girgin, 2018; Yılmaz, 2022).

Araştırma nitel bir yaklaşımla tasarlanmış ve fenomenolojik desen kullanılmıştır. Türkiye’de bir devlet üniversitesinin Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümünde öğrenim gören, zorunlu stajını tamamlamış 20 öğrenciyle yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Katılımcılar amaçlı örnekleme yöntemiyle seçilmiş, veriler yansıtıcı deneyim özetleriyle desteklenmiştir. Analiz süreci Braun ve Clarke’ın (2006) tematik analiz yöntemiyle yürütülmüştür. Kodlama sonucunda duygusal farkındalık, etik duyarlılık, öğrenmenin içselleşmesi, mesleki aidiyet, rol model etkisi ve kimlik dönüşümü olmak üzere altı tema belirlenmiştir.

Bulgular, öğrencilerin staj sürecinde yaşadıkları duygusal zorlukları çoğunlukla öğrenme fırsatına dönüştürdüklerini göstermektedir. Katılımcılar, stres, korku ve hata yapma kaygısını zamanla özdenetim ve dikkat bilincine çevirmiştir. Etik duyarlılık teması, öğrencilerin adaletsizlik ve

sorumluluk durumlarında kendi değerleriyle yüzleştğini; öğrenmenin içselleşmesi teması ise hatalardan öğrenme ve öz değerlendirme becerilerinin geliştiğini göstermiştir. Mesleki aidiyet, ekip dayanışması yoluyla kimlik oluşumunu desteklemiştir. Rol model etkisiyle öğrenciler, gözlemledikleri şef davranışlarını içselleştirmiş; sürecin sonunda “öğrenciden profesyonele geçiş” farkındalığı kazanmıştır.

Tartışma sonuçları, Dewey’in (1933) düşünmeyi deneyimden anlam üretme biçimi olarak tanımlayan yaklaşımını doğrulamaktadır. Öğrenciler, yaşadıkları olaylar üzerine düşündükçe öğrenme pasif bir eylem olmaktan çıkmış, aktif bir öz-yansıtma sürecine dönüşmüştür. Bu bulgu, Yeşilyurt’un (2021) yansıtıcı düşünmenin bilişsel farkındalığı artırdığına dair görüşüyle ve Yılmaz’ın (2022) “değer temelli kimlikleşme” kavramsallaştırmasıyla örtüşmektedir. Çalışma, gastronomi eğitiminde yansıtıcı öğrenmenin, profesyonellik gelişimini açıklayan güçlü bir pedagojik model olduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak, gastronomi öğrencilerinin profesyonel kimlikleri, yalnızca deneyimlerin yaşanmasıyla değil; bu deneyimlerin düşünülmesi, duygusal olarak işlenmesi ve etik değerlere bağlanmasıyla şekillenmektedir. Yansıtıcı öğrenme, bireyin “ne yaptığı”ndan çok “nasıl düşündüğü”ne odaklanarak, profesyonelliği bilişsel, duygusal ve etik bir farkındalık süreci olarak yeniden tanımlamaktadır. Bu bağlamda staj programlarına yansıtıcı mentorluk, refleksiyon raporları ve duygusal farkındalık oturumları eklenmesi, öğrencilerin profesyonel kimlik gelişimini destekleyecek bir yenilik olarak önerilmektedir.

Anahtar Sözcükler: Yansıtıcı öğrenme, Profesyonel kimlik, Gastronomi eğitimi, Staj deneyimi, Etik farkındalık

Kaynakça

- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.
- Dewey, J. (1933). *How we think*. D.C. Heath and Company.
- Girgin, D. (2018). Sınıf öğretmenlerinin mesleki kimlik gelişim süreçleri: Bir durum çalışması. *Eğitim ve Bilim Dergisi*, 43(195), 1–18.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice Hall.
- Yeşilyurt, E. (2021). Yansıtıcı düşünme: Tüm boyut ve öğelerine kavramsal bir yaklaşım. *Türk Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(2), 85–102.
- Yılmaz, M. (2022). Mesleki kimlik alanında yapılan çalışmaların içerik analizi. *Gazi Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 42(2), 752–778.

Yemek ve Kutsal: Yiyecek ve Beslenmenin Kültürel ve Dinî Boyutları

İsmet TUNÇ^{1*}

İlahiyat Fakültesi, Dinler Tarihi Bölümü
Şırnak Üniversitesi, Türkiye
tuncismet@gmail.com

ORCID: 0000000276663367

Özet

Yemek ve yiyecek ile olan ilişki oldukça kadimdir. İnsanlık tarihi açısından en bilinen ilk eylem yiyecek ile ilgili olmaktadır. İnsanın dünya yolculuğu, kutsal metinler ve mitolojilerde sıklıkla dile getirilen yasak meyveyi yemesi ile başlamıştır. Bu süreç, insanlık adına yeni bir yaşam ve buna bağlı olarak kültürün; dinî açıdan yiyecek ve beslenmenin kutsal ile olan ilişkisini ortaya çıkarmıştır. Özellikle yeme, içme ve beslenme faaliyetlerinin sadece biyolojik bir gereksinim olmadığı, aynı zamanda insanın, içinde bulunduğu grubun ve hatta dahil olduğu inanlar topluluğunun da dinî ve kültürel kimliğini temsil eder şekilde önemli bir husus olmuştur (Tunç, 2021, 90 vd.; Ertaş, 2025).

Yemek ve beslenme süreci antropolojik açıdan insanın ve içinde bulunduğu topluluğun doğa ile olan ilişkisine dair önemli detaylar vermektedir. Bu sayede doğa ve buna bağlı olarak kutsal anlayışın gözetiminde şekillenen yemek faaliyeti; elde edilmesi, hazırlanması ve tüketimi konusunda belli sakıncaları beraberinde getirmektedir. Böylece gündelik hayatın pratikleri, sembolik açıdan güçlü fenomenlerin anlam ve değerini ortaya çıkararak belli bir topluluk kimliği meydana getirir (Işın, 2021). Örneğin hangi yiyeceklerin tüketilmesinin topluluk açısından yasal olup olmadığı, bunların gerekçeleri bağlayıcı özellik gösterir. Semitik dinlerden Yahudilik (Kurt, 2020, 106) ve İslam dininde inanlar için çok fazla kural mevcuttur. Özellikle israf konusunda İslam dini Kur'an'da pek öğüt veren ayet bulunmaktadır. Yiyeceğin nasıl tüketilmesi, sağlık, aşırı yememe gibi konularda uyarılar mevcuttur (Okumuş, 2024, 65 vd.).

Dinlerin yiyecek ve beslenmeye bakışında en belirleyici fenomenlerden biri kurban olayı olmuştur. Tarihsel arka plana bakıldığında elde edilen ilk ürünün Tanrı'ya adanması hadisesi en kadim ve bilinen din ve kültür ilişkisi içinde dikkat çekici olanıdır. Ürünün bereketi ve tanrıların onayını alma, onları memnun etme anlamında toprağın işlenmesi yaygın bir uygulama olarak karşımıza çıkmaktadır. Kurban kanlı olabildiği gibi, kansız kurban şeklinde de yapılmıştır (Budda, 2023) Ayrıca bazı yiyecek ve yiyeceklerle ilgili sakınma ve çekinceler din ve kültürel açıdan oldukça farklılık göstermektedir. Bunların mitolojik öykülere dayanan geçmişleri olduğu gibi antropolojik açıdan totem ve benzeri yaklaşımlarla yasak kabul edilmeleri de söz konusudur (Sezen, 2004; Akçay, 2021; Douglas, 2007). Yemek ve beslenme konusunda tek tanrılı dini gelenekler çoğunlukla kutsal metinler ve dinî otoritelerin denetimi ile sınırları kısmen katı şekilde belirtilmiştir. Neyin nasıl ve ne şekilde yenilmesi gerektiği sadece sağlıkla ilgili bir konu olmayıp aynı zamanda dinî aidiyet ve ruhsal gelişimi belirleyen, metafizik açıdan tanrı ve kutsal değerlerin onay ve

memnuniyetini önceleyen bir husustur (Budda, 2003; Dougles, 2007). Yahudilikte kaşer kuralları, İslam dini açısından helal ve haram ayırımı, Hristiyanlıkta oruç ve evharista kutsal yenilenmenin başlıca ritüelleri olarak dinler açısından en belirgin kurallar arasındadırlar. Aynı zamanda başta oruç gibi yeme ve içme dahil her türlü uzaklaşma, ibadetler yardımıyla ahlaki ilkelerin toplulukça denetime açılması ve ruhsal gelişim için bunun katı şekilde devam ettirilmesini sağlayan ve din ve kültür ilişkisi açısından bağlayıcı bir husus olarak öne çıkmaktadır. Özellikle doğu dinleri söz konusunda olduğunda doğaya uyumlu bir zihnin aynı zamanda doğadan beslenen bir yemek kültürü meydana getirdiği ve vejeteryan ağırlıklı bir beslenmenin dinî dünya görüşü çerçevesinde bir kişilik oluşumunu desteklediği görülmektedir.

Dini geleneklerin dışında özellikle daha geçmiş dönem olan paleoantropolojik veriler avcı-toplayıcısı yaşam tarzında yiyeceğin bir tür kutsal kavramı ile ilişkilendirildiğini göstermektedir. Av faaliyetleri için mağara resimlerinin çizilmiş olması, avın önceden başarılı olması için gerçekleştirilen bir ritüel olarak yorumlanmaktadır. Yine avlanan hayvanın kemiklerinin gömülmüş olması da bu açıdan ritüel olgusuna işaret etmektedir (Lewis-Williams, 2019).

Bu çalışmada yemeğin salt biyolojik açıdan bir gereksinim olmadığı, erken dönemlerden beri insanlık açısından kutsal bir eylem olarak algılandığını antropoloji ve teoloji perspektifinden ifade etmek amaçlanmıştır. İnsanlık açısından kayda alınan ilk besin elde etme süreçleri, doğadan yiyeceğin elde edilmesindeki ritüellerin arka planı (mağara resimlerinde yer alan büyük boyuttaki hayvanların av sahneleri ile avlanması) gibi animistik ayrıntıların yanı sıra, büyük dinî geleneklerin kutsal metinleri ve sosyokültürel yaşamlarında yemek ve benzeri ayrıntıların nasıl yer aldığının açıklaması verilmeye çalışılacaktır. Çalışma nitel bir yaklaşımla; tarihsel, fenomenolojik ve etnografik açıdan elde edilen verilerin aktarılması ile hazırlanmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Dinler tarihi, Antropoloji, Yemek kültürü, kutsal ve yemek, Kurban,

Kaynakça

- Akçay, Tuna. *Arkeolojik Veriler Işığında Antik Çağ'da Kurban Ritüeli*. İstanbul: Selenge Yayınları, 2021.
- Budda, Hilmi Ömer. *Kurban ve Tufan Üzerine Makaleler*. İstanbul: İnsan Yayınları, 2003.
- Douglas, Mary. *Saflık ve Tehlike: Kirlilik ve Tabu Kavramlarının Bir Çözümlemesi*. çev. Emine Ayhan. İstanbul: Metis Yayınları, 2007.
- Ertaş, Kasım. *Osmanlı İmparatorluğu'nda Diyarbakır Ermenileri*. DTA Yayınları, 2025.
- Işın, Priscilla Mary. *Avcılıktan Gurmeliğe Yemeğin Kültürel Tarihi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 4. Basım, 2021.
- Kurt, Ali Osman. *Yahudilikte Koşer ve Koşer Ekonomisi*. Cumhuriyet Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi Dergisi, 14/2, 103-149. 2010.
- Lewis-Williams, James David, *Mağaradaki Zihin*, çev. Tolga Esmer. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2019.
- Okumuş, Münire, "İslam'da Beslenme Âdabının Bilimsel Yönleri" *Multidisipliner Yaklaşımla Bilimsel Çalışmalar* (Ed.: B. Bayraktar vd). ss. 63-75, İksad, 2024.
- Sezen, Yumni. *Kurban ve Din*. İstanbul: İz Yayıncılık, 2004.
- Tunç, İsmet. *Antropoloji ve Din*. Eski Yeni Yayınları, 2021.

Turizm ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Güneydoğu Anadolu Bölgesi Üzerine Panel Nedensellik Analizi

Ahmet ÇAKMAKOĞLU^{1*}, Okan DOĞAN²

Rektörlük/TTO
Adıyaman Üniversitesi, Türkiye
cakmakoglu@yahoo.com

ORCID: 0000-0002-6232-4559

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi /İktisat
Dicle Üniversitesi, Türkiye
okandoganmfa@yahoo.com

ORCID: 0009-0006-2760-6960

Özet

Bu çalışma, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde (TRC) turizm faaliyetleri ile ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisini ampirik olarak incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmada, Adıyaman, Batman, Diyarbakır, Gaziantep, Kilis, Mardin, Siirt, Şanlıurfa ve Şırnak illerini kapsayan yıllık dengeli panel veri seti kullanılmış ve Dumitrescu-Hurlin panel nedensellik testi uygulanmıştır. Model 1, 2004-2023 döneminde dokuz ilde konaklama tesislerindeki geceleme sayıları ile ekonomik büyüme ilişkisini, Model 2 ise 2005-2023 döneminde beş ilde havayolu yolcu trafiği ile ekonomik büyüme ilişkisini analiz etmektedir. Her iki modelde de turizm göstergelerinden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Buna karşın, ekonomik büyümeden turizm göstergelerine doğru istatistiksel olarak anlamlı bir nedensellik ilişkisi öngörülmemiştir. Elde edilen bulgular, Turizme Dayalı Büyüme Hipotezi'ni güçlü bir şekilde desteklemekte ve turizm sektörünün Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde ekonomik büyümenin önemli bir itici gücü olduğunu ortaya koymaktadır. Bulgular, bölgede turizm altyapısının güçlendirilmesi ve sürdürülebilir turizm politikalarının geliştirilmesi gerektiğine işaret etmektedir.

Anahtar Sözcükler: Turizm, Ekonomik büyüme, Panel nedensellik analizi, Dumitrescu-Hurlin, Turizme dayalı büyüme hipotezi

Giriş

Turizm sektörü, tarihsel süreçte üretken olmayan ve ekonomik büyümeye sınırlı katkı sağlayan bir boş zaman aktivitesi olarak algılanmış olsa da günümüzde küresel ekonominin en hızlı büyüyen ve en dinamik hizmet sektörlerinden biri haline gelmiştir (Tang ve Tan, 2017). Özellikle küresel

ekonomik kriz dönemlerinde bile büyüme ivmesini sürdürmesi, turizmin ekonomik istikrar açısından stratejik önemini ortaya koymaktadır. Geleneksel mal ihracatının alternatifi olarak hizmet ihracatı şeklinde gerçekleşen turizm faaliyetleri, birçok ülke için ekonomik büyümenin temel dinamiklerinden biri olarak kabul edilmektedir. Bu dönüşümün arkasında, turizmin yalnızca zengin ve varlıklı kesime hitap eden bir faaliyet olmaktan çıkıp, gelişmekte olan ekonomiler için ekonomik büyüme ve yoksulluğun azaltılması yönünde önemli bir potansiyel taşıyan bir sektör olarak yeniden keşfedilmesi yatmaktadır (Nyasha ve diğ., 2021). Nitekim günümüzde turizm, dünyanın en büyük hizmet endüstrilerinden biri ve birçok ülkede ulusal üretim ile ekonomik büyüme oranlarının en önemli kaynaklarından biri olarak kabul görmektedir (Sun ve diğ., 2025).

Turizmin ekonomik büyümeye katkısı, çok katmanlı ve karmaşık bir yapı sergilemektedir. Öncelikle, turizm gelirlerinden elde edilen döviz, üretken sermaye mallarının ithalatında kullanılarak mal ve hizmet üretiminin artırılmasına ve dolayısıyla ekonomik büyümeye katkı sağlamaktadır (Chulaphan ve Barahona, 2018). Ayrıca turizm sektörü, yeni altyapı yatırımlarını teşvik etmekte, istihdam yaratmakta, vergi gelirlerini artırmakta, cari açık sorununu hafifletmekte ve ödemeler dengesini iyileştirmektedir (Tang ve Tan, 2017; Adedoyin ve diğ., 2022). Turizm sektörünün sahip olduğu bu çok yönlü yapı, hükümetlerden özel sektör oyuncularına, büyük ölçekli işletmelerden küçük aile işletmelerine kadar geniş bir paydaş ağını içermekte ve bu sayede ekonominin diğer sektörleriyle güçlü bağlantılar kurarak ekonomik çeşitlenmeye ve kapsayıcı büyümeye katkıda bulunmaktadır (Nyasha ve diğ., 2021). Mikro düzeyde ise turizm, firmalar arası rekabeti artırarak verimliliği yükseltmekte, ölçek ekonomilerinin kullanılmasını kolaylaştırmakta ve hem formel hem de enformel sektörlerde hanehalkı gelirlerini ve istihdamı artırarak yoksullukla mücadelede etkili bir araç olarak işlev görmektedir (Hye ve Khan, 2013; Sun ve diğ., 2025).

Turizm sektörünün ekonomik büyüme üzerindeki bu olumlu etkileri, literatürde “Turizme Dayalı Büyüme Hipotezi” (ing. *Tourism-Led Growth Hypothesis*) olarak kavramsallaştırılmış ve özellikle Balaguer ve Cantavella-Jordá’nın (2002) İspanya örneğinde yaptığı öncü çalışmayla yaygın kabul görmüştür (Tang ve Tan, 2017; De Siano ve Canale, 2022). Bu hipoteze göre, turizm genişlemesi çarpan etkisi yoluyla ekonomik büyümeyi hızlandırmakta ve uzun dönemde ekonomik büyümenin temel belirleyicilerinden biri olmaktadır. İspanya örneğinde, turizm gelirlerinin ekonomik büyüme üzerindeki güçlü etkisinin, önemli uzun dönem çarpan etkilerinin varlığına işaret ettiği ve turizmin sadece gelişmekte olan ülkelerde değil, gelişmiş ekonomilerde de büyümenin itici gücü olabileceği gösterilmiştir (Balaguer ve Cantavella-Jordá, 2002). Bununla birlikte, turizmin ekonomik büyümeye katkısının tek yönlü olmadığı ve belirli koşullara bağlı olduğu da unutulmamalıdır. Özellikle turizm sektöründe aşırı uzmanlaşma, kontrolsüz turizm genişlemesi ve çevresel bozulma gibi olumsuz etkilerin, turizmin ekonomik faydalarını azaltabileceği ve hatta olumsuz sonuçlar doğurabileceği gösterilmiştir (De Siano ve Canale, 2022). Bu nedenle, turizmin ekonomik büyümeye sürdürülebilir bir katkı sağlayabilmesi için, doğal ve sosyo-kültürel kaynakların korunması, turizm altyapısına yeterli yatırım yapılması ve turizm sektörünün yerel kalkınma ihtiyaçlarıyla uyumlu bir şekilde geliştirilmesi gerekmektedir.

Türkiye, sahip olduğu zengin kültürel ve doğal miras sayesinde küresel turizm pazarında önemli bir konuma sahiptir, Türkiye, Dünya Turizm Örgütü’nün (UNWTO) 2024 verilerine göre 60.4 milyon uluslararası ziyaretçi sayısı ile dünyada dördüncü sırada yer almaktadır. Bu başarının arkasında, her biri kendine özgü çekiciliğe sahip farklı bölgelerin katkısı bulunmakta ve özellikle

tarihi derinliği ile öne çıkan bölgeler, Türkiye'nin turizm zenginliğini daha da güçlendirmektedir. Özellikle “Medeniyetler Beşiği” olarak nitelendirilen Mezopotamya coğrafyasının merkezinde yer alan TRC Bölgesi, eşsiz bir inanç, kültür ve gastronomi mirasına sahiptir. Göbeklitepe’nin insanlık tarihini yeniden şekillendiren arkeolojik önemi, Mardin ve Diyarbakır’ın UNESCO Dünya Mirası Listesi’ndeki tarihi dokusu, Şanlıurfa mutfağının zenginliği ve Adıyaman’daki Nemrut Dağı’nın simgesel değeri, bölgeyi inanç, kültür ve gastronomi turizmi açısından dikkat çekici kılmaktadır.

Tablo 1, TRC Bölgesi’nin Türkiye’deki müze ziyaretçileri içindeki nispi ağırlığının son on yılda genel olarak artış eğiliminde olduğunu göstermektedir. 2014’te %2,90 olan pay, aradaki dalgalanmalara rağmen 2021’de %8,79’a ulaşmıştır. 2020’de COVID-19 kaynaklı keskin gerilemenin ardından bölge, hızlı bir toparlanma sergileyerek ülke ortalamasına kıyasla daha güçlü bir artış kaydetmiştir. Şubat 2023’teki Kahramanmaraş merkezli depremlerin etkisine rağmen gözlenen bu yükseliş, TRC Bölgesi’nde kültürel turizme yönelik ilginin son yıllarda belirgin biçimde güçlendiğine işaret etmektedir.

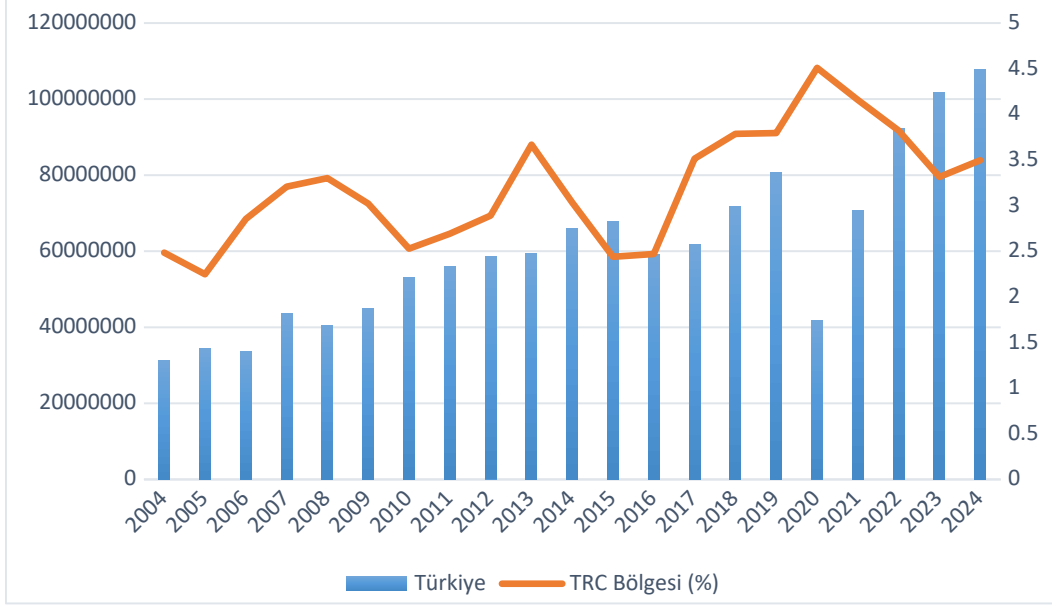
Tablo1. Müze Ziyaretçi Sayıları

Yıllar	Türkiye		TRC Bölgesi		Nispi önem = TRC/TR (%)
	Müze Ziyaretçi Sayıları*	Ziyaretçi değişim oranları	Müze Ziyaretçi Sayıları*	Ziyaretçi değişim oranları	
2014	37.931.568	-	1.101.803	-	2,90
2015	37.048.065	-2,33	791.381	-28,17	2,14
2016	25.287.530	-31,74	767.020	-3,08	3,03
2017	30.661.676	21,25	1.085.042	41,46	3,54
2018	40.647.844	32,57	1.796.865	65,60	4,42
2019	51.306.549	26,22	2.737.394	52,34	5,33
2020	13.756.483	-73,19	812.987	-70,30	5,91
2021	23.245.317	68,98	2.042.304	151,20	8,79
2022	45.822.525	97,13	3.444.698	68,67	7,52
2023*	48.725.105	6,33	1.918.926	-44,29	3,94
2024	51.688.356	6,08	3.277.303	70,79	6,34

Kaynak: TÜİK.

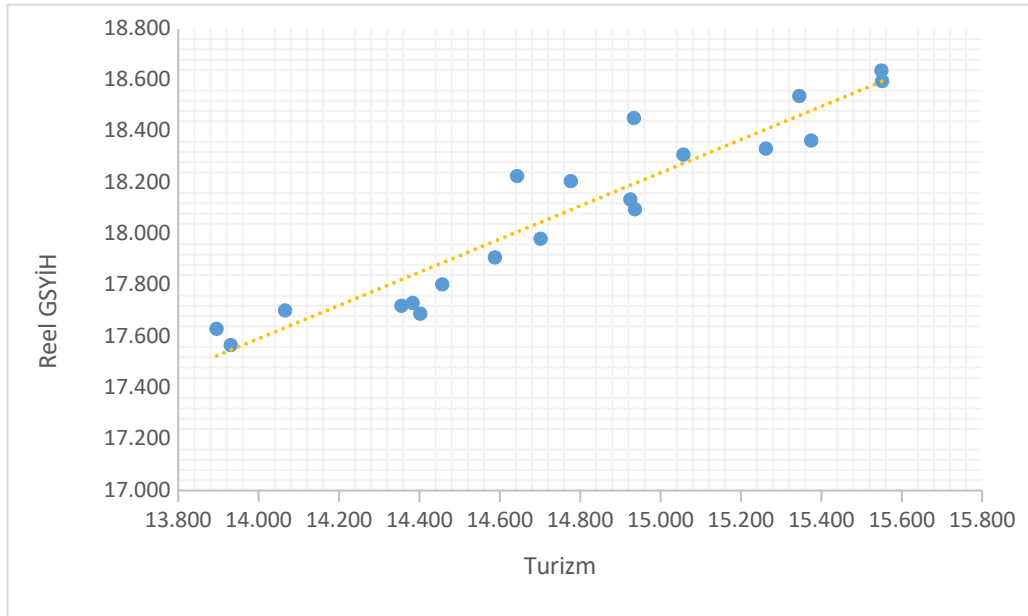
* Özel ve Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı müzelere gelen toplam ziyaretçi sayılarıdır.

Şekil 1, 2004–2024 döneminde Türkiye’de konaklama tesislerine gelen toplam turist sayısının seyrini ve TRC Bölgesi’nin bu toplam içindeki payını göstermektedir. Türkiye’de toplam gelişler 2004’te yaklaşık 30 milyon düzeyinden 2019’da 100 milyonu aşan bir zirveye ulaşmış, COVID-19 salgınıyla 2020’de belirgin biçimde gerilemiş, sonraki yıllarda ise hızlı bir toparlanma sergilemiştir. TRC Bölgesi’nin Türkiye içindeki payı dönem boyunca yaklaşık %2–4,5 bandında dalgalanmıştır, 2024 yılında payın yeniden yükselişe geçtiği görülmektedir. Bu seyir, bölgenin ulusal turizmdeki ağırlığını artırma potansiyeline işaret etmektedir.



Şekil 1. Türkiye Konaklama Tesislerine Gelen Toplam Turist Sayısı ve TRC Bölgesi'nin Payı (%) — 2004–2024

Şekil 2, TRC Bölgesi'nde turizm faaliyetleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi betimleyici düzeyde ortaya koymaktadır. Logaritmik dönüşüm uygulanmış konaklama verileri (yatay eksen) ile reel GSYİH verileri (dikey eksen) arasında pozitif yönlü paralel bir seyir gözlenmektedir. 2004–2023 dönemini kapsayan saçılım noktalarının eğilim çizgisine yakın kümelenmesi ilişkinin tutarlı seyrettiğine işaret etmektedir.



Şekil 2. TRC Bölgesinde Turizm ile Reel GSYİH İlişkisi (2004–2023, log-log)

TRC Bölgesi'ndeki turizm potansiyelinin, bölgesel ekonomik büyümeye ne ölçüde yansıdığı konusunda literatürde sınırlı sayıda ampirik çalışma bulunmaktadır. Bölgenin geçmişte yaşadığı sosyo-ekonomik istikrarsızlıklar turizmin gelişimini olumsuz etkilemiş olsa da son yıllarda sağlanan görece istikrar, altyapı yatırımları ve tanıtım faaliyetleri sektörde bir canlanmaya işaret etmektedir. Bu bağlamda çalışmanın temel amacı, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde turizm sektöründeki gelişmelerin bölgesel ekonomik büyüme üzerindeki etkisini panel veri ekonometrisi yöntemleriyle ampirik olarak incelemektir.

Literatür Taraması

Bu başlık altında, Türkiye'de bölgesel düzeyde turizm ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi nicel ve ampirik yöntemlerle inceleyen ve erişilebilen güncel araştırmalar değerlendirilmiştir.

Giritlioğlu ve diğ. (2015) tarafından yürütülen çalışmada, TRC1 bölgesinde yer alan Adıyaman, Gaziantep ve Kilis illerinde turizmin bölgesel kalkınma üzerindeki etkisi incelenmiştir. Çalışmada 2013 yılı verileri kullanılmış olup, analiz yöntemi olarak istatistiki turistik arz (tesis sayısı, yatak kapasitesi, geceleme sayısı) göstergeleri ile bölgesel kalkınma göstergelerinin karşılaştırmalı değerlendirmesi benimsenmiştir. Çalışma, turizm faaliyetlerinin özellikle Gaziantep'te daha yüksek düzeyde gerçekleştiğini ve turizmin bölgesel kalkınmaya katkı sağladığını ileri sürmektedir.

Recepoglu (2017) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, 2004-2014 döneminde DOKAP illeri (Tokat, Samsun, Ordu, Giresun, Trabzon, Gümüşhane, Rize, Artvin) panel veri yöntemiyle incelenmiştir. Bağımlı değişken olarak ekonomik büyüme, bağımsız değişken olarak ise turizm işletme belgeli konaklama tesislerine gelen turist oranı kullanılmıştır. Bulgular, turizmin ekonomik büyüme üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi olduğunu, ayrıca turizmden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü nedensellik bulunduğunu göstermektedir.

Karabulut ve diğ. (2020) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, 2004-2018 dönemine ait verilerle Türkiye'deki 26 alt bölge analiz edilmiştir. Ampirik analizde PMG-ARDL ve Panel Kantil regresyon yöntemleri kullanılmıştır. Bağımlı değişken ekonomik kalkınma, bağımsız değişkenler ise gelen turist sayısı ve net dış ticaret hacmidir. Sonuçlar, uzun dönemde turizmin ekonomik kalkınma üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi olduğunu, buna karşılık dış ticaretin bazı kantillerde ekonomik büyümeyi olumsuz etkilediğini göstermektedir.

Yıldız ve Sarıtaş (2021) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, 2009-2018 dönemine ait yıllık veriler kullanılarak Türkiye'de yoğun turist çeken Antalya, Nevşehir, Muğla ve Aydın illeri analiz edilmiştir. Ampirik analiz yöntemi olarak panel veri analizi uygulanmıştır. Çalışmada bağımlı değişken olarak il bazında GSYİH, bağımsız değişken olarak ise turistik tesislere giriş yapan turist sayısı kullanılmıştır. Bulgular, turist sayısındaki artışın bölgesel ekonomik büyüme üzerinde pozitif ve anlamlı bir etki yarattığını ortaya koymaktadır.

Çatalbaş (2022) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, 2008-2019 dönemine ait 81 ilin verileriyle Türkiye'de dış turizmin bölgesel kalkınmaya etkisi panel veri analizi yöntemiyle incelenmiştir. Bağımlı değişken olarak Gayrisafi Katma Değer (Bin TL), bağımsız değişken olarak ise Yabancı Geceleme Sayısı kullanılmış; ayrıca denize kıyısı olma ve termal otlara sahip olma durumları kukla değişkenlerle kontrol edilmiştir. Bulgular, dış turizmin bölgesel kalkınma üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğunu ortaya koymaktadır.

Mazlum (2022) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, 2004-2019 dönemine ait verilere dayanarak Türkiye'deki TR 61 (Antalya, Isparta, Burdur) ve TR 62 (Adana, Mersin, Hatay, Osmaniye,

Kahramanmaraş) bölgeleri incelenmiştir. Panel veri analizi yöntemi kullanılarak yapılan ampirik çalışmada bağımlı değişken olarak kişi başı GSYH, bağımsız değişken olarak ise yabancı turist sayısı ele alınmıştır. Bulgular, turist sayısındaki artışın bölgesel ekonomik kalkınma üzerinde anlamlı ve pozitif etkiler yarattığını göstermektedir.

Karacıl (2023), doktora tezinde TRC Bölgesi için turizmin bölgesel ekonomik kalkınma üzerindeki etkisini 2004-2020 ve 2009-2020 dönemlerine yönelik iki farklı veri seti kullanarak panel veri analizi yöntemiyle incelemiştir. Çalışmada bağımlı değişkenler olarak hekim sayısı (LSAG), ihracat (LIHR), okur-yazar sayısı (LOK), kültür faaliyetleri girişim sayısı (LKULT) ve konaklama-yiyecek hizmetleri girişim sayısı (LKYIC); bağımsız değişkenler olarak konaklama tesislerindeki toplam geceleme sayısı (LTUR) ve kişi başına GSYİH (LKBGD) kullanılmıştır. Çalışmada, turizmin tüm modellerde bağımlı değişkenler üzerinde pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı etkiye sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Turizmin sadece doğrudan gelir etkisiyle değil, aynı zamanda tarım, hizmet, kültür ve kamu yatırımları gibi dolaylı kanallar üzerinden de bölgesel ekonomik kalkınmayı desteklediği ileri sürülmüştür.

Çınar ve Has (2024) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, Türkiye'deki iller düzeyinde 2008-2020 dönemi verileriyle turizmin ekonomik büyüme üzerindeki etkisi incelenmiştir. Ampirik analizde dinamik panel veri yöntemi kullanılmış ve sistem GMM tahmincisi ile Genişletilmiş Solow-Swan Modeli uygulanmıştır. Bağımlı değişken olarak ekonomik büyüme, bağımsız değişken olarak turizm, teknoloji, iş gücü, fiziki sermaye ve beşeri sermaye ele alınmıştır. Bulgular, turizmin ekonomik büyüme üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi olduğunu; beşeri sermayenin ise negatif etkide bulunduğunu göstermektedir.

Damar (2024) tarafından yapılan doktora tezinde, 2004-2021 yılları arasında Türkiye'deki tüm illeri kapsayan verilerle turizmin bölgesel ve kırsal kalkınma üzerindeki etkisi incelenmiştir. Ampirik analizde bağımlı değişken olarak tarım, sanayi ve hizmet sektörleri bazında GSYİH, bağımsız değişken olarak ise turist geceleme sayısı kullanılarak panel veri analizi yapılmıştır. Erişilen bulgular, turizm ile bölgesel ve kırsal kalkınma arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Literatür değerlendirmesi sonucunda, Türkiye'de bölgesel düzeyde turizmin ekonomik etkilerine ilişkin çeşitli ampirik çalışmaların bulunduğu, ancak TRC bölgesine yönelik literatürün oldukça sınırlı ve dar kapsamlı olduğu anlaşılmıştır. Bu çalışmanın, TRC bölgesine odaklanan mevcut ekonomik kalkınma perspektifli yaklaşımlardan temel farkı, ekonomik büyüme odaklı bir çerçeve benimsemesidir. Turizm ve ekonomik büyüme ilişkisi, daha doğrudan ekonomik göstergeler üzerinden ele alınarak literatüre farklı bir bakış açısıyla katkı sunulmuştur. Kullanılan yöntem ve değişken setleri sayesinde, turizmin büyüme üzerindeki etkisi daha ölçülebilir ve karşılaştırılabilir bir şekilde değerlendirilmiştir.

Veri Seti ve Yöntem

Veri Seti ve Değişkenlerin Tanımlanması

Bu çalışmada, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yer alan illerde turizm faaliyetleri ile ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisi iki model üzerinden incelenmiştir. Bu amaçla, yıllık frekansta dengeli panel veri seti kullanılmış ve tüm veriler Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) Bölgesel İstatistikler veri tabanından temin edilmiştir. Bağımlı ve bağımsız değişkenler aşağıdaki Tablo 2'de özetlenmiştir.

İl düzeyinde ekonomik büyüklükler arasındaki farkları ve ölçek etkisini ortadan kaldırmak amacıyla tüm değişkenler Türkiye toplamına oranlanmış biçimde kullanılmıştır. Böylece, her ilin Türkiye genelindeki göreceli ekonomik ve turistik performansı analize dâhil edilmiştir. Analizde kullanılan ekonometrik modeller aşağıdaki şekilde ifade edilmektedir:

$$\text{Model 1: } rGSYİH_i = \alpha_i + \beta_i \text{ Geceleme}_i e + \varepsilon_i \quad (1)$$

$$\text{Model 2: } rGSYİH_i = \alpha_i + \beta_i \text{ Yolcu}_i + \varepsilon_i \quad (2)$$

Model 1, çalışmanın temel modelini oluşturmakta olup konaklama tesislerinde geceleme sayıları üzerinden turizm-büyüme ilişkisini incelemekte ve 2004-2023 dönemine yönelik verilerle Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki dokuz ili (Adıyaman, Batman, Diyarbakır, Gaziantep, Kilis, Mardin, Siirt, Şanlıurfa ve Şırnak) kapsamaktadır. Model 2, havayolu ulaşımı üzerinden turizm-büyüme ilişkisini incelemekte ve 2005-2023 dönemini kapsamaktadır, ancak Kilis'te havalimanı bulunmaması, Batman, Siirt ve Şırnak'ta ise veri eksikliği nedeniyle bu iller analize dahil edilmemiştir.

Tablo 2. Veri Seti ve Değişken Tanımları

Değişken	Türü	Tanım
İl bazında reel GSYİH / Türkiye reel GSYİH	Bağımlı değişken (%)	İllere ait Gayri Safi Yurtiçi Hasıla zincirlenmiş hacim değerlerinin, Türkiye toplam reel GSYİH'ine oranı. Bu oran, her ilin Türkiye ekonomisi içindeki nispi ekonomik büyüklüğünü göstermektedir.
İl bazında konaklama tesislerinde geceleme sayısı / Türkiye toplamı	Bağımsız değişken (%)	İllerdeki Turizm İşletme Belgeli ve Belediye Belgeli konaklama tesislerinde gerçekleşen toplam geceleme sayısının Türkiye genelindeki toplam geceleme sayısına oranı. Bu oran, ilin turizm faaliyetlerinin ulusal düzeydeki nispi yoğunluğunu ifade etmektedir.
İl bazında havaalanlarında taşınan yolcu sayısı / Türkiye toplamı	Bağımsız değişken (%)	İllerdeki havaalanlarında iç ve dış hatlarda taşınan toplam yolcu sayısının, Türkiye genelinde taşınan toplam yolcu sayısına oranı. Bu oran, ilin hava ulaşımı yoluyla turizm ve ticaret akışındaki payını göstermektedir.

Modellerin yapısal özelliklerini değerlendirmek amacıyla ayrıca Pesaran (2004) yatay kesit bağımlılığı testi ve Pesaran-Yamagata (2008) eğim homojenliği testi uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, her iki modelde de yatay kesit bağımlılığı tespit edilmemiş ve eğim katsayılarının heterojen olduğu belirlenmiştir. Bu durum, turizm göstergelerinin ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin iller arasında farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır. Serilerin durağanlık özellikleri, panel birim kök testleri aracılığıyla değerlendirilmiştir. Analiz öncesinde birimler arası yatay kesit bağımlılığı (CD) bulunmadığından, çalışmada birinci kuşak panel birim kök testleri tercih edilmiştir. Bu doğrultuda, serilerin durağanlık düzeyleri Fisher ADF (Maddala & Wu, 1999) ve Im-Pesaran-Shin (IPS, 2003) testleri kullanılarak incelenmiş ve değişkenlerin birinci farkta durağan oldukları belirlenmiştir. Bu bulgular doğrultusunda, her iki modelde de Dumitrescu-Hurlin (2012) panel Granger nedensellik testi kullanılarak turizm göstergeleri ile ekonomik

büyüme arasındaki nedensellik ilişkisi analiz edilmiştir. Ampirik analizler Stata 17 paket programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

Ekonometrik Yöntem

Panel veri, birey, firma, bölge veya ülke gibi yatay kesit birimlerinin belirli bir zaman periyodunda gözlemlenmesiyle elde edilen veri türüdür (Gujarati, 2015). Panel veri analizinin, sadece yatay kesit veya sadece zaman serisi verilerine göre önemli avantajları bulunmaktadır. Baltagi'ye (2005) göre panel veri, (i) birimlere özgü heterojenliği dikkate alarak gözlemlenemeyen bireysel farklılıkları kontrol edebilir, (ii) daha fazla gözlem sayısı sağlayarak tahminlerin etkinliğini artırır, (iii) değişkenler arasında daha az çoklu doğrusal bağlantı sorunu yaratır ve (iv) dinamik değişim süreçlerinin incelenmesine olanak tanır.

Panel veri regresyon modeli genel olarak şu şekilde ifade edilir:

$$y_{it} = \alpha + X_{it}\beta + u_{it} \quad (3)$$

Burada y_{it} bağımlı değişkeni, X_{it} açıklayıcı değişkenler vektörünü, α sabit terimi, β katsayılar vektörünü ve u_{it} hata terimini temsil etmektedir (Baltagi, 2005).

Bu çalışmada, turizm göstergeleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin yönünü belirlemek amacıyla panel veri analizi kullanılmış olup, nedensellik ilişkisinin tespiti için Dumitrescu-Hurlin panel nedensellik testi tercih edilmiştir. Panel veri setlerinde Granger nedenselliğinin test edilmesi amacıyla Dumitrescu ve Hurlin (2012) tarafından geliştirilen yaklaşım kullanılmıştır. Bu yaklaşım, paneldeki kesit birimlerinin (örneğin illerin) birbirinden farklı dinamik yapıya sahip olmasına izin verdiği ve homojenlik varsayımını zorunlu kılmadığı için geleneksel Granger testine kıyasla daha esnek bir yapıya sahiptir. Ayrıca dengeli panellerde yüksek istatistiksel güce sahip olması nedeniyle tercih edilmektedir.

Dumitrescu-Hurlin testi aşağıdaki doğrusal panel modeline dayanmaktadır:

$$y_{i,t} = \alpha_i + \sum_{k=1}^K \gamma_{ik} y_{i,t-k} + \sum_{k=1}^K \beta_{ik} x_{i,t-k} + \varepsilon_{i,t} \quad (4)$$

Burada $i=1,2,\dots,N$ kesit birimlerini (iller), $t=1,2,\dots,T$ zaman dönemlerini, K ise gecikme uzunluğunu göstermektedir.

α_i birimlere özgü sabit terimleri, γ_{ik} ve β_{ik} katsayıları sırasıyla bağımlı ve bağımsız değişkenlerin gecikmeli etkilerini temsil etmektedir. Bu katsayıların birimler arasında farklı olmasına izin verilmektedir; yani model **heterojen katsayı yapısına** sahiptir.

Testin sıfır ve alternatif hipotezleri şu şekilde tanımlanmaktadır:

$$H^0: \beta_{i1} = \beta_{i2} = \dots = \beta_{iK} = 0 \quad \forall i \quad (5)$$

$$H_1: \begin{cases} \beta_{i1} = \beta_{i2} = \dots = \beta_{iK} = 0 & \forall i = 1, \dots, N_1 \\ \beta_{i1} \neq 0 \text{ veya } \dots \text{ veya } \beta_{iK} \neq 0 & \forall i = N_1 + 1, \dots, N \end{cases} \quad (6)$$

Bu durumda, sıfır hipotezi tüm panel birimleri için Granger nedenselliğinin olmadığını, alternatif hipotez ise en az bazı birimlerde (örneğin bazı illerde) bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerinde nedensel etkisinin bulunduğunu öne sürmektedir.

Her bir birim için hesaplanan bireysel Wald istatistiklerinin (W_i) ortalaması alınarak panel düzeyinde ortalama Wald istatistiği elde edilir:

$$\bar{W} = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N W_i \quad (7)$$

Bu ortalama Wald istatistiği, standartlaştırılarak iki farklı test istatistiğine dönüştürülmektedir. İlk olarak, $T \rightarrow \infty$ ve ardından $N \rightarrow \infty$ asimptotiği altında Z-bar istatistiği:

$$Z = \sqrt{\frac{N}{2K}} (\bar{W} - K) \xrightarrow{d} N(0,1) \quad (8)$$

İkinci olarak, sabit T boyutu için ($T > 5+3K$ koşulu altında) yaklaşık standartlaştırılmış Z-bar tilde istatistiği:

$$\tilde{Z} = \sqrt{\frac{N}{2K} \times \frac{T-3K-5}{T-2K-3} \times \left(\frac{T-3K-3}{T-3K-1} \right)} (\bar{W} - K) \xrightarrow{d} N(0,1) \quad (9)$$

Her iki istatistik de standart normal dağılıma sahiptir ve kritik değerler bu dağılımdan elde edilmektedir.

Testin uygulanmasında gecikme uzunluğunun (K) belirlenmesi kritik öneme sahiptir. Bu çalışmada, Akaike Bilgi Kriteri (AIC) ve Hannan-Quinn Bilgi Kriteri (HQIC) kullanılarak optimal gecikme uzunluğu belirlenmiştir. Bilgi kriterleri, modelin açıklama gücü ile parametre sayısı arasında optimal dengeyi sağlayan gecikme düzeyini seçmektedir. Ayrıca, elde edilen sonuçlar panel düzeyinde nedensellik hakkında bilgi vermektedir (Lopez ve Weber, 2017). Farklı bir deyişle bu durum bazı illerde nedensellik olmaması olasılığını dışlamamaktadır.

Bulgular

Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde turizm göstergeleri ile ekonomik büyüme arasındaki nedensellik yapısının belirlenmesi, bölgesel ekonomik yapının anlaşılması ve etkin politika tasarımı açısından önem arz etmektedir. Bu amaçla Adıyaman, Batman, Diyarbakır, Gaziantep, Kilis, Mardin, Siirt, Şanlıurfa ve Şırnak illerini kapsayan yıllık dengeli panel veri seti kullanılarak turizm faaliyetinin farklı boyutlarını yansıtan iki model oluşturulmuştur. Nedensellik yönünün tespiti için Dumitrescu–Hurlin panel nedensellik testi uygulanmış, elde edilen bulgular tablolar aracılığıyla sunulmuştur.

Tablo 3. Dumitrescu-Hurlin Panel Nedensellik Testi Sonuçları (Model 1)

H_0 Hipotezi	W-bar İstatistiği	Z-bar İstatistiği	Olasılık (p -değeri)	Nedensellik yönü

dx ↔ dy	7.0660	4.9798	0.0000***	Tek Yönlü
dy ↔ dx	1.2850	0.6047	0.5454	
Not: dx turizm göstergesini (geceleme), dy ise ekonomik büyümeyi (reel GSYH) temsil etmektedir. *** $p<0.01$.				

Model 1, 2004-2023 dönemi boyunca Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yer alan dokuz ilde turizm göstergesi olarak konaklama tesislerindeki toplam geceleme sayıları ile ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisini incelemektedir. Modelin gecikme uzunluğunun belirlenmesi amacıyla AIC ve HQIC kriterleri kullanılmış, optimal gecikme uzunluğu 3 olarak belirlenmiştir. Erişilen bulgulara göre, değişkenler arasında nedensellik ilişkisi olmadığını belirten temel hipotezler reddedilmiş ve en az bir birimde turizm değişkeninden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi olduğu anlaşılmıştır.

Tablo 3'te sunulan Dumitrescu-Hurlin panel nedensellik testi sonuçları, değişkenler arasında tek yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Turizmden (konaklama) ekonomik büyümeye doğru güçlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir nedensellik tespit edilmiştir ($Z\text{-bar} = 4.9798$, $p < 0.01$). Bu bulgu, konaklama faaliyetlerindeki artışın bölgesel ekonomik büyümeyi önemli ölçüde etkilediğini göstermektedir. Turizm sektörünün yarattığı doğrudan gelir etkilerinin yanı sıra, konaklama, yiyecek-içecek, ulaşım ve perakende ticaret gibi yan sektörler aracılığıyla ortaya çıkan dolaylı ve uyarılmış etkiler, bu güçlü nedensellik ilişkisinin temel dinamiklerini oluşturmaktadır.

Buna karşın, ekonomik büyümeden turizme doğru istatistiksel olarak anlamlı bir nedensellik ilişkisi bulunamamıştır ($Z\text{-bar} = 0.995$, $p = 0.32$). Bu sonuç, incelenen dönem ve bölge özelinde ekonomik büyümenin turizm sektörünün gelişimine doğrudan bir etki yaratmadığını işaret etmektedir. Elde edilen tek yönlü nedensellik bulgusu, “Turizme Dayalı Büyüme Hipotezi”ni güçlü bir şekilde desteklemekte ve turizm sektörünün Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde ekonomik büyümenin önemli bir itici gücü olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 4. Dumitrescu-Hurlin Panel Nedensellik Testi Sonuçları (Model 2)

H ₀ Hipotezi	W-bar İstatistiği	Z-bar İstatistiği	Olasılık (p-değeri)	Nedensellik yönü
dz ↔ dy	2.6622	2.6282	0.0086***	Tek Yönlü
dy ↔ dz	1.2658	0.4202	0.6743	
Not: dz havayolu yolcu trafiğini, dy ise ekonomik büyümeyi temsil etmektedir. *** p<0.01 düzeyinde anlamlıdır.				

Model 2, 2005-2023 dönemi boyunca Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde havalimanı bulunan beş ilin (Adıyaman, Diyarbakır, Gaziantep, Mardin ve Şanlıurfa) havayolu yolcu trafiği (turizm göstergesi olarak) ile ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisini incelemektedir. Kilis ilinde havalimanı bulunmaması, Batman, Siirt ve Şırnak illerinde ise havayolu verilerinin büyük

ölçüde eksik olması nedeniyle bu iller analiz kapsamı dışında bırakılmıştır. Modelin optimal gecikme uzunluğunun belirlenmesi amacıyla AIC ve HQIC kriterleri kullanılmış, optimal gecikme uzunluğu her iki test için de 1 olarak belirlenmiştir. Erişilen bulgulara göre, değişkenler arasında nedensellik ilişkisi olmadığını belirten temel hipotezler reddedilmiş ve en az bir birimde turizm göstergesinden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi olduğu anlaşılmıştır.

Tablo 4'te sunulan Dumitrescu-Hurlin panel nedensellik testi sonuçları, havayolu yolcu trafiği ile ekonomik büyüme arasında tek yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Turizm göstergesinden ekonomik büyümeye doğru istatistiksel olarak anlamlı bir nedensellik tespit edilmiştir ($Z\text{-bar} = 2.6282$, $p < 0.01$). Bu bulgu, havayolu trafiğindeki artışın bölgesel ekonomik büyümeyi önemli ölçüde etkilediğini göstermektedir. Bu bulgu, havayolu trafiğindeki artışın bölgesel ekonomik büyümeyi önemli ölçüde etkilediğini göstermektedir. Havayolu ulaşımının sağladığı erişilebilirlik, bölgeye gelen turist sayısını artırmakta ve turizm faaliyetlerinin yaygınlaşmasını kolaylaştırmaktadır. Havayolu bağlantılarının güçlenmesi, özellikle uzak mesafelerden gelen ziyaretçiler için önemli bir çekim faktörü oluşturmakta ve bölgenin turizm kapasitesinin etkin kullanılmasına katkı sağlamaktadır. Bu durum, konaklama, yiyecek-İçecek, yerel ticaret ve el sanatları gibi turizme bağlı sektörlerde istihdam ve gelir artışına yol açarak bölgesel ekonomik büyümeyi desteklemektedir.

Buna karşın, ekonomik büyümeden havayolu yolcu trafiğine doğru istatistiksel olarak anlamlı bir nedensellik ilişkisi bulunamamıştır ($Z\text{-bar} = 0.420$, $p = 0.968$). Bu sonuç, incelenen dönem ve bölge özelinde ekonomik büyümenin havayolu talebini yapısal olarak artırmadığını işaret etmektedir. Elde edilen tek yönlü nedensellik bulgusu, Model 1'in sonuçlarıyla tutarlı bir şekilde "Turizme Dayalı Büyüme Hipotezi"ni desteklemekte ve havayolu bağlantılılığının Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde ekonomik büyümenin önemli bir tetikleyicisi olduğunu ortaya koymaktadır.

Sonuç

Bu çalışmada, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde turizm faaliyetleri ile ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisi panel veri ekonometrisi yöntemleri kullanılarak iki farklı model üzerinden incelenmiştir. Model 1, 2004-2023 döneminde dokuz ili kapsayarak konaklama tesislerindeki geceleme sayıları üzerinden; Model 2 ise 2005-2023 döneminde beş ili kapsayarak havayolu yolcu trafiği üzerinden turizm-büyüme ilişkisini analiz etmiştir. Dumitrescu-Hurlin panel nedensellik testi sonuçları, her iki modelde de turizm göstergelerinden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir nedensellik ilişkisi olduğunu ortaya koymuştur.

Model 1'de konaklama faaliyetlerinden ekonomik büyümeye doğru güçlü bir nedensellik tespit edilmiş ($Z\text{-bar} = 4.9798$, $p < 0.01$), Model 2'de ise havayolu trafiğinden ekonomik büyümeye doğru anlamlı bir nedensellik belirlenmiştir ($Z\text{-bar} = 2.6282$, $p < 0.01$). Buna karşın, her iki modelde de ekonomik büyümeden turizm göstergelerine doğru istatistiksel olarak anlamlı bir nedensellik ilişkisi bulunamamıştır. Bu bulgular, "Turizme Dayalı Büyüme Hipotezi"ni güçlü bir şekilde desteklemekte ve turizm sektörünün Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde ekonomik büyümenin önemli bir itici gücü olduğunu ortaya koymaktadır.

Her iki model de turizmin ekonomik büyüme üzerindeki pozitif etkisini doğrulamakla birlikte, optimal gecikme uzunlukları ve etki büyüklükleri açısından önemli farklılıklar sergilemektedir. Model 1'de optimal gecikme uzunluğu 3 yıl olarak belirlenirken, Model 2'de bu süre 1 yıl olarak

tespit edilmiştir. Bu fark, konaklama faaliyetlerinin ekonomik etkilerinin daha kademeli ve uzun dönemli bir süreçte ortaya çıktığını, havayolu bağlantılılığının ise ekonomik büyümeyi daha hızlı ve doğrudan etkilediğini göstermektedir. Konaklama tesislerindeki artışın yerel tedarik zincirleri, istihdam ve yan sektörlerdeki çarpan etkisi yoluyla kademeli olarak ekonomik büyümeye yansımaları, daha uzun gecikme süresinin altında yatan temel dinamiktir. Buna karşın, havayolu erişilebilirliğinin bölgeye turist çekmede ve turizm kapasitesinin etkin kullanılmasında oynadığı doğrudan rol, daha kısa gecikme süresini açıklamaktadır.

Z-bar istatistikleri açısından Model 1'in daha yüksek bir değere sahip olması (4.9798), konaklama faaliyetlerinin ekonomik büyüme üzerindeki nedensellik ilişkisinin daha güçlü olduğuna işaret etmektedir. Bu durum, konaklama verilerinin dokuz ili kapsayan daha geniş bir örneklem üzerinden elde edilmesi ve konaklama sektörünün turizm faaliyetlerinin daha doğrudan ve kapsamlı bir göstergesi olmasıyla açıklanabilir. Model 2'nin beş il ile sınırlı kalması ve havayolu trafiğinin turizm dışında iş seyahatleri gibi başka amaçları da içermesi, bu modeldeki nedensellik ilişkisinin görece daha zayıf çıkmasına neden olmuş olabilir. Bununla birlikte, her iki modelin de tutarlı bir şekilde tek yönlü nedensellik bulgusu sunması, sonuçların güvenilirliğini ve bölgede turizmin ekonomik büyümenin temel belirleyicisi olduğu tezini güçlendirmektedir.

Önemli bir bulgu, her iki modelde de ekonomik büyümeden turizme doğru anlamlı bir nedensellik ilişkisinin tespit edilememiş olmasıdır. Bu sonuç, bölgenin henüz ekonomik büyümenin turizm altyapısına ve turizm talebine dönüşmediği bir gelişme aşamasında olduğunu göstermektedir. Gelişmiş turizm destinasyonlarında genellikle gözlemlenen çift yönlü nedensellik ilişkisinin bu çalışmada bulunmaması, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin turizm sektöründe henüz olgunlaşma sürecinde olduğuna ve ekonomik büyümenin turizm yatırımlarına yeterince yansımadağına işaret etmektedir.

Elde edilen bulgular, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde turizmin ekonomik büyümenin önemli bir motoru olduğunu göstermekte ve politika yapıcılar için somut öneriler sunmaktadır. Öncelikle, turizm altyapısına yönelik kamu ve özel sektör yatırımlarının artırılması kritik öneme sahiptir. Konaklama tesislerinin sayı ve kalite açısından geliştirilmesi, bölgenin turizm kapasitesini artıracak ve daha fazla ziyaretçinin bölgeye çekilmesini sağlayacaktır. Özellikle butik oteller, termal tesisler ve kültürel konaklama alternatifleri gibi farklılaştırılmış konaklama seçeneklerinin teşvik edilmesi, bölgenin rekabet gücünü güçlendirecektir.

İkinci olarak, havayolu bağlantılılığının güçlendirilmesi bölgesel turizmin gelişimi için hayati bir öneme sahiptir. Mevcut havalimanlarının kapasitelerinin artırılması, yeni uçuş rotalarının açılması ve düşük maliyetli havayolu şirketlerinin bölgeye çekilmesi, özellikle uzak mesafelerden gelen turistler için bölgeyi daha erişilebilir kılacaktır. Havayolu teşvikleri, iniş-kalkış ücretlerinde indirimler ve sezonluk uçuş programlarının çeşitlendirilmesi gibi politikalar, bu amaca yönelik etkili araçlar olabilir.

Üçüncü olarak, Mezopotamya'nın eşsiz inanç, kültür ve gastronomi mirasının sürdürülebilir turizm çerçevesinde tanıtılması ve korunması gerekmektedir. Göbeklitepe, Mardin Tarihi Şehri, Hasankeyf gibi UNESCO Dünya Mirası alanlarının etkin yönetimi ve tanıtımı, bölgenin küresel turizm pazarında görünürlüğünü artıracaktır. Gastronomi turlarının, inanç turizmi rotalarının ve

kültürel festivallerin desteklenmesi, bölgenin çeşitli turist segmentlerine hitap etmesini sağlayacaktır.

Dördüncü olarak, yerel toplumun turizm gelirlerinden adil şekilde faydalanmasını sağlayacak kapsayıcı turizm politikalarının geliştirilmesi önemlidir. Yerel el sanatlarının, geleneksel mutfağın ve kültürel etkinliklerin turizm deneyimine entegre edilmesi, hem yerel halkın gelir düzeyini artıracak hem de turistlere özgün deneyimler sunacaktır. Turizm sektöründe istihdam edilecek yerel iş gücünün eğitimi ve niteliklerinin yükseltilmesi, sektörün uzun vadeli sürdürülebilirliğini destekleyecektir.

Son olarak, bölgesel ve ulusal düzeyde koordineli bir turizm stratejisinin oluşturulması gerekmektedir. İller arası iş birliğinin güçlendirilmesi, ortak tanıtım kampanyalarının yürütülmesi ve entegre turizm rotalarının geliştirilmesi, bölgenin turizm potansiyelinin daha etkin kullanılmasını sağlayacaktır. Kamu kurumları, yerel yönetimler, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının bir araya geldiği bölgesel turizm platformlarının oluşturulması, politika uyumunu artıracak ve kaynakların verimli kullanılmasını temin edecektir.

Kaynakça

- Adedoyin, F. F., Erum, N., & Bekun, F. V. (2022). How does institutional quality moderates the impact of tourism on economic growth? Startling evidence from high earners and tourism-dependent economies. *Tourism Economics*, 28(5), 1311-1332.
- Balaguer, J., & Cantavella-Jordá, M. (2002). Tourism as a long-run economic growth factor: The Spanish case. *Applied Economics*, 34(7), 877-884.
- Baltagi, B. H. (2005). *Econometric analysis of panel data* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Chulaphan, W., & Barahona, J. F. (2018). Contribution of disaggregated tourism on Thailand's economic growth. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 39(3), 401-406.
- Çatalbaş, G. K. (2022). Türkiye’de dış turizmin iller bazında kalkınmaya etkisinin panel veri analizi yöntemi ile incelenmesi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5(4), 1495-1507.
- Çınar, S., & Has, B. (2024). Türkiye’de turizm yanlı büyüme hipotezinin iller bazında analizi: Dinamik panel veri yaklaşımı. *Maliye Dergisi*, (187), 1-20.
- Damar, E. (2024). Türkiye’de turizmin bölgesel ve kırsal kalkınmaya etkisi: Panel veri analizi [Doktora tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü].
- De Siano, R., & Canale, R. R. (2022). Controversial effects of tourism on economic growth: A spatial analysis on Italian provincial data. *Land Use Policy*, 117, 106081.
- Dumitrescu, E. I., & Hurlin, C. (2012). Testing for Granger non-causality in heterogeneous panels. *Economic modelling*, 29(4), 1450-1460.

- Giritlioğlu, İ., İpar, M. S., & Özlü, B. (2015). Turizm ve bölgesel kalkınma ilişkisi: TRC1 bölgesi üzerine bir inceleme. *Uluslararası Hakemli Beşerî ve Akademik Bilimler Dergisi (UHBAB)*, 4(14), 216–237.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2014). *Basic econometrics* (5th ed.). McGraw-Hill Education.
- Hye, Q. M., & Khan, R. E. (2013). Tourism-led growth hypothesis: A case study of Pakistan. *Asia pacific journal of tourism research*, 18(4), 303-313.
- Im, K. S., Pesaran, M. H., & Shin, Y. (2003). Testing for unit roots in heterogeneous panels. *Journal of econometrics*, 115(1), 53-74.
- Karabulut, K., Akyol, H., & Karakuş, K. (2020). Dış ticaret ve turizmin bölgesel kalkınma üzerindeki etkisi nedir: PMG-ARDL ve panel kantil yaklaşımlar. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(38), 297–314.
- Karacıl, G. (2023). Turizmin bölgesel ekonomik kalkınmaya etkisinin ampirik analizi [Doktora tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü].
- Lopez, L., & Weber, S. (2017). Testing for Granger causality in panel data. *The Stata Journal*, 17(4), 972-984.
- Maddala, G. S., & Wu, S. (1999). A comparative study of unit root tests with panel data and a new simple test. *Oxford Bulletin of Economics and statistics*, 61(S1), 631-652.
- Mazlum, E. C. (2022). Turizm ve bölgesel kalkınma ilişkisi: TR61 ve TR62 bölgesi üzerine bir inceleme. *Diyalektolog: Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, (31), 115–126.
- Nyasha, S., Odhiambo, N. M., & Asongu, S. A. (2021). The impact of tourism development on economic growth in Sub-Saharan Africa. *The European Journal of Development Research*, 33(6), 1514-1535.
- Pesaran, M. H. (2004). General diagnostic tests for cross section dependence in panels. *Cambridge Working Papers. Economics*, 1240(1), 1.
- Pesaran, M. H., & Yamagata, T. (2008). Testing slope homogeneity in large panels. *Journal of econometrics*, 142(1), 50-93.
- Recepoğlu, M. (2024). Turizm ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: Dokap İlleri Üzerine Ekonometrik Bir Analiz. *Social Sciences Studies Journal (SSSJJournal)*, 3(9), 1173-1182.
- Sun, Z., Liu, L., Pan, R., Wang, Y., & Zhang, B. (2025). Tourism and economic growth: The role of institutional quality. *International Review of Economics & Finance*, 98, 103913.
- Tang, C. F., & Tan, E. C. (2017). Tourism-led growth hypothesis: A new global evidence. *Cornell Hospitality Quarterly*, 59(3), 304-311.
- Tung, L. T. (2021). The tourism-led growth hypothesis in transition economies? Empirical evidence from a panel data analysis. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 38(4), 1076-1082.

Yıldız, Z., & Sarıtaş, T. (2021). Türkiye’de bölgesel kalkınma ve turizm ilişkisi üzerine bir değerlendirme. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 10(2), 1633-1654.

Kuşaktan Kuşağa Aktarılan Lezzetler: Mardin’de Kadınların Gastronomik Hafızadaki Yeri

Ece BAZLAMAÇCI^{1*}

Turizm Fakültesi/Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye

^{1*} ecebazlamcci@gmail.com

ORCID: 0009-0002-3117-8226

Özet

Bu çalışma, Mardin özelinde kadınların gastronomik hafızadaki rolünü, mevcut akademik literatür temelinde genişletilmiş bir bakış açısıyla ele almaktadır. Araştırmanın temel amacı, saha verisine dayanmadan, ulusal ve uluslararası akademik çalışmalar ışığında kadınların somut olmayan kültürel mirasın (SOKM) korunması ve kuşaklararası aktarımındaki konumlarını analiz etmektir. Gastronomi, yalnızca beslenme pratiklerinden ibaret olmayan; toplumsal bellek, kültürel kimlik ve aidiyet duygusunun inşasında belirleyici bir alan olarak değerlendirilmektedir (Montanari, 2006; Sutton, 2001). Bu bağlamda mutfak, kültürel bilginin üretildiği, aktarıldığı ve yeniden yorumlandığı önemli bir toplumsal mekân niteliği taşımaktadır.

Çalışma, 2000–2024 yılları arasında yayımlanmış Türkçe ve İngilizce akademik makaleler, kitaplar, tezler ve uluslararası kuruluş raporlarını kapsayan sistematik literatür incelemesi (SLR) yöntemiyle yürütülmüştür. Google Scholar, YÖK Tez Merkezi, ScienceDirect ve SpringerLink gibi veri tabanlarında yapılan taramalarda “kadın”, “gastronomi”, “somut olmayan kültürel miras”, “gastronomik hafıza” ve “Mardin” anahtar sözcükleri kullanılmıştır. Seçilen çalışmalar; kadın emeği, gastronomik bilgi aktarımı, toplumsal cinsiyet, kültürel bellek ve sürdürülebilirlik temaları doğrultusunda tematik analize tabi tutulmuştur.

Literatür bulguları, kadınların gastronomik bilginin birincil taşıyıcısı olduğunu ve mutfak pratikleri aracılığıyla yalnızca yemek tariflerini değil; aynı zamanda üretim tekniklerini, mevsimsellik bilgisini, sofraya düzenini ve ritüel pratikleri kuşaktan kuşağa aktardığını göstermektedir (Counihan & Van Esterik, 2013). Bu aktarım süreci, gastronomik hafızanın sürekliliğini sağlamakta ve toplumsal belleğin canlı tutulmasına katkıda bulunmaktadır. Ancak feminist literatür, bu emeğin çoğu zaman görünmez kılındığını ve toplumsal cinsiyet temelli

eşitsizlikler içinde ikincil bir konuma itildiğini vurgulamaktadır (Bourdieu, 2001; Dedeoğlu, 2012).

Mardin'in Kürt, Arap, Türk, Süryani ve Ezidi toplulukların bir arada yaşadığı çokkültürlü yapısı, gastronomik pratiklerin etnik ve dini çeşitlilikle zenginleştiği özgün bir alan sunmaktadır (Baş, 2019). Bu çokkatmanlı yapı içerisinde kadınlar, yalnızca kültürel aktarımın pasif uygulayıcıları değil; aynı zamanda geleneksel bilgiyi güncel koşullara uyarlayan dönüştürücü özneler olarak konumlanmaktadır (Matta, 2019). Literatür, kadın kooperatifleri ve yerel girişimler aracılığıyla gastronomik mirasın turizmle bütünleştiğini; bu sürecin hem kültürel mirasın yaşatılmasına hem de kadınların ekonomik ve toplumsal güçlenmesine katkı sunduğunu ortaya koymaktadır (Küçükaltan & Özdemir, 2021).

Ayrıca gastronomi turizmi bağlamında Mardin'in sahip olduğu potansiyelin, etik ve sürdürülebilir politikalarla desteklenmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Aksi takdirde geleneksel mutfak pratiklerinin ticarileşme riskiyle karşı karşıya kalabileceği ifade edilmektedir (Hall & Sharples, 2008). Bu noktada kadınların karar alma süreçlerine aktif katılımı, gastronomik mirasın özgünlüğünün korunması açısından kritik bir öneme sahiptir.

Çalışma sonucunda; kadın merkezli SOKM politikalarının geliştirilmesi, gastronomik bilginin dijital arşivlerle belgelenmesi, gastronomi eğitimi müfredatına toplumsal cinsiyet eşitliği perspektifinin entegre edilmesi ve Mardin'de etik gastronomi turizmi stratejilerinin benimsenmesi önerilmektedir. Bu yönüyle çalışma, kadınların gastronomik hafızadaki rolünü Mardin örneği üzerinden ele alarak literatüre kavramsal bir katkı sunmakta ve ileride yapılacak saha araştırmaları için kuramsal bir zemin oluşturmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Gastronomi, Kadın, Somut olmayan kültürel miras, Mardin, Gastronomik hafıza, Toplumsal cinsiyet

Kaynakça

- Assmann, J. (2011). *Cultural memory and early civilization: Writing, remembrance, and political imagination*. Cambridge University Press.
- Avcıkurt, C., & Çetinkaya, M. Y. (2020). Gastronomi turizmi ve kültürel miras ilişkisi: Türkiye örneği. *Turizm Akademik Dergisi*, 7(2), 115–132.
- Baş, E. (2019). *Mardin mutfağının kültürel çeşitliliği ve gastronomik kimlik inşası*. Mardin Artuklu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bourdieu, P. (2001). *Masculine domination*. Stanford University Press.
- Counihan, C., & Van Esterik, P. (2013). *Food and culture: A reader* (3rd ed.). Routledge.
- Dedeoğlu, S. (2012). *Eşitsizliğin yeniden üretimi: Kadın emeği ve toplumsal cinsiyet*. İletişim Yayınları.
- Hall, C. M., & Sharples, L. (2008). *Food and wine tourism: Integrating food, travel and territory*. Routledge.
- Küçükaltan, D., & Özdemir, S. (2021). Kadın kooperatifleri ve yerel gastronomik mirasın korunması. *Turizm Akademik Dergisi*, 8(1), 54–68.
- Matta, R. (2019). *Foodscapes, foodfields, and identities*. Berghahn Books.
- Montanari, M. (2006). *Food is culture*. Columbia University Press.
- Sutton, D. (2001). *Remembrance of repasts: An anthropology of food and memory*. Berg.
- UNESCO. (2003). *Convention for the safeguarding of the intangible cultural heritage*. UNESCO Publishing.

Teşekkür

Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilgi birikimi, rehberliği ve yapıcı yönlendirmeleriyle bana her zaman ılık tutan değerli danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Şehmus Aykol'a en içten teşekkürlerimi sunarım. Kendisi, araştırma sürecinin her aşamasında sabrı, titiz yaklaşımı ve akademik desteğiyle çalışmamın bilimsel niteliğinin gelişmesine önemli katkılar sağlamıştır.

Araştırma süreci boyunca desteğini, samimiyetini ve dostluğunu her zaman hissettiren yakın arkadaşım Fatma Duru'ya teşekkür ederim.

Hayatımın her döneminde yanımda olan, sevgileri ve inançlarıyla beni daima destekleyen sevgili aileme; özellikle annem ve babama, her koşulda verdikleri emek, sabır ve anlayış için minnettarlığımı sunarım. Ablama gösterdiği sevgi ve desteği için teşekkür ederim. Ayrıca, bana neşe kaynağı olan sevgili yeğenim Akın'a duyduğum sevgiyi ve ilhamı da burada anmak isterim.

Bu süreçte her zaman yanımda olarak sabrı, sevgisi ve desteğiyle bana güç veren Burak Örük'e içten teşekkür ederim.

Akademik ve kişisel olarak ilerlememe katkı sağlayan tüm bu değerli kişilerin desteği, bu çalışmanın tamamlanmasında büyük bir güç kaynağı olmuştur.

Yöresel Yemeklerde Mevsimsellik ve Kültürel Hafıza – Mardin Örneği

Fatma DURU^{1*}

Turizm Fakültesi/Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye

¹ fatmanur7122@gmail.com

ORCID: 0009-0009-0266-2060

Özet

Bu çalışma, Mardin yöresel mutfağında mevsimsellik olgusunun kültürel hafıza, kimlik ve sürdürülebilirlik bağlamlarında nasıl ele alındığını incelemeyi amaçlamaktadır. Binlerce yıllık geçmişe sahip olan Mardin, tarih boyunca Türk, Kürt, Süryani, Keldani, Ezidi ve Ermeni topluluklarına ev sahipliği yapmış; bu çok kültürlü yapı, bölgenin mutfak kültürünü çok katmanlı ve özgün bir gastronomik miras hâline getirmiştir (Toprak, 2015; Duyan & Yarış, 2022). Mezopotamya'nın tarihsel ticaret yolları üzerinde yer alması, Mardin mutfağında baharat kullanımı, yemek ritüelleri ve malzeme çeşitliliği açısından belirleyici olmuştur (Lee, 2023; Akyurt Kurnaz & Kurnaz, 2022).

Çalışma, nitel araştırma yaklaşımı çerçevesinde ikincil veri temelli kapsamlı içerik analiz yöntemiyle yürütülmüştür. Bu kapsamda gastronomide mevsimsellik, kültürel hafıza, sürdürülebilirlik ve Mardin mutfağı temalarını ele alan akademik makaleler, tezler, raporlar ve kurumsal belgeler incelenmiştir (Bowen, 2009; Webster & Watson, 2002). Literatür taraması sürecinde özellikle 2010–2024 yılları arasında yayımlanan ve konu ile doğrudan ilişkili 42 çalışma analiz edilmiştir. Analiz sürecinde mevsimsellik, geleneksel üretim yöntemleri, kültürel hafıza, gastronomi turizmi ve sürdürülebilirlik eksenlerinde ortak temalar belirlenmiştir.

Bulgular, Mardin mutfağında mevsimselliğin yalnızca ekolojik bir gereklilik değil, aynı zamanda toplumsal hafızayı ve kültürel kimliği şekillendiren temel bir kültürel pratik olduğunu ortaya koymaktadır. Mevsimsel ürün kullanımı, geleneksel gıda saklama yöntemleri (kurutma, salamura, güneşte olgunlaştırma) ve doğaya uyumlu üretim biçimleri, çevresel sürdürülebilirliğin yerel örnekleri olarak öne çıkmaktadır (Seyfang, 2006; Sims, 2009; Calín-Sánchez vd., 2020). Bu uygulamalar, düşük enerji tüketimi ve kısa tedarik zincirleri aracılığıyla ekolojik dengeyi desteklemektedir.

Çalışmada ayrıca mevsimsel yemeklerin kültürel hafızanın korunmasında oynadığı rol belirgin biçimde ortaya konmuştur. Halbwachs'ın (1992) kolektif hafıza kuramı ve Assmann'ın (2011) kültürel bellek yaklaşımı doğrultusunda değerlendirildiğinde, Mardin'de mevsimsel yemekler; dini bayramlar, hasat dönemleri, düğünler ve toplu yemek ritüelleri aracılığıyla kuşaklar arası aktarımı mümkün kılmaktadır. Tatlar, kokular ve pişirme pratikleri bireysel hafızanın ötesine geçerek toplumsal belleğin yeniden üretildiği sembolik alanlar oluşturmaktadır (Abarca, 2016; Lee, 2023; Duyan, 2022).

Literatür bulguları, Mardin'deki coğrafi işaretli ürünlerin de kültürel ve ekonomik sürdürülebilirliğe önemli katkılar sunduğunu göstermektedir. Yöresel yemeklerin ve ürünlerin gastronomi turizmiyle bütünleşmesi, yerel üreticilerin ekonomik olarak desteklenmesini sağlarken kültürel mirasın görünürlüğünü artırmaktadır (Kizilgeci, 2019; Yarış & Toprak, 2017; Morris & Kirwan, 2011). Ancak mevcut çalışmaların büyük bölümünün Mardin mutfağını tanımlayıcı düzeyde ele aldığı, mevsimsellik merkezli kültürel sürdürülebilirlik analizlerinin sınırlı kaldığı tespit edilmiştir.

Sonuç olarak bu çalışma, Mardin mutfağında mevsimselliğin kültürel hafıza ve sürdürülebilirlik ile kurduğu çok boyutlu ilişkiyi ortaya koymaktadır. Mevsimsellik, Mardin örneğinde yalnızca doğanın döngüsünü değil; kimliği, aidiyeti ve kültürel sürekliliği şekillendiren dinamik bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Bu yönüyle çalışma, gastronomide kültürel sürdürülebilirlik, yerel mutfakların korunması ve mevsimsel gastronomi alanlarına kuramsal katkı sunmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Yöresel yemekler, Mevsimsellik, Kültürel hafıza, Mardin mutfağı

Kaynakça

- Abarca, M. E. (2016). *Taste and memory: Food as a medium of cultural transmission*. Routledge.
- Akyurt Kurnaz, S., & Kurnaz, F. (2022). Mardin mutfağında baharat ve bitki kullanımı üzerine bir inceleme. *Gastronomi ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 8(2), 45–62.
- Alpyıldız, B. (2022). *Mardin yöresel yemeklerinin kuşaklar arası aktarımı ve kültürel hafıza* (Yüksek lisans tezi). Artuklu Üniversitesi.
- Artuklu Üniversitesi TÜRKPATENT Birimi. (2025). *Mardin coğrafi işaretli ürünler raporu*. Artuklu Üniversitesi.
- Assmann, J. (2011). *Cultural memory and early civilization: Writing, remembrance, and political imagination*. Cambridge University Press.
- Balos, M. M. (2022). Geleneksel gıda saklama yöntemlerinin kültürel sürdürülebilirlik bağlamında değerlendirilmesi. *Yerel Gıda ve Kültür Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 41–56.
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27–40.
- Calín-Sánchez, Á., Figiel, A., Lech, K., Szumny, A., & Carbonell-Barrachina, Á. A. (2020). Traditional drying techniques and their impact on nutritional quality. *Journal of Food Science and Technology*, 57(4), 1271–1282. <https://doi.org/10.1007/s13197-019-04109-6>
- Çelik, A. (2020). Yöresel gastronomi ve kültürel miras: Türkiye örneği. *Türk Kültürü ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(1), 23–38.
- Çiftçi, A., & Yılmaz, H. (2022). Mardin mutfağında Süryani ve Arap etkileri. *Uluslararası Mutfak Kültürü Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 15–32.
- Demir, A. (2019). Mardin mutfağında mevsimsel yemekler. *Anadolu Gastronomi Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 55–71.
- Demircan, B. (2021). Otel işletmelerinde yerel mutfak kültürünün sürdürülebilirliği. *Turizm ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 7(1), 12–29.
- Demircan, B., & Çeken, M. (2022). Yöresel ürünlerin gastronomi turizminin gelişimindeki rolü: Mardin örneği. *Yerel Gıda ve Turizm Araştırmaları*, 2(2), 34–51.
- Durukan, T., & Türker, N. (2021). Yemek pratiklerinin kültürel aktarım bağlamında incelenmesi. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 24(2), 67–85.

- Duyan, G. (2022). Mardin gastronomisi ve kültürel hafıza ilişkisi. *Gastronomi Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 21–40.
- Duyan, G., & Yarış, E. (2022). Çok kültürlü bölgelerde mutfak kültürü: Mardin örneği. *Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10(3), 112–130.
- Eksik, N., & Akan, S. (2021). Bahar bitkilerinin yöresel yemeklerde kullanımı. *Gastronomi ve Bitki Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 9–22.
- Gössling, S. (2002). Global environmental consequences of tourism. *Global Environmental Change*, 12(4), 283–302.
- Gotow, Y., Tanaka, S., & Mori, K. (2022). Seasonal food consumption and cultural memory. *Journal of Culinary Studies*, 15(2), 101–119.
- Halbwachs, M. (1992). *On collective memory* (L. A. Coser, Trans.). University of Chicago Press. (Original work published 1950)
- Jones, P. (2022). Deseasonalization in modern food systems. *Food, Culture & Society*, 25(1), 45–63.
- Kılıç, S. (2019). Mardin’de yerel bitkilerin ve geleneksel yemeklerin rolü. *Gastronomi ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 7(2), 55–70.
- Kizilgeci, E. (2019). Mardin gastronomisi ve turizm. *Turizm ve Gastronomi Dergisi*, 4(1), 18–36.
- Lee, J. (2023). *Food memory and cultural heritage: A multi-sensory approach*. Palgrave Macmillan.
- Macdiarmid, J. (2014). Seasonal eating and environmental impact. *Sustainable Food Systems Journal*, 9(3), 33–48.
- Macit, M. (2024). Yöresel yemek kültürü ve kültürel kimlik. *Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 12(1), 45–62.
- Mardin İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2024). *Mardin mutfağı ve yöresel yemekler*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Mardin İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2025). *Mardin gastronomi envanteri*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Morris, C., & Kirwan, J. (2011). Ecological embeddedness and the dynamics of food systems. *Journal of Rural Studies*, 27(4), 384–392.
- Murcott, A. (2021). Food as cultural memory. *Journal of Food and Society*, 16(2), 56–73.
- Okumuş, H. (2024). Mardin’in tarım ve hayvancılık temelli mutfak yapısı. *Yerel Ürünler ve Kültürel Miras Dergisi*, 3(2), 14–31.
- Onat, N. (2023). Coğrafi işaretler ve kültürel sürdürülebilirlik. *Gastronomi ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 23–40.
- Seyfang, G. (2006). Ecological citizenship and sustainable food practices. *Environmental Politics*, 15(4), 540–556.
- Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: Local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321–336.
- Spence, C. (2021). *The psychology of food: Seasonal consumption and perception*. Oxford University Press.
- Stelmach-Mardas, M., Kleiser, C., Uzhova, I., Peñalvo, J. L., La Torre, G., & Palys, W. (2016). Seasonal variation in food consumption and nutritional quality. *Food Chemistry*, 197, 1030–1037.
- Toprak, N. (2015). *Mardin mutfak kültürünün tarihsel analizi*. Artuklu Üniversitesi Yayınları.
- Toprak, N., Çelikel Güngör, S., & Gürbüz, E. (2018). Geleneksel mutfak pratiklerinin kültürel sürekliliği. *Gastronomi Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 33–50.

- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2025). *Coğrafi işaretli ürünler listesi*.
- Vargas, C., López-Guzmán, T., & Moral-Cuadra, S. (2021). Seasonal food systems and sustainable gastronomy. *International Journal of Gastronomy*, 9(3), 21–38.
- Webster, J., & Watson, R. T. (2002). Analyzing the past to prepare for the future: Writing a literature review. *MIS Quarterly*, 26(2), xiii–xxiii.
- Yeşil, S., Çelik, A., & Yılmaz, H. (2019). Bahar aylarında Mardin mutfağında doğadan toplanan bitkilerin kullanımı. *Gastronomi ve Yerel Kültür Dergisi*, 2(1), 45–61.
- Yarış, E., & Toprak, N. (2017). Gastronomi turizmi ve yerel mutfakların ekonomiye katkısı. *Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 78–95.
- Yılmaz, H. (2009). Mardin’in tarihsel ve kültürel yapısı. *Mardin Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 11–28.

Teşekkür

Bu bildirinin hazırlanma sürecinde, değerli görüşleri, yol gösterici önerileri ve sabrı ile her zaman yanımda olan danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Şehmus Aykol’a içten teşekkürlerimi sunarım. Çalışmam boyunca beni motive eden, her adımda destek veren ve fikirlerini hiçbir zaman esirgemeyen yakın arkadaşım Ece Bazlamaçcı’ya da ayrıca teşekkür ederim. Onların varlığı, bu çalışmayı tamamlamamda bana güç ve ilham kaynağı olmuştur.

Geleneksel Kıtır Kabak Tatlısının Ayva Meyvesine Uyarlanması

Rumeysa KARA^{1*} Duygu ALP BALTAKESMEZ²

Sosyal Bilimler Enstitüsü/ Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye

^{1*} kara_rumeysa14@icloud.com

ORCID: 0009-0002-2808-6662

Turizm ve Otelcilik Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
Ardahan Üniversitesi, Türkiye

²duygualp@ardahan.edu.tr

ORCID: 0000-0003-3268-9677

Özet

Bu çalışmada, kalsiyum oksit (CaO) ön işlemi ile klasik reçel üretim yönteminden farklılık gösteren Türkiye'nin Hatay iline özgü kıtır kabak tatlısı üretim yönteminin ayva meyvesine uyarlanması ve elde edilen reçelinin fizikokimyasal, dokusal ve duyuşsal özellikleri üzerindeki etkisi incelenmiştir. Kireçtaşları yüksek ısı ile birleşerek iyonik olarak bağlanmış kalsiyum oksit oluşturur ve su ile reaksiyona girdiğinde okside olarak kalsiyum hidroksit oluşturarak ısı açığa çıkarır. Kalsiyum oksit veya E529, gıda endüstrisinde asitlik düzenleyici, koruyucu ve un işleme maddesi olarak kullanılan bir katkı maddesidir (Emerton ve ark., 2008; Hocking ve ark., 2016; Huai ve ark., 2022; Taş ve ark., 2024). Bölgesel mutfak gelenekleri bağlamında, Türkiye'de geleneksel yöntemlere göre hazırlanan CaO ile ıslatılmış reçeller ve tatlılar, ülkenin gastronomi kültürünün önemli bir bileşenini oluşturur (Şahin ve Meral, 2012). Bu mutfak kreasyonlarının önemli bir kısmı, ürünlerin özgünlüğünü, sıkı kalite standartlarını ve yerel mutfak mirasının korunmasını sağlayan Coğrafi İşaret kaydı ile resmi olarak tanınmıştır. Bu kayıt, bu ürünlerin ulusal ve uluslararası tanınırlığını artırarak kültürel önemlerini ve mutfak mükemmelliklerini vurgulamaktadır (Şahin ve Meral, 2012). Türkiye'nin Hatay ilinin coğrafi işaretli gastronomik ürünü olan kabak reçeli bu yöntemle yapılır. Antakya Kabak Tatlısı (Hatay) olarak bilinen bu ürün, Antakya'nın geleneksel bir lezzetidir ve Coğrafi İşaret tescili ile korunmaktadır. Bu tatlının üretim yöntemi, kabak dilimlerinin kireç suyuna batırılmasını içerir ve bu işlem, dilimlere sert bir doku, gevrek bir dış yüzey ve yumuşak bir iç yapı kazandırır. Bu özellik, tatlıya görsel çekicilik katmakla kalmaz, aynı zamanda pişirme işlemi sırasında yapısal bütünlüğünü de sağlar. Bu sürecin mekanizmasının iki farklı şekilde gerçekleştiği düşünülmektedir. İlk olarak, kalsiyum meyvenin yapısındaki pektin bileşiği ile etkileşime girebilir. İkinci olarak, kalsiyum, konsantrasyon farkı nedeniyle difüzyon yoluyla yoğun ortamdan daha az yoğun meyve etine geçebilir (Taşkın, 2021). Aynı işlem, çeşitli meyve ve sebzelere uygulayarak reçel üretmek için de kullanılmaktadır (Antakya, 2021). Ancak, literatürde CaO'yu kullanan ve araştırma konusu olan çalışmaların sayısı

yetersizdir. Bu çalışmanın birincil amacı CaO ile ön işlem uygulanarak ayva meyvesinden reçel üretmek ve üretilen reçellerin rengini, dokusunu ve duyuşal özelliklerini belirlemektir. İkincil amaç ise reçelin mutfak ve gıda endüstrisindeki işlevselliğini ve uygulama potansiyelini artırmaktır. Bu amaçla çalışmada, 160 gram CaO, 1.6 litre suda 24 saat bekletilerek çözünmesi sağlanmıştır. Bu işlemin sonunda, yüzeyde kalan kısım çözeltiden ayrılarak elde edilen çözelti, filtre kağıdı ile süzölmüş ardından elde edilen süpernatant (üstte kalan kısım) çalışmada kullanılmıştır. 1 kilogram ayva meyvesi damıtılmış su ile yıkandıktan sonra ince ince dilimlenmiştir. CaO'in ayvalara sertlik kazandırması için meyveler 24 saat süpernatantta bekletilmiştir. Bu işlemin sonunda meyveler damıtılmış su ile yıkanmıştır ve bu işlem üç kez tekrarlanmıştır. 1 kilogram şeker ile ayvalar 90 dakika kaynatılmıştır. Üretim sırasında kaynama sıcaklığı ölçölmüş ve ortalama olarak yaklaşık 104.5°C olduğu bulunmuştur. Elde edilen reçel, hala sıcakken (85°C) steril kavanozlara doldurulmuş ve kapakları pastörize etmek için 5 dakika ters çevrilerek bekletilmiştir (Kırca ve ark., 2007). Reçeller analiz edilene kadar 20°C'de saklanmıştır. Tüketicinin gıdaları değerdendirdiğı ilk özellik olan renk, gıdalardaki bazı hasarları ve kalite kusurlarını tespit etmek için kullanılır (Bourne, 2002; Özbek, 2023). Çalışmada üretilen reçel ve sosun renk özellikleri L*, a* ve b* açısından karşılaştırılmıştır. Reçelin L* değeri 34.61±0.02, iken sosun L* değeri 22.11±0.01'olarak ölçölmüştür. Reçelin a* ve b* değerdleri sırasıyla 338.11±0.01 ve 13.71±0.03'olarak belirlenmiştir; bu değerdler CaO uygulamasının reçele daha koyu bir renk verdığını ve L* değerdini düşürdüğünü göstermektedir. Esmerleşme indeksi 29.41±0.03 olarak bulunmuş ve bu da CaO'nun renk üzerindeki etkisini açıkça göstermiştir. Reçel ve sos örneklerinin doku özellikleri, TA-TX Plus C doku analizörü (Lloyds Instruments, İngiltere) kullanılarak ölçölmüştür. Tüm örneklerde doku profili analizi, sertlik, çığnenabilirlik, yapışkanlık, esneklik, direnç, bağlanma ve sakızimsılık açısından değerdendirilmek üzere gerçekleştirilmiştir. Reçelin sertlik değeri 187.606 N, esneklik 0.806, yapışkanlık 0.337, sakızimsılık 62.233 olarak ölçölmüştür. Bu sonuçlar CaO uygulamasının reçelin dış kısmını sertleştirirken bazı ayva dilimlerinde iç kısımlarının yumuşak kalmasına neden olmuştur bunun sebebinin ise dilimlemenin elle yapılması ve endüstriyel bir standarda sahip olmamasına atfedilmiştir (Banaş vd., 2018). Bir diğerd yandan doku farklılıklarının meyve türü ve yetiştirme koşullarından kaynaklandığını belirtilmiştir. Bu bulgular, ürün geliştirme sürecinde ham maddenin özelliklerinin ve üretim tekniklerinin tatlı üzerinde doğrudan etkisi olduğunu göstermektedir. Duyusal analizler sağlıklı yetişkin bireylerden oluşan panelistler tarafından gerçekleştirilmiştir. Panelistler ayva meyvesi ile yapılan örneklerin aromatik ve ferah bulmuş ancak dilimlemedeki kalınlık farklılığından kaynaklı olarak sertlik ve yapı ile ilgili genel görüş farklılık göstermiştir. Bununla birlikte çalışmanın bulguları, ayva meyvesiyle yapılan alternatif tatlıların tüketici tarafından beğenilme potansiyelinin olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda, ayva meyvesi ile geliştirilen ürünün, geleneksel ktır kabak tatlısına farklı bir alternatif sunabileceğı ve pazarda kendine özgü bir yer edinebileceğı öngörülmektedir. Analizler sırasında kullanılan CaO uygulamasının, reçelin yapısını ve rengini etkilediğı, renk ve sertlik gibi fiziksel parametrelerin yanı sıra tat ve doku üzerindeki etkilerinin de önemli olduğu ortaya çıkmıştır (Cao vd., 2020). Bununla birlikte, ürünün fiziksel ve duyuşal özelliklerinin standardize edilmesi, üretim sürecinde belirli parametrelerin dikkatle kontrol edilmesini gerektirmektedir. Araştırma ayrıca, gıda teknolojisi açısından inovatif ürün geliştirme sürecinin, geleneksel yöntemlerle yeni tatlar ortaya çıkarma açısından önemli bir potansiyel taşıdığını göstermektedir. Ürünün pazara sunulması ve ticarileştirilmesi aşamasında, tüketici tercihlerinin dikkate alınması ve geleneksel tatların korunması önem arz etmektedir. Bu çalışma, Hatay yöresinin geleneksel lezzetlerini modern üretim teknikleri ile birleştirerek hem kültürel mirası yaşatma hem de yenilikçi tatlar geliştirme yönünde değerdli bir örnek sunmaktadır. Sonuç

olarak, ayva meyvesi ile üretilen ktır tatlı, geleneksel kabak tatlısına alternatif bir ürün olarak sunulabilir ve tüketicilerin farklı tat deneyimlerini destekleyebilir; ayrıca, üretim sürecinde yapılan analizler, ürünün kalite kontrolü ve standardizasyonu açısından yol gösterici niteliktedir.

Anahtar Sözcükler: Kalsiyum oksit (CaO); geleneksel gıda işleme; gastronomik ürün; coğrafi işaret

Kaynakça

Antakya (2021). No : 915 – Origin Indication Hatay Pumpkin Dessert.

Banaś, A., Korus, A., & Korus, J. (2018). Texture, color, and sensory features of low-sugar gooseberry jams enriched with plant ingredients with prohealth properties. *Journal of Food Quality*, 2018, Article ID 1646894. <https://doi.org/10.1155/2018/1646894>

Bourne, M. C. (2002). Food Texture and Viscosity: 4 Principles of Objective Texture Measurements. *Food Texture and Viscosity*, 1961, 107–188. <https://doi.org/10.1016/b978-012119062-0/50004-8>

Cao, X., Wang, Z., Bai, G., Zhu, D. (2020). Effect of different calcium salt on rheology, color and odors of pear jam. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 546, No. 4, p. 042052). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/546/4/042052>

Emerton, V., Choi, E., House, T. G., Park, S., Road, M. (2008). Essential Guide to Food Additives. In *Essential Guide to Food Additives*. <https://doi.org/10.1039/9781847559234>

Huai, B., Wu, Y., Liang, C., Tu, P., Mei, T., Guan, A., Chen, J. (2022). Effects of calcium on cell wall metabolism enzymes and expression of related genes associated with peel creasing in Citrus fruits. *PeerJ*, 10, e14574. <https://doi.org/10.7717/peerj.14574>

Hocking, B., Tyerman, S. D., Burton, R. A., Gilliam, M. (2016). Fruit calcium: Transport and physiology. *Frontiers in Plant Science*, 7, 569. <https://doi.org/10.3389/fpls.2016.00569>

Kirca, A., Özkan, M., Cemeroğlu, B. (2007). Effects of temperature, solid content and pH on the stability of black carrot anthocyanins. *Food Chemistry*, 101(1), 212–218. <https://doi.org/10.1016/j.foodchem.2006.01.019>

Özbek, Ç. (2023). Bitterness masking effects of carob syrup in bitter orange (*Citrus aurantium*) jam production. *Journal of Food Measurement and Characterization*, 17(5), 4603–4615. <https://doi.org/10.1007/s11694-023-01989-3>

Şahin, A., & Meral, Y. (2012). Turkey's Geographical Marking and Local Products. *Turkish Journal of Scientific Reviews* (2), 88-92.

Taş, E. B., Gursoy, O., Yilmaz, Y. (2024). Enhancing the texture and nutritional value of pumpkin dessert/jam through vacuum impregnation pre- treatment with calcium and vitamin D3. *Food Science & Nutrition*, 12, 4745–4760. <https://doi.org/10.1002/fsn3.4122>

Taşkın, Tuğçe Göktürk. (2021). The Effects Of Some Parameters Of Quicklime Application On Pumpkin Dessert MS thesis. Bursa Technical university, Turkey.

Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK). (2025). Coğrafi İşaretli Ürünler. Retrieved January,27,2025,from <https://www.turkpatent.gov.tr/cograf-iisaret>

Diyarbakır Coğrafi İşaretli Yemeklerinin Restoran Menülerinde Yer Alması Üzerine Nitel Bir Çalışma

Cüneyt ATEŞ^{1*}, Lokman TOPRAK²

Diyarbakır Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu/ Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü

Dicle Üniversitesi, Türkiye

¹ cuneyt.ates@dicle.edu.tr

ORCID: 0000-0002-8315-3701

Turizm Fakültesi/ Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye

² lokmantoprak@artuklu.edu.tr

ORCID: 0000-0003-3144-2613

Özet

Diyarbakır ilinde faaliyet gösteren yiyecek ve içecek işletmelerinde yöresel ve coğrafi işaretli yemeklerin menülerde yer verilme durumunu tespit etmek amaçlanmıştır. Yöresel ürünlerin coğrafi işaretlemeye konu olmasından hareketle, destinasyonda bulunan katılımcılarla menüler üzerinden bir değerlendirme yapılmıştır. Araştırma, nitel araştırma yaklaşımına dayanmaktadır. Araştırmada yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak, derinlemesine görüşme yöntemi uygulanmıştır. Araştırma evrenini, Diyarbakır merkez ve merkez ilçelerinde ikamet eden 15 katılımcı oluşturmaktadır. Araştırma örneklemini Diyarbakır sınırları içerisinde faaliyet gösteren restoran işletmeleri başta olmak üzere, Diyarbakır Ticaret Odası yöneticisi, şef aşçılar, fuar yöneticisi ve otel yöneticileri oluşturmaktadır. Araştırma sonucunda Diyarbakır merkez ilçelerinde yöresel ya da coğrafi işaretli yiyecek ve içeceklerin menülerde az sayıda ve katılımcılar tarafından farkında olduğu ancak, Sur, Yenişehir ve Kayapınar ilçelerinde faaliyet gösteren işletmelerin menülerinde ise daha fazla yer verildiği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Yöresel yiyecekler, Coğrafi işaretleme, Gastronomi turizmi.

Giriş

Bir yöre ile özdeşleşmiş ve yöreye ait ürünlerin kaynağının korunarak sürdürülebilirliğinin devam ettirilmesi, ilgili bölgenin kültürünün tanıtılması, ekonomisinin güçlendirilmesi ve gelişim sürecini hızlandırmaktadır. Ürünlerin sürdürülebilirliğinin devam ettirilerek yöre kültürü ile gastronomik açıdan ilişki kurulabilmesi önem arz eden durumlar arasındadır (Dağ, 2020). Zengin mutfak çeşitliliğinin üretim ve tüketim ritüelleriyle birlikte korunup standartlaştırılarak gelecek nesillere aktarılması, kültürlerin birbirlerinden farklılıklarının ortaya çıkması ile geleneksel ürünlerin devamlılığını da sağlamaktadır (Mariani vd., 2021). Bu nedenle yöresel ürünlerin belirlenmesi ve

coğrafi işaret tescil sistemi Anadolu'daki zengin mutfak kültürünün korunmasında önemli bir rol üstlenmektedir. Coğrafi İşaretler, bir malın belirli bir coğrafi bölgeden kaynaklandığını tanımlayan kolektif fikri mülkiyet haklarıdır. Bu malların kalitesi ve itibarı büyük ölçüde coğrafi kökenlerine atfedilebilir ve bu nedenle isimleri üretim bölgelerine atıfta bulunur. Coğrafi İşaretlerin (Cİ) büyük çoğunluğu gıda ürünleridir ve Avrupa menşelidir; Prosciutto di Parma ve Roquefort peyniri ünlü örneklerdir.

Coğrafi işaret korumasının verilmesi, Rokfor'un bir Fransız parlamentosu kararnamesiyle düzenlendiği on beşinci yüzyıla kadar uzanmaktadır ve bunu kısa süre içinde Fransa'daki ve diğer Avrupa ülkelerindeki diğer ürünlere ilişkin benzer düzenlemeler izlemiştir. Hükümetlerin coğrafi işaretleri tescil ettirmek için kullandıkları farklı standart ve yaklaşımları uyumlaştırmaya yönelik ilk girişim, 1883 yılında ticari markalara ilişkin Paris Sözleşmesi'nde yer almıştır. 1. maddede, sözleşme ile korunan sınai mülkiyetler arasında kaynak işaretleri ve menşe adlarını da içermektedir (Rieke, 2003);

- coğrafi işaretlerin yanlış kaynak işaretlerine karşı korunması
- coğrafi işaretlerin korunması, koruma sağlayan ülkenin kanunlarına bağlıdır

1891 tarihli Madrid Anlaşmaları Paris Sözleşmesini genişletmiş ancak 20. yüzyılın ortalarına kadar bu alanda önemli gelişmeler kaydedilmemiştir. Appellation d'Origine Controlée (kabaca “menşe adı” veya “menşe adı” olarak çevrilebilir) 1950'ler, 60'lar ve 70'lerde Fransa'da oluşturulmuş ve zorunlu kılınmıştır. Kontrollü menşe adı aşağıdaki ürün kriterlerini garanti eder:

- Ürün tutarlı bir şekilde geleneksel şekilde üretilecektir
- Belirlenmiş bir coğrafi bölgeden gelen ürünlerle üretilecek ve bu bölgede yapılacak ve en azından kısmen yıllandırılacaktır
- Ürünün özellikleri tutarlı ve açıkça tanımlanmış standartlara uygun olacaktır
- Üretim, coğrafi işaretli ürün olarak tanımlanmış standartlara uygun bir kontrol komisyonu tarafından sıkı bir şekilde düzenlenir.

Bu kriterlerden yola çıkarak yukarıdaki kurallar; coğrafi işaretli ürünleri tanımlar. Yanlış beyanı önlemek için, coğrafi işaret adının hiçbir kısmı niteliği taşımayan bir ürünün etiketinde kullanılamaz. Sonuç olarak, bölgede yetiştirilen, doğal olarak yetişen, üretilen veya endemik olarak sadece o bölgeye ait olduğu bilinen ürünlerin ve yine o bölgede üretiminin yapıldığı veya ortaya çıkarıldığı belgelenen, bölgeye özgü doğal veya emek gerektiren ayırt edici özelliği olan ürünlere coğrafi işaretli ürün tanımı yapılabilecektir.

Diyarbakır ili, sahip olduğu mutfak kültürünün zengin ürünler sunması ve ürünlere ulaşım kolaylığı nedeniyle Türkiye'deki gastronomi rotaları içerisindeki önemli destinasyonlardan biri haline gelmeye çalışmaktadır. Yöresel mutfak kültüründeki çeşitlilik bakımından Türkiye'nin önemli kentlerinden biri olan Diyarbakır, Ekim 2025 tarihi itibarıyla 59 farklı coğrafi işaret tescilli yiyecek ve içecek ürününe ev sahipliği yapmaktadır (Türk Patent ve Marka Kurumu [TPMK], 2024). Yöresel yiyecek ve içeceklerin gelecek nesillere aktarılması hususunda coğrafi işaret tesciline ihtiyaç duyulması ve tescilli ürünlere verilen önemin hızla artması, yöreye özgü ve yöre

ile anılan ilgi çekici ürünlere ulaşma isteğine etki eden, yerli ve yabancı ziyaretçilerin bölgeye ulaşma arzusunun yükselten nedenler arasında yer almaktadır (Doğancı, 2020). Yörenin turizm endüstrisi ile ekonomik yönden kalkınmayı amaçlaması, gastronomi turizminin bölge açısından önemini de arttırmaktadır. Gastronomi turizminin gelir getirici ve tanıtıcı etkisinin olması, ilgili yöreye birçok açıdan fayda sağlamaktadır. Gastronomi turizmi destinasyonlarından gerekli kazanımları elde edebilmek için, destinasyonun sunduğu yiyecek ve içecek ürünlerinin yörenin kimliğine uygun olarak sürdürülebilmesi gerekmektedir. Alternatif turizm türleri içerisinde son yıllarda ön plana çıkan gastronomi turizmine yönelik ulusal ve uluslararası etkinlikler ile yöresel ürünlerin tanıtımı, gastronomiye ilgi duyan ve gastronomi turisti olarak adlandırılan ziyaretçilerin, yörelere özgü yiyecek ile içecekleri deneyimleyerek yeni lezzetleri tatma arzusu amacıyla farklı yöreleri ziyaret etmelerine öncü olmaktadır (Tüfekçi vd., 2016).

Yöreye özgü yiyecek ve içecek ürünlerinin bilinirliğinin artırılması ve ürünün standardının korunarak sürdürülebilirliğinin sağlanması amacıyla, coğrafi işaret tescil işlemleri tamamlanmış ya da henüz başvuru aşamasında olan yöresel ürünler hakkında çeşitli tanıtım ve pazarlama çalışmaları bulunmaktadır. Coğrafi işaret tescil sistemine sahip ürünlerin gastronomi turizminde çekicilik unsuru barındırmasından ötürü, yöreye özgü nitelikleri taşıyan ve yöreyle özdeşleşen ürünlerin katkısı aynı türdeki diğer ürünlere göre daha yüksek gelir getirici etkiye sahip olmaktadır (Ertan, 2010; Özdemir ve Altın, 2018). Bu hususta yiyecek ve içecek hizmeti sunan işletmeler menülerinde coğrafi işaret tescilli yöresel yiyecek ve içeceklere yer vererek, işletmenin gelirlerini ve yöreye özgü ürünlerin ziyaretçiler tarafından bilinirliğini de arttırmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, Diyarbakır ilinde faaliyet gösteren yiyecek ve içecek işletmelerinde yöresel ve coğrafi işaret tescilli yiyecek içecek ürünlerinin menülerde yer verilme durumunu tespit etmektir. Bu amaç doğrultusunda, çalışmada gastronomi kavramı ve gastronomi turizmi, coğrafi işaret kavramı ve türleri ile Diyarbakır ilinin genel özellikleri ve kent gastronomisi ele alınmıştır. Çalışmanın devamında ise, araştırma yöntemi ve yerel katılımcılar ile yapılan görüşmelerden elde edilen bulgulara ve ardından çalışma sonucuna yer verilmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Gastronomi Kavramı ve Gastronomi Turizmi

Yunanca kökenli olan gaster(mide) ve nomos(yasa) kelimelerinin bir araya gelmesiyle türeyen gastronomi, turizm, ziraat, tarih, sosyoloji, biyoloji, felsefe, psikoloji, ekonomi, müzik, kimya, tıp, antropoloji, teknoloji, edebiyat, politika, din, coğrafya, ticaret ve hukuk gibi alanları kapsayan multidisipliner bir bilim dalı olarak kabul görmektedir (Cömert ve Özkaya, 2014; Özbay, 2017). Kavram ile ilgili literatür taraması yapıldığında birden fazla tanımlama ile karşılaşılabilir. İnsanların yaşamını devam ettirebilmesi amacıyla, yeme içme davranışında bulunması fizyolojik olaylardan biridir. Gastronomi insanların yeme ve içme ritüellerini incelerken, diğer yandan da üretime konu olan ürünlerin işlenmesini ele almaktadır (Özdemir ve Altın, 2019). Gastronomi kelimesinin kullanımına ilk olarak M.Ö. 4. yüzyılda Arcestratus tarafından yazılan bir eserde rastlanılmıştır. Ancak, gastronomi kavramı ile ilgili ilk çalışmalar Jean Anthelme Brillant Savarin tarafından 1825 yılında yayımlanan Tatmanın Fizyolojisi eserinde ele alınmıştır (Gök, 2020). Bir başka tanımlamada ise “yemek, tarih, sağlık, beslenme ve kültür kavramlarını yeme-içme yaklaşımıyla inceleyen bilim dalı” olarak ifade edilmiştir (Tovmasyan, 2019). Gastronomi yalnızca yemek hazırlama eylemi değildir. Tüketim biçimleri ile gıdaların ne ile tüketildiği gibi

ilgili hususları da kapsamaktadır. Aynı zamanda, yemek hazırlama ve tüketme eyleminin de ötesindedir (Rojas Rivas vd., 2020). Turizmin seyahat, konaklama, sağlık, tarih, kültür ve yeme içme faaliyetleri içermesi doğrultusunda gastronomi turizmi önem kazanmıştır. Gastronomi turizmi, alternatif turizm türleri içerisinde önemli bir yere sahip olup, bir yörenin tarihini, kültürünü, yiyeceklerin ve içeceklerin üretim ile tüketim ritüellerini ziyaretçiler tarafından deneyimlenmesini sağlayan turizm çeşidi olarak tanımlanmaktadır. Literatürde mutfak turizmi, yemek turizmi, gurme turizmi ve gastronomi turizmi gibi farklı şekillerde de ifade edilebilmektedir (Özdemir ve Altınar, 2019). Gastronomi turizmi, turist için ana motivasyonu yemek olan ve bir yeri ziyaret edip değer katabilen, turistleri kendine yaklaştıran bir deneyim yaşama imkânı sunan turizmdir. Aynı zamanda kültür turizminin bir kolu olarak kabul edilmektedir (Berbel-Pineda vd., 2019). Gastronomi, yerel ve bölgesel kalkınmada önemli bir rol oynayan kültürel ve turistik bir çekim faktörüdür. Bu bağlamda yemek turizmi, turistlerin bir destinasyonu ziyaret etmek için gastronomik olarak motive oldukları, üretici ve tüketici alanlarını ziyaret etme, festival ve alışveriş alanlarında bulunma ve kafe ile restoranlarda yemek yeme deneyimi olarak tanımlanmaktadır (Noguer-Junca vd., 2021).

Coğrafi İşaret Kavramı ve Türleri

Coğrafi işaretler, “belirgin bir niteliği olan ürünlerin bilinirliği ve diğer özellikleri bakımından bir alan, yöre, bölge ya da ülke ile ilişkisini ifade eden kalite göstergesi” (Şekil 1) olarak tanımlanabilmektedir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2025). Coğrafi işaretler üretilen ürünlerin benzersizliğini ve yüksek kalitesini belgeleyen bir ürün farklılaştırma prosedürünü ifade eden bir tür sertifikadır. Diğer bir tanımla, yerel ve bölgesel üretim süreçlerini ve ürün bütünlüğünü korumayı amaçlayan kalite güvence sistemidir (Laksono vd., 2022). Coğrafi işaret tescilinin amacı, ürünün üretimindeki özgün işlemler ile ilişkili yan ürünlerin korunması ve tüketicilerin ilgili ürünün özgün haline yanlıya uğramadan ulaşmasını sağlamaktır (Şimşek, 2020; Savaşkan ve Kınır, 2020). Coğrafi işaretler, bir ürünün menşe adını da içermektedir. Tarımsal ürünler üretim yerlerinden kaynaklanan niteliklere sahiptir ve iklim ile toprak gibi faktörlerden de etkilenmektedir (Dokuzlu, 2016). Coğrafi işaret tescilli gıda ürünleri yerel ve küresel pazarlarda rekabet avantajı sağlayabilir. Ürünlerin coğrafi kökene göre farklılık göstermesi, muadillerinden ayıran, sahtekarlıktan ve haksız rekabetten koruyan bir kalite işareti olduğu varsayılmaktadır (Filippis vd., 2022).

Coğrafi işaretleme çalışmaları yalnızca ülke sınırları içerisinde değil, uluslararası kapsamda da gerçekleştirilen anlaşma ve kanunlarla tüketicileri korumayı amaçlamaktadır. Sınai mülkiyet haklarının korunması kapsamında 20 Mart 1883 tarihli Paris Sözleşmesi ile ürünlerin kaynağı ile ilgili aldatıcı ve sahte mahreç tescilinin engellenmesi, 14 Nisan 1891 tarihli Madrid Sözleşmesi ile menşe adlarının korunması ve uluslararası tescili, 1958 Lizbon Sözleşmesi ve 15 Nisan 1994 tarihli ticaretle bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması ile coğrafi işaret tescili amacıyla oluşturulmuş uluslararası kapsamda kabul görmüş yasalar bulunmaktadır (Doğan, 2015).



Şekil 1. Coğrafi işaret tescil türü amblemleri

Kaynak: (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2025).

Menşe; bir ürünün, tüm veya esas nitelikleri belirli bir coğrafi alana ait doğal ve beşerî unsurlardan kaynaklanıyorsa, bu durumdaki coğrafi işaretlere denir. Ürünün üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinin tümünün belirlenen coğrafi alanın sınırları içinde gerçekleşmesi gerekmektedir. Bu çerçevede menşe adı olarak tescil edilen coğrafi işaretlerin kaynaklandıkları yöre ile bağları çok kuvvetlidir.

Mahreç; belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla belirli bir coğrafi alan ile özdeşleşmiş olan: üretim, işleme ya da diğer işlemlerinden en az birinin belirlenmiş coğrafi alan içinde gerçekleşmesi gereken ürünlerin konu olduğu coğrafi işaretlere denir. Ham maddesi veya üretim, işleme aşamalarında bir tanesi yörede gerçekleşen bir ürün mahreç işareti olarak tescillendiğinde diğer üretim ve işleme aşamaları kaynaklandığı yöre dışında da gerçekleştirilebilir.

Geleneksel ürün; menşe adı veya mahreç işareti kapsamına girmeyen ilgili piyasada bir ürünü tarif etmek için geleneksel olarak en az otuz yıl süreyle kullanıldığı kanıtlanan adlar, aşağıdaki şartlardan en az birini sağlaması halinde olarak tanımlanır:

- a) Geleneksel üretim veya işleme yöntemi yahut geleneksel bileşimden kaynaklanması,
- b) Geleneksel ham madde veya malzemeden üretilmiş olması (6769 Sayılı SMK – Madde 34).

Coğrafi işaretlemenin bir diğer önemli hususu ise, küreselleşmeye karşı yöreselden başlatılan kırsal kalkınma aracı olmasıdır. Ekonomik boyutta kalkınma aracı olarak görev üstlenmesine yanında kültürel mirasın korunmasını da sağlamaktadır (Mercan ve Üzülmüş, 2014). Coğrafi işaret tescilli ürünler, ilgili yörenin gastronomik kimliğini kazanmasında önemli bir etken halinde olur iken, yörenin kültürünü ve geleneksel üretim yöntemlerini de bozmadan sürdürülebilir kılmak suretiyle korunmasına yönelik çalışmaları da kapsamaktadır. Coğrafi işaretli ürünler pazarlama aracı olarak kullanıldığında ise, bölge halkının refah düzeyini ve gelir kaynaklarını arttırmaktadır (Pamukçu vd., 2021). Bu kapsamda Türkiye, coğrafi özelliklerine bağlı olarak tarımsal üretim açısından çeşitlilik göstermektedir. Türkiye’de coğrafi işaretleme sisteminde yer alan listeler incelendiğinde coğrafi işaretleme başvurularının bu ürünler üzerinde yoğunlaşması önemlidir (Güçlütürk Baran, 2020). Türkiye, yöresel ürün çeşitliliği açısından oldukça zengindir. Türk

kültürü, Çin'den Avusturya'ya, Rusya'dan Kuzey Afrika'ya kadar kültür medeniyetleri etkilemiş ve etkilenmiştir (Dokuzlu, 2016).

Türkiye'de mutfak kültürünün zenginliği, gastronomi turizmini de harekete geçirmektedir. Özellikle gastro turistlerin tescilli yöresel ürünlere olan ilgileri neticesinde, Türkiye gastronomi destinasyonlarından biri haline gelmiştir. Gastronomi turizmi ve coğrafi işaretleme arasında ilişki kurulması, yerelden kalkınmaya fayda sağlayabilmektedir. İlgili bölgelere gelir getirici etken olurken, coğrafi işaret tescilli ürünlerin üretildiği bölgeler de cazibe unsuru haline gelmektedir. Destinasyonlarda sunulan coğrafi işaret tesciline sahip yöresel lezzetleri deneyimlemek gastronomi turizmi hareketliliğinde bulunan ziyaretçinin temel amaçlarından birini taşıırken, turizm geliri pastasından payını almak isteyen ülkeler de hem coğrafi işaretleme sistemine hem de gastronomi turizmüne yönelik planlarını gerçekleştirmeye çalışmaktadırlar (Yıkılmış ve Ünal, 2016; Pamukçu vd., 2021).

Ülke, bölge ya da şehir ile özdeşleşen ürünler tescil edilerek hem tüketici hem üreticinin korunmasının yanı sıra hem de ürünün üretim tüketim ritüeli de gelecek nesillere aktarılmış olur. Bu bağlamda çalışmada ele alınan Diyarbakır ilinin de diğer iller gibi geleneksel yeme içme ürünleri arasında bulunan Diyarbakır Boğazkere üzümü, Çermik Biberi, Karpuz, Örgü Peyniri, Karacadağ Pirinci ve Diyarbakır geleneksel yemekleri gibi ürünlerinin coğrafi işaret tescilinin yaptırılması en mühim adımlardandır.

Diyarbakır İlinin Genel Özellikleri ve Kent Gastronomisi

Diyarbakır, 12500 yıllık tarihi ile 33 medeniyete ve birçok önemli kültüre ev sahipliği yapmış, Mezopotamya bölgesinin en eski yerleşim merkezlerinden biridir (Derin, 2010). Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu bölgesinde yer alan Diyarbakır, nüfus yoğunluğu bakımından bölgenin en kalabalık şehri konumundadır. Yapılan Arkeolojik çalışmalar ile Ergani bölgesinde bulunan Çayönü, Bismil Bölgesinde bulunan Körtiktepe ile tarihin ilk yerleşim yerlerine örnek gösterilmektedir. Diyarbakır, barındırdığı zengin mutfak kültüründen ötürü yerli ve yabancı ziyaretçilerin ilgisini çeken gastronomi turizmi destinasyonlarından biri haline gelmiştir. Kente özgü yiyecek ve içeceklerin yerinde deneyimlenmesini sağlamak amacıyla gastronomi rotaları da belirlenmeye başlamıştır. Rotaların en önemli ziyaret alanında ise Sur bölgesi önemli bir rol oynamaktadır. Kamu kurum ve kuruluşları tarafından şehrin gastronomisinin gelişmesi ve yöresel ürünlerin sürdürülebilir kılınmasına yönelik önemli adımlardan biri, coğrafi işaret tescil çalışmalarının yürütülmesidir. Ürünlerin belirli standartlarda üretilmesini sağlama yoluyla taklitlerinin üretilmesinin ve piyasaya sürülmesinin engellenmesi ya da aslının ayırt edicilik özelliği kazandırılması ile hem üretici hem de tüketicinin korunması amacı güdülmektedir. Diyarbakır'a özgü yöresel ürünlerin coğrafi işaret tescil işlemleri yürütülmekte olup, 15.10.2025 tarihi itibarıyla, Diyarbakır ili sınırları içerisinde 4 tanesi mahreç, 53 tanesi menşe olmak üzere toplam 57 farklı yiyecek içecek ürünün tescil işlemleri gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, 1'i mahreç ve 5'i menşe adı olmak üzere toplam 6 yiyecek ve içecek ürünü için tescil başvurusu yapılmıştır (TPMK, 2025). Coğrafi işaret tescilli ürünlerin korunarak, bu ürünlerin Diyarbakır ilinde gerçekleştirilen gastronomi turizmi hareketliliğinde yerini alabilmesi amacıyla Diyarbakır Büyükşehir Belediyesi tarafından beyaz bayrak uygulamaları da yürütülmüştür. Beyaz bayrak uygulaması ile ziyaretçilerin turizm işletmelerinde ilgili destinasyonların tercih edilebilmesi amaçlanmıştır. Diyarbakır il sınırları içerisinde faaliyet gösteren konaklama tesisleri ve yiyecek içecek işletmelerine yönelik hijyen standartlarının oluşturulması ve bu sistemin devamının

sağlanması hedeflenmiştir. Diyarbakır'ın yöresel mutfak kültürünün ulusal ve uluslararası çapta tanınmasını sağlamak ve Diyarbakır'ın önemli çekim alanları arasında yer alan Sur bölgesinde Diyarbakır mutfağı ile anılan yiyecek ve içeceklerin belirli kurallar çerçevesinde üretilmesi ve ilgili ürünlerin satışını gerçekleştiren işletmelerin belirlenmesi amacıyla beyaz bayrak belgelendirme sistemi uygulanmıştır. Diyarbakır'da faaliyet gösteren ve Diyarbakır'a özgü yiyecek ile içecekleri üreten ve satışını yapan işletmeler, söz konusu beyaz bayrak belgesine sahip oldukları taktirde birtakım avantajlar elde etmektedir. Bu avantajlar aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir:

- Diyarbakır ilinde yürütülen gastronomi temalı gezilerde öncelikle beyaz bayrak belgeli işletmeler önerilir,
- İşletmede Diyarbakır iline ait yöresel ürünlerin üretiminin ve satışının yapıldığı belgelendirilmiş olur,
- Yerli ve yabancı ziyaretçilerin, ilgili işletmeye hijyen ve özgünlük açısından güven duymaları sağlanır,
- İlgili işletmenin Türk mutfağına yaptığı katkılarından ötürü ulusal ve uluslararası organizasyonlarda tanıtımı gerçekleştirilir.

Bu gibi belgelendirme sistemlerinin, etkinlik ve diğer uygulamaların ortaya çıkarılması ve örnek teşkil etmesi hem üretici hem de tüketici açısından önemli bir rol oynamaktadır. Dolayısıyla bölgesel ve ulusal ekonomiye katkılar da ortaya çıkmaktadır. Ürünleri daha kaliteli veya aslına uygun üretmek ve sunmak her ne kadar önemli hale gelse de taklitlerinden ayırt edicilik ise zorluk gösterebilmektedir. Bu anlamda yöresel ürünlerin incelenmesi ve coğrafi işaretleme sistemine başvurularının desteklenmesi örnek uygulamalar olarak yer almaktadır. Bu sistem ile geleneksel ya da yöresel ürünlerin aslına uygun bir şekilde gelecek nesillere aktarılmasının da büyük önem gösterdiği ifade edilebilir.

Yöntem

Araştırma kapsamında yiyecek içecek işletmelerinde Diyarbakır'ın yöresel ve coğrafi işaret tescilli yiyecek ve içecek ürünlerinin menülerde yer verilme durumunu tespit etmek amaçlanmıştır. Dolayısıyla katılımcı görüşleri üzerinden yerel katılımcıların yöresel yiyecek ve içeceklere yönelik farkındalık durumunun ortaya çıkarılması da sağlanabilmektedir. Bu bakımdan çalışma önem göstermektedir. Bu araştırmada durum çalışması deseni temel alınmış olup, ilgili araştırmanın gerçekleştirilebilmesi için “İzmir’de Yöresel ve Coğrafi İşaretli Yiyecek ve İçeceklerin Menülerde Yer Verilme Durumu” adlı araştırma makalesi örnek alınmıştır. Araştırmada nitel araştırma yaklaşımı kapsamında sesli ve görüntülü iletişim araçları yoluyla görüşmeler yapılarak veriler elde edilmiştir. Görüşme tekniği ile araştırmaya katılan kişilerin deneyimlerine dayalı bilgileri, algıları ve düşünceleri elde edilmiş olup, araştırmada yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme tekniği, sosyal bilimler alanlarında sıkça kullanılan araştırma yöntemlerinden biridir (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Bu teknikte araştırmaya dahil edilen katılımcıların, belirlenen konu üzerinde bakış açısını, düşüncelerini, deneyimlerini, niyetlerini ve yorumlarını elde etmek amaçlanmaktadır. Görüşme tekniği olarak sıklıkla yapılandırılmış, yarı yapılandırılmış, yapılandırılmamış ve odak grup görüşmesi gibi farklı görüşme teknikleri uygulanmaktadır

(Karataş, 2017). Araştırmacı, görüşmede iletilen bilgiler doğrultusunda soruları genişleterek görüşmenin akışını değiştirebilir ve yanıtların ayrıntılı bir şekilde elde edilmesini sağlayabilir. Bu doğrultuda araştırılan konu ile ilgili derinlemesine görüşme yöntemi uygulanmıştır. Bu yöntem ile katılımcılara açık uçlu soruların da sorulması ve detaylı cevapların alınması amaçlanmıştır (Türnüklü, 2000, Tekin, 2006). Araştırmada yararlanılan görüşme formundaki sorular, Toprak ve Oğuz (2017) ile Dağdeviren'in (2019) çalışmalarından izin alınarak bu araştırma amacı doğrultusunda araştırmacı tarafından uyarlanmıştır. Araştırma kapsamında 19 katılımcı ile çevrimiçi ortamda görüşmeler yapılmıştır. Görüşmeler yaklaşık 20'şer dakika sürmüş olup, bu görüşmelerin saklanabilmesi amacıyla ses ve görüntü kayıtları alınmıştır. Görüşmelerin tarihi ve saati de not edilmiştir. Araştırma kapsamında katılımcılara 10 farklı soru yöneltilmiş olup, yapılan görüşmelerin odak noktası "Diyarbakır'ın yöresel yiyecek ve içecekleri restoranlarda ya da diğer turizm işletmelerinde sunulmakta mıdır? Yanıtınız hayır ise size göre bunun nedenleri nelerdir? Yanıtınız evet ise neden? Hangileri?" sorusu da yöneltilerek nedenleri derinlemesine ele alınmıştır. Bu bakımdan ilgili araştırma kapsamında katılımcıların bu soru üzerinden verdikleri yanıtlar da aktarılmıştır. Araştırma örneklemini sivil toplum kuruluşu, akademisyenler, turizm işletmesi yöneticileri ve/ya sahipleri, belediye yöneticisi gibi katılımcılar oluşturmaktadır. Derinlemesine görüşme yönteminin uygulanması üzere örnekleme gidilmiştir. Araştırmanın örneklemini, Diyarbakır ili sınırları içerisinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerindeki şef aşçılar (8 kişi), restoran sahipleri (3 kişi), konaklama işletmesi yöneticileri (2 kişi), ticaret odası yöneticisi (1 kişi) ve fuar yöneticisi (1 kişi) olmak üzere toplam 15 kişi oluşturmaktadır. Katılımcıların seçiminde bir destinasyonun geliştirilmesine yönelik çalışmalar yapma, bilgi aktarma, uygulama yapma, ürün üretme ve sunma özellikleriyle destek olan yerel paydaşlar olması temel alınmıştır. Yerel paydaşlar arasından Diyarbakır'da faaliyet gösteren ve araştırmaya katılmaya gönüllü olan 15 yerel katılımcı, örnekleme yer almıştır. Önceden hazırlanan araştırma soruları katılımcılara e-posta veya telefon uygulamaları üzerinden ulaştırılmış olup, katılımcılardan randevu alınarak görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların seçilmesinde Diyarbakır iline ait coğrafi işaret tescilli ürünlere sahip turizmde öne çıkan ilçelerdeki katılımcıların olmasına da özen gösterilmiştir. Bu araştırma için örneklemden gereken faydanın elde edilmesi yönünde mümkün olduğunca farklı ve temsil yeterliği olan katılımcıların örnekleme dahil edilmesi, yeterince geçerli ve güvenilir temsili bir örneklem üzerinde çalışılmasına yönelik önemli bir noktadır. Bu bakımdan nitel çalışma kapsamında maksimum çeşitlilik örnekleme tekniği (Türnüklü, 2000; Yıldırım ve Şimşek, 2016) kullanılmıştır. Araştırma verilerinin toplanma süreci 2025 yılı Mart-Haziran ayları arasında gerçekleştirilmiştir. Araştırmada ulaşılan sonuçların doğruluğu ve güvenilirliği, farklı bakış açılarını içermesi ve araştırma sorularının katılımcılara aynı şekilde yöneltilmesi araştırmanın geçerliği ve tutarlılığı açısından önemli hususlar olarak kabul edilmektedir (Başkale, 2016). Bu çalışmada nitel araştırma yaklaşımı kullanılmıştır. Deneysel süreçlerle ilerleyen nicel araştırmalardan farklı olarak, olayın arkasındaki nedenleri kavramaya yönelik olan nitel araştırma, neden? niçin? nasıl? hangi? ne şeklinde? sorularına daha ayrıntılı yanıtlar almaya yönelik önemli bir araştırma yaklaşımıdır (Baltacı, 2019). Nitel araştırmada geçerliliğin yalın bir biçimde sunulabilmesi için, araştırmacının ilgili konuyu objektif bir biçimde değerlendirmesi ve geçerliliği bu yönden desteklemesi gerekmektedir. Bu bağlamda araştırmada katılımcıların ifadeleri, doğrudan alıntılarla aktararak da geçerliğin sağlanması amaçlanmıştır (Karataş, 2015; Yıldırım ve Şimşek, 2016). Aynı zamanda katılımcıların görüşleri doğrultusunda elde edilen bilgilerin güvenilirliği ve doğruluğu için iki araştırmacı tarafından inceleme gerçekleştirilmiştir (Türnüklü, 2000). Özetle, araştırmada görüşme tekniği ile ilgili verilerin kayıtlara dayalı olarak elde edilmesi, maksimum çeşitlilik örnekleme yöntemine gidilmesi, verilerin analizi ve bulgularının değerlendirilmesinin iki kişi

tarafından gerçekleştirilmesi ile birlikte betimsel analiz ile alıntılara doğrudan yer verilmesi araştırmanın geçerliliğini arttırdığı ifade edilebilir. Bu araştırma, katılımcıların görüş ve ifadeleriyle, Diyarbakır ili örneklemeyle ve kendilerine ulaşılabilen ve çalışmaya katılmaya gönüllü olan destinasyon paydaşlarıyla sınırlıdır. Diğer taraftan araştırma sonuçları, kullanılan nitel yaklaşım nedeniyle genelleme yapmaya olanak vermemektedir.

Bulgular

Görüşme tekniği kullanılarak elde edilen veriler, bilgisayar ortamına aktarılmış ve bu aktarımdan elde edilen veriler ışığında araştırmanın bulguları, katılımcıların demografik bilgileri (Tablo 1) ve araştırma bulguları olmak üzere aşağıda sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcı Kodu	Cinsiyet	Öğrenim Durumu	Yaş	İkamet Yeri	Edilen Meslek	Sektördeki Deneyim Yılı
K01	Erkek	Lisans	46	Yenişehir	Fuar Yöneticisi	22
K02	Erkek	Lise	40	Kayapınar	İşletmeci Şef	26
K03	Erkek	Lise	40	Sur	Aşçıbaşı	27
K04	Erkek	Lise	50	Sur	Aşçıbaşı	32
K05	Erkek	Lise	43	Sur	İşletmeci	24
K06	Erkek	Lise	41	Kayapınar	İşletmeci Şef	23
K07	Kadın	Lise	35	Sur	Otel Müdürü	19
K08	Erkek	Ortaokul	47	Sur	Aşçıbaşı	32
K09	Erkek	Lise	44	Sur	Şef	30
K10	Erkek	Lise	34	Sur	Aşçıbaşı	17
K11	Erkek	Ortaokul	50	Yenişehir	Aşçıbaşı	35
K12	Erkek	Lisans	42	Sur	Otel Müdürü	20
K13	Kadın	Lisans	50	Yenişehir	İşletmeci	
K14	Erkek	Lisans	33	Kayapınar	İşletmeci Şef	5
K15	Erkek	Lisans	47	Yenişehir	İşletmeci	12
					Ticaret Odası Yöneticisi	25

İlgili çalışmada katılımcılara “Diyarbakır’ın coğrafi işaretli yemeklerinin biliyor musunuz?” Yanıt evet ise hangileri, yanıt hayır ise neden soruları yöneltilmiş olup; toplam 14 katılımcı (K01, K02, K04, K05, K06, K07, K08, K09, K10, K11, K12, K13, K14, K15) sayıca fazla gastronomik ürün ve yemekleri iletirken, bir katılımcı (K03) ise gastronomik ürün ve yemeklerin yanı sıra kuyumculuk örneğini de yanıt olarak vermiştir. Katılımcıların ifadeleri incelendiğinde, birçok katılımcı tarafından son yıllarda Diyarbakır ili ile anılan markalaşmış ürünlerin kullanıldığı, aynı zamanda lokanta, restoran ve benzer işletmelerde bu ürünlere yer verildiği; birkaç katılımcı tarafından evde yapılan yemeklerin menülerde sıklıkla yer aldığı ancak Meftune gibi yemeklere birkaç restoranda yer verildiği, kırsal mutfak örnekleri olan yemeklerin menülerde genel olarak yer almadığı; Sur ilçesinde daha çok, diğer ilçelerde ise daha az ağırlık verildiği ancak Diyarbakır şehir merkezindeki işletmelerin bu konuda yetersiz olduğu; birçok katılımcı tarafından son yıllarda coğrafi işaretli ürünlerin menülerde daha sık yer aldığı ve bununla karşılaştığı, Kibe Mumbar,

Kemikli Kebap, Ayvalı Kavurma gibi yemeklerin örnek olarak verebileceği ve faaliyetlerine yeni başlayan işletmelerin geleneksel yemekleri modern hale getirerek bu işletmelerin yerel üreticileri desteklediğini, Diyarbakır’a gelen ziyaretçilerin artık kültür, din turizmi dışında gastronomi turizmi hareketliliği kapsamında da gelmeye başladığı ve şehirdeki restoranların hizmet kalitesinin de bununla birlikte yükselişe geçtiği; bir katılımcı tarafından ise yöresel yiyecek ve içecek sunan restoranlara rastlanıldığı ve özellikle Sur ilçesinde bu tür restoranların olduğu ancak beş yıldızlı oteller bünyesinde bulunan restoranların menülerinde yöresel yiyecek ve içeceklerin sunulmadığı belirtilmiştir. Konu ile ilgili diğer katılımcıların ifadelerinden bazıları ise aşağıda yer almaktadır;

K01 kodlu katılımcı; “coğrafi işaret kavramı sizce nedir? Ne anlama gelmektedir? sorusuna bir coğrafya ve kültüre dayalı gelişim sürecini tamamlamış ayırt edici özellikleri olan ürünler cevabını vermiştir. Sizce Diyarbakır coğrafi işaretli yemekleri turistler tarafından yeterince biliniyor mu? sorusuna; çok az bir kısmı biliniyor yerel işletmelerin gerekli önemi vermemesi ve bunun doğru ve yeterli üretimi durumunda Kent mutfağının farklılaşmasını sağlayacaktır böylece özelleşmiş bir mutfak kentin gastronomi turizmi geliştirecektir” cevabını vermiştir.

K02 kodlu katılımcı; “Diyarbakır coğrafi işaretli yemeklerini biliyor musunuz? Hangileri? Nasıl?” sorusuna kısmen diye cevap vermiştir. Kibe Mumbar, Kuru Dolma, Meftune, Ciğer, Kadayıf, Kaburga Dolması, İçli Köfte, Kemikli Kebap, Perdeli Ciğer. Kibe Mumbar ve Meftune gibi yemekler küçüklikten evde yapıldı, diğerlerini ise sektörden öğrendim. Sizce “Diyarbakır coğrafi işareti yemekleri turistler tarafından yeterince biliniyor mu? Nasıl? Neden? Sorularına “Tabii ki bilinmiyor. Yeterince tanıtım olmadığı ve restoran menülerinde yer almadığından dolayı. Rehberlere eğitim verilerek gastronomi düzgün tanıtımları sağlanabilir. Turistlerin konakladıkları otellerin mutfaklarına coğrafi işaretli yemekler eklenebilir Sur bölgesinde restoranlar ve lokantalar neredeyse sadece Ciğerci gibi hareket ediyorlar lokantaları Ciğerci mantığından çıkarmak gerekiyor turistlerin akşam düzgün yerlerde zaman geçirmeleri ve coğrafi işaretli yemekleri yiyecekleri mekanlar yaratmak gerekiyor.” çözümleyici cevaplar vermiştir.

K03 kodlu katılımcı (kendisinden izin alınarak isim belirtilmiştir; The Green Park Hotel Executive Chef Mehmet Demir); “Sizce coğrafi işaretli yemekler kentin turizmine ya da gastronomi nasıl bir katkı sağlar?” sorusuna “iyi bir tanıtımla UNESCO’ya girecek potansiyeli olan bir kültüre sahibiz. Örneğin Fransızlarda dip sos vardır, iyi bir tanıtımla nardan aşının sosunu tüm dünyaya iyi bir dip sos olarak sunabiliriz.” diyerek dünya mutfağına hakimiyetini göstermiş ve yöresel yemeklerin dünya örnekleriyle karşılaştırılabilir olduğu örneğini belirtmiştir.

Coğrafi işaret belgeli ve yiyecek&içecek işletmelerinin menülerinde sunulabilecek Diyarbakır iline özgü yöresel ürünlerin tescil durumu aşağıda (Tablo 2) sunulmuştur.

Tablo 2. Menülerde Sunulabilecek Coğrafi İşaret Tescilli Ürünler ile Tescilsiz veya Başvuru Aşamasındaki Yöresel Ürünler

Sıra No	Coğrafi İşaret Tescilli Ürünler	Coğrafi İşaret Tescilli Ürünler Aşamasındaki Ürünler	Bulunmayan veya Başvuru Aşamasındaki Ürünler
		Coğrafi İşaret Başvurusu Yapılan Ürün/Ürünler	Coğrafi İşaret Başvurusu Yapılabilecek Ürün/Ürünler
1	Armut Tatlısı	Beli Bağlı	Aluce Aşı
2	Ayva Dizmesi	Çağla Eşkenesi	Bezirgan Aşı

3	Ayvalı Kavurması	Elma Dizmesi	Bismil Tava
4	Ayvalı Köfte	Etli Işkın	Bulgur Ekmeği
5	Babaganuç	Kahki	Dan Helti
6	Badem Ezmesi	Kavun Zerdeşi	Diyarbakır Çöreği
7	Bakla Meftunesi	Meyan Şerbeti	Dut Balı
8	Boğazkere Üzüümü	Nergizleme	Fırın Güveç
9	Burma Kadayıfı	Piçik	Gerdan
10	Ciğer Kebabı	Reyhan Şerbeti	Katme
11	Cimili Tatlısı	Tarhana	Kelleli Dolma
12	Çakıl Ekmeği	Taş Ekmeği	Kızrık
13	Çermik Biberi	Zerde	Kurutma Tava
14	Dalak Dolması		Merhute
15	Diyarbakır Şehriyesi		Musulaşı
16	Duvaklı Pilavı		Poçık
17	Ekşili Balık		Sargı Burma
18	Ekşili Dolması		Sütlü Nuriye
19	Erikli Yaz Türüsü		Şeker Lokum
20	Et Eşkenesi		Taraklık Tava
21	Gebol Yemeği		Yumurtalı Pestil Kızartması
22	Gendüme Aşı		
23	Habenisk Çorbası		
24	Hedik Yemeği		
25	Hıllorik Aşı		
26	Hırçikli Meftunesi		
27	İçli Köftesi		
28	İncaz Hoşafı		
29	Kabak Meftunesi		
30	Kaburga Dolması		
31	Kağırdaklı Ekmek		
32	Karacadağ Pirinci		
33	Karpuz		
34	Kemikli Kebabı		
35	Kenger Boranisi		
36	Kenger Meftunesi		
37	Kengerli Bulgur Pilavı		
38	Kibe Mumbar		
39	Kulak Çorbası		
40	Kuru Dolması		
41	Kürt Mustafa Çorbası		
42	Lebeni		
43	Lepik Köftesi		
44	Mastava Aşı		
45	Meyir Çorbası		
46	Nardan Aşı		
47	Örgü Peyniri		

48	Paşa Lavaşı
49	Patlıcan Meftunesi
50	Patlıcanlı Kazan Kebabı
51	Pencegoşt Pilavı
52	Perdeli Ciğer Kebabı
53	Simindirik Çorbası
54	Şırdanlı Pastırması
55	Tavuk Eşkenesi
56	Tirit Yemeği
57	Üsküre Kebabı

Gerçekleştirilen görüşmeler neticesinde coğrafi tescilli ürünün menülerde çoğunlukla yer aldığı saptanmıştır. Bazı tescilli yemeklerin işletmeciler tarafından bile bilinmediği fark edilmiştir. Sorulduğunda ise önce şaşkınlık daha sonra da ticarileştirilemeyeceği belirtilmiştir. Örneğin kırsal mutfak örneklerinden Mastava Aşı veya Gebol yemeğinin insanlar tarafından tercih edilmeyeceği korkusu nedeniyle menüye eklenemeyeceğini belirtmişlerdir. Coğrafi tescili bulunmayan ya da coğrafi işaretleme kapsamında ürünler sınıflandırıldığında 13 ürünün başvuru aşamasında yer alan ürünler olduğu, 21 ürünün ise coğrafi tescili bulunmayan yöresel ürün kategorisinde yer aldığı belirlenmiştir.

Sonuç, Tartışma Ve Öneriler

Yöresel yiyecek ve içecek ürünlerinin Diyarbakır bölgesinde yer alan restoran ve turizm işletmelerinde üretim ve hizmet durumunun belirlenmesi amacıyla yürütülen bu araştırma kapsamında katılımcılara derinlemesine görüşme yöntemi uygulanarak yarı yapılandırılmış ve açık uçlu 10 soru yöneltilmiştir. Yapılan görüşmelerin odak noktası olarak “Diyarbakır’ın coğrafi işaretli yemeklerinin biliyor musunuz?” Yanıt evet ise hangileri, yanıt hayır ise neden? soruları üzerinden yanıtlar değerlendirilmiştir. Yapılan görüşmelerde coğrafi işaret tesciline sahip yiyecek ve içeceklerin günlük yaşamın içerisinde birçok katılımcı tarafından farkına varılmadan tüketildiği veya sunulduğu bilgisine ulaşılmıştır. Diyarbakır’ın yöresel yiyecek ve içeceklerinin restoranlarda ya da turizm işletmelerinde sunulduğunu ifade eden katılımcıların sayısı toplam 15 olup, neredeyse tüm katılımcılar yöresel yiyecek ve içeceklerin işletmelerde çok az oranda sunulduğunu ifade etmiştir. Diyarbakır iline ait yöresel ve coğrafi işaretli ürünler hakkında yeterli bilgi birikimine sahip olan katılımcılar, konunun önemi doğrultusunda ilgili araştırmalar ve çalışmalar yürütmekte veya menülerinde coğrafi işaret tescili gerçekleştirilmiş ürünlere yer vermektedirler.

Araştırma kapsamında kamu kurumları, gastronomi dernekleri ve yiyecek içecek işletmelerinin gastronomi adına gerçekleştirdikleri faaliyetler ile yöresel ve coğrafi işaretli yiyecek içecek ürünlerinin menülerde yaygınlaştırılması, sürdürülebilirliğinin sağlanması ile şehri ziyaret eden yerli ve yabancı turistlere tanıtılması amaçlanmıştır. Fakat, ilgili faaliyetlerin şehir merkezindeki işletmeler üzerindeki etkisinin yeterli düzeyde olmadığı bilgisi elde edilmiştir. Diyarbakır ilinde yer alan ve gastronomi açısından önemli çekicilik unsurlarını barındıran Sur ilçesinde ise, gastronomi ve yerel ürünler adına önemli faaliyetlerin gerçekleştirilmesi söz konusudur. Sur ilçesi gastronomi potansiyelinin ulusal ve uluslararası boyutta sunulabilmesi, ilçede faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin gastronomi turizminden istenilen geliri elde edebilmesi ve yöresel gastronomi ürünlerinin üretim ve tüketim ritüellerine önem gösterilerek sürdürülebilirliğinin

sağlanması amacıyla, Gastronomi sokağı denilen cadde oluşturulmuş ve yöresel restoranların yanında modern restoran ve kafeler de yer almaktadır. Sur ilçesinde faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekli yiyecek içecek işletmelerinde de yöresel ürünlerin bölgeye katkısı hakkında farkındalık oluşmaya başladığı ve yöreye ait ürünlerle üretilen yiyeceklerin gerek geleneksel gerekse modernize edilerek menülerde daha fazla yer aldığı yapılan görüşmelerden elde edilen bilgiler arasında yer almaktadır. Yapılan görüşmelerde şehir merkezinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin yöresel ürünleri sunduğu ancak, ilgili ürünlerin coğrafi işaret tescilli olup olmadığı konusunda işletme çalışanlarının yeterli bilgi birikimine sahip olmadıkları görülmektedir. Kamu kurum ve kuruluşları tarafından yürütülen gastronomi temalı çalışmalara Diyarbakır'da faaliyet gösteren yiyecek ve içecek işletmelerinin davet edilerek bilgilendirilmesi gerekliliği de ortaya çıkmıştır. Coğrafi işaret tescili ve gastronomi turizmi ilişkisinin anlaşılabilmesi için, çalışmaların önemi, amacı ve kazanımlar hakkında bilgilendirme toplantılarının yapılması gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Çalışmada, yöresel ürünlerin coğrafi işaret tescilli olup olmama durumunun belirlenmesinin yanı sıra destinasyonlarda belirlenecek yöresel ürünlerin coğrafi işaretlemeye konu olabileceği ifade edilebilir. Ayrıca çalışmada bölgeyi ziyaret eden turistlere gastro-rehberlik konusunda ihtiyaç duyulduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Bu sonuç ile paralel olarak Başoda ve arkadaşlarının (2018) üzerinde durduğu gibi belirli bir destinasyonun yerel mutfak kültürüne özgü gastronomi uzmanlığında konu, etkinlik ve mekân uzmanlığı bileşenlerinin önem göstermesi ve aynı zamanda gastronomi turları için deneyim, ziyaret, keşif ve katılım ile gastronomi rehberliğinde bilgilendirme ve deneyim kazandırma boyutlarının gastro-rehberliği şekillendirebileceği ve bu doğrultuda turlarda aktarılan bilgi kalitesinin ve deneyimlerin geliştirilebileceği ileri sürülebilir. Bu çalışma konusuyla benzer şekilde Manisa'da (Hazarhun ve Tepeci, 2018) ve Van'da (Saatci, 2019) gerçekleştirilen çalışmalar yanında daha genel olarak uçak içi ikram menülerinde de ulusal coğrafi işaretli ürünlerin yer verilme durumunu tespit etmek üzere (Şahin, 2020) özellikle son yıllarda gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde, yöresel ürün ve coğrafi işaretleme konusunda henüz tanıtımın ve ilgili ürünlerin menülerde yer verilme durumunun eksik olduğu anlaşılmaktadır. Örneğin, Işın ve Yalçın'ın (2020) yaptığı çalışma sonucuna göre Türkiye'de 630 yiyecek ve içecek işletmesi kapsamında yalnız 21 işletmenin menüsünde tescilli mahreç işaretli ürünün yer aldığı ortaya çıkmıştır. Bu çalışma, özellikle yerli ve yabancı turistlerin ziyaret ettiği Türkiye'nin en fazla nüfusunu barındıran iller arasında öne çıkan Diyarbakır'da ve Diyarbakır'daki yalnız yiyecek ve içecek işletmeleri üzerinde değil, aynı zamanda farklı paydaşların algılarına ve görüşlerine göre konunun ele alınması yönünden literatüre diğer çalışmalardan farklı bir katkı sunmaktadır.

Gastronomi turizminin daha kapsamlı ve yoğun bir şekilde gerçekleşmemesinde çalışanların yeterli bilgi birikimine sahip olmaması durumu söz konusudur. Ancak yeme-içme ihtiyacının giderilmesi yanında yöresel lezzetlerin sunumunun arttırılması, ziyaretçilerin ilgili bölgede daha fazla vakit geçirmesinde etkili olabilmektedir. Bununla birlikte, coğrafi işaretli yöresel ürünlerin tanıtımının hedef kitleye güçlü bir şekilde yapılmasının yanı sıra, ziyaretçilerin bölgede uzun vakit geçirmesi ekonomik açıdan katkı sağlayabilir. Dünya çapındaki birçok destinasyon, geleneksel yiyecek ve içecekleri cazibe unsuru olarak kullanıp, bu alanları yemek ve kültür merkezi olarak pazarlamaktadırlar. Destinasyonlarda ziyaretçilerin kalış süreleri, bölgedeki ürün çeşitliliğine göre artış göstermektedir (Balderas-Cjudo vd., 2019). Yöresel veya coğrafi işaretli ürünlerin menülerde sunulması, ilgili destinasyonda hareketliliği arttırmaktadır. Bölgeyi ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin, menülerde şehrin yemek kültürünü yansıtan ürünler ile karşılaşarak ilgili ürünleri

deneyimleme isteği bulunmaktadır (Lu ve Chi, 2018). Bu durum neticesinde, Diyarbakır şehir merkezinde yöresel ve coğrafi işaret tescilli ürünlere menülerde yer veren işletmelerin yaygınlaşması hem kent kültürünün tanıtımı hem de ekonomik kalkınma açısından oldukça önem arz etmektedir. Aynı zamanda, gastronomi turizmi yalnızca ziyaretçilere hitap etmekle kalmayıp, bir destinasyonun sürdürülebilir kalkınmasına da katkıda bulunmaktadır. Gastronomi turizmi faaliyeti içerisinde bulunan turist, harcamalarının üçte birinden fazlasını yeme içme faaliyetine ayırırken, bölgede yaptığı diğer alışverişler ile ekonomik katkı sağlamaktadır. Bu açıdan gastronomi turizmi gelişmekte olan önemli bir olgu olarak ifade edilebilmektedir (Kumar, 2019). Bu olgu üzerine çalışmaların artırılması, turizm aracılığıyla gelecek nesillere ilgili ürünlerin aktarılmasında ve farklı kültürel değerlerin belirlenmesinde önemlidir. Araştırmadan elde edilen bilgiler doğrultusunda oluşturulan öneriler ise şu şekildedir;

- Diyarbakır ilinin turistik ilçelerinde faaliyet gösteren ve bilinirliği yüksek olan restoranlarında, kentin yöresel ürünlerinin menülerde yer almasının önemi ifade edilmeli ve bu konuda yiyecek ve içecek işletmeleri teşvik edilmelidir.
- Diyarbakır'ın mutfak zenginliğini yerli ve yabancı ziyaretçilere tanıtmak üzere Diyarbakır gastronomi müzesi kurulması, şehrin gastronomi kimliğinin güçlenmesini konusunda önemli bir araç olacaktır.
- Diyarbakır'ın mutfak zenginliğini yerli ve yabancı ziyaretçilere tanıtmak üzere Diyarbakır mutfağı tadım atölyelerinin kurulması, şehrin gastronomi kimliğinin güçlenmesini konusunda önemli bir araç olacaktır.
- Diyarbakır iline ait yöresel ürünler ile ilgili envanter oluşturulması ve bu ürünlerin standart reçetelere kavuşturulması ile mutfak kültürünün gelecek nesillere aktarılması sağlanacaktır.
- Diyarbakır ilinde yöresel ürünlerin farkındalığıyla, coğrafi işaretleme başvurularının yapılması önemlilik arz etmektedir.
- Coğrafi işaret tescil işlemleri gerçekleşen yöresel ürünlerin geleneksel ve yeni medya platformlarında daha fazla kitleye ulaştırılması sağlanabilir.
- Diyarbakır iline özgü yöresel ürünlerin ziyaretçiler tarafından daha fazla bilinmesi amacıyla, yiyecek ve içeceklerin uygulamalı üretimine dâhil olabilecekleri gastronomi merkezleri kurulması ve etkinliklere konu olması önemli olacaktır.
- İşletmelerin yöresel ürünler hakkında daha fazla bilgi sahibi olabilmesi amacıyla işletme yöneticilerinin ve üretime dahil olan diğer çalışanların eğitime tabi tutulması önemlidir.
- Menüye dahil edilen yöresel yiyeceklerin, coğrafi işaret tescilli olup olmadığı hakkında bilgilendirici işaretlemeler kullanılması, ziyaretçilerin tüketim tercihini belirleyici unsurlardan olacaktır.
- İşletmelerin gastronomi turizminden gerekli faydayı sağlayabilmesi amacıyla, menülerinde yer verdikleri yöresel ürünlerin sayısını arttırmaları, hedef kitlelerinin tercihlerini analiz ederek ilgili ürünlerin sunumlarında modern teknikleri de uygulayabilmeleri, ziyaretçilerin yöresel ürünlere olan algısını etkileyecektir.
- Yöresel yemek yarışmaları düzenlenerek yöresel yemeklerin bilinirliğinin artırılması sağlanmalıdır.
- Basit ve akılda kalıcı tek bir internet sitesi altında tüm gastronomi ürünlerinin yer alması sağlanmalı ve bunların nerelerde bulunabileceğinin açıkça belirtilmesi, tüketicilerin istedikleri veya merak ettikleri ürünlere ulaşmayı kolaylaştıracaktır. Böylece UNESCO gibi kuruluşlara başvuru yapıldığında referans kısmı sanal ortamda daha rahat araştırılabilecektir.

Kaynakça

- Balderas-Cejudo, A., Patterson, I., & Leeson, W. G. (2019). Senior foodies: A developing niche market in gastronomic tourism. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 16, 100152.
- Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır? *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(1), 368–388.
- Başkale, H. (2016). Nitel araştırmalarda geçerlik, güvenilirlik ve örneklem büyüklüğünün belirlenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9(1), 23–28.
- 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), 1809–1826.
- Berbel-Pineda, J. M., Palacios-Florencio, B., Ramírez-Hurtado, J. M., & Santos-Roldán, L. (2019). Gastronomic experience as a factor of motivation in the tourist movements. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 18, 100171.
- Cömert, M., & Özkaya, F. D. (2014). Gastronomi turizminde Türk mutfağının önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 62–66.
- Dağdeviren, A. (2019). Çankırı gastronomi turizmine ilişkin yerel katılımcıların görüşleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 3124–3139.
- Doğancılı, O. S. (2020). GAP turlarında coğrafi işaretli ürünlerin kullanımına ilişkin içerik analizi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 246–258.
- Derin, Z. (2010). İzmir-Yeşilova Höyüğünde yeni bir eğitim yöntemi: Zaman yolculuğu. *TÜBA KED Türkiye Bilimler Akademisi Kültür Envanteri Dergisi*, 8, 263–274.
- Doğan, B. (2015). Coğrafi işaret korumasının gelişmekte olan ülkeler için önemi. *Social Sciences*, 10(2), 58–75.
- Erdoğan, S., & Özdemir, G. (2018). İzmir destinasyonunda gastronomi turizmi üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 249–272.
- Ertan, A. (2010). Prestijli tarım ürünlerinin pazarlanmasında kalite ve coğrafi işaret kavramlarının tutundurulması ve bu bağlamda tarım satış kooperatiflerinin önemi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12, 157–170.
- Filippis, D. F., Giua, M., Salvatici, L., & Pineiro, V. C. (2022). The international trade impacts of geographical indications: Hype or hope? *Food Policy*, 112, 102371.
- Gök, H. S. (2020). Gastronomi turizmi. In F. A. Bilge & A. Cabi (Eds.), *Turizm türlerine profesyonel yaklaşım* (pp. 247–284). Ankara: Sage Yayınevi.

- Güçlütürk Baran, G. (2020). Turizmde gastronomi, coğrafi işaretli ürünler ve kültürel miras ilişkisi. In G. B.Güçlütürk (Ed.), *Sosyal bilimlerde güncel konular ve multi-disipliner yaklaşımlar-2* (pp. 18–40). Adıyaman: İKSAD Publishing House.
- Hazarhun, E., & Tepeci, M. (2018). Coğrafi işarete sahip olan yöresel ürün ve yemeklerin Manisa'nın gastronomi turizminin gelişimine katkısı. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek 1), 371–389.
- Karagiannas, D., & Metaxas, T. (2020). Sustainable wine tourism development: Case studies from the Greek region of Peloponnese. *Sustainability*, 12, 5223.
- Karataş, Z. (2017). Sosyal bilim araştırmalarında paradigma değişimi: Nitel yaklaşımın yükselişi. *Türkiye Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 70–86.
- Kumar, K. M. G. (2019). Gastronomic tourism: A way of supplementing tourism in the Andaman & Nicobar Islands. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 16, 100139.
- Laksono, P., Irham, Mulyo, H. J., & Suryantini, A. (2022). Farmers' willingness to adopt geographical indication practice in Indonesia: A psycho-behavioral analysis. *Heliyon*, 8(8), 1–13.
- Lu, L., & Chi, Q. G. C. (2018). Examining diners' decision-making of local food purchase: The role of menu stimuli and involvement. *International Journal of Hospitality Management*, 69, 113–123.
- Mariani, M., Casabianca, F., Cerdan, C., & Peri, I. (2021). Protecting food cultural biodiversity: From theory to practice. Challenging the geographical indications and the Slow Food models. *Sustainability*, 13, 5265.
- Mercan, Ş. O., & Üzülmaz, M. (2014). Coğrafi işaretlerin bölgesel turizm gelişimindeki önemi: Çanakkale ili örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(2), 67–97.
- Noguer-Junca, E., Crespi-Vallbona, M., & Fuste-Forna, F. (2021). Sociocultural and gastronomic revaluation of local products: Trumfa in the Vall de Camprodon (Catalonia, Spain). *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 26, 100425.
- Özbay, G. (2017). Düünden bugüne gastronomi. In M. Sarıuşık (Ed.), *Gastronomi bilimi* (pp. 1–35). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özdemir, G., & Altınır, D. D. (2018). Türkiye'de üretilen coğrafi işaret ile tescillenmiş peynir çeşitleri. In *Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi* (pp. 631–640). Kocaeli, Türkiye.
- Özdemir, G., & Altınır, D. D. (2019). Gastronomi kavramları ve gastronomi turizmi üzerine bir inceleme. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 1–14.

- Pamukçu, H., Saraç, Ö., Aytuğar, S., & Sandıkçı, M. (2021). The effects of local food and local products with geographical indication on the development of tourism gastronomy. *Sustainability*, 13(12), 1–13.
- Rieke, J. W. (2003, June). Popular feta faces identity crisis. *Dairy Pipeline*, 15(2). Wisconsin Center for Dairy Research. Retrieved from <https://www.ext.vt.edu/cgi-bin/WebObjects/Docs.woa/wa/getnews?cat=tt-news-dp&issue=200306>
- Rojas-Rivas, E., Urbine, A., Zaragoza-Alonso, J., & Cuffia, F. (2020). Cross-cultural representations of gastronomy among consumers in two Latin American countries. *Food Research International*, 140, 1–10.
- Saatcı, G. (2019). Coğrafi işaretli yiyeceklerin tanıtım unsuru olarak yöresel yemekler kapsamında değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(1), 358–374.
- Şahin, H., & Güçlütürk Baran, G. (2022). İzmir’de yöresel ve coğrafi işaretli yiyecek ve içeceklerin menülerde yer verilme durumu. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(4), 1180–1198.
- Şahin, Z. S. (2020). Ulusal gastronomik coğrafi işaretli ürünlerin uçak içi ikram menülerinde kullanımı. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 1880–1898.
- Tekin, H. H. (2006). Nitel araştırma yönteminin bir veri toplama tekniği olarak derinlemesine görüşme. *İstanbul University Journal of Sociology*, 3(13), 101–116.
- Toprak, L., & Oğuz, Z. (2017). Coğrafi işaretler ve Siirt ili örneği. In 18. *Ulusal Turizm Kongresi* (pp. 964–973). Mardin, Türkiye.
- Tovmasyan, G. (2019). Exploring the role of gastronomy in tourism. *SocioEconomic Challenges*, 3(3), 30–39.
- Tüfekci, Ö. K., Tüfekci, N., & Kalkan, G. (2016). Eğirdir mutfağının marka kimlik unsurlarının değerlendirilmesi: Menülere ilişkin bir içerik analizi. In *Uluslararası Multidisipliner Konferansı* (pp. 218–225). Antalya, Türkiye.
- Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim araştırmalarında etkin olarak kullanılabilecek nitel bir araştırma tekniği: Görüşme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 24, 543–559.
- Yıkılmış, S., & Ünal, A. (2016). The importance of geographical indication in gastronomy tourism: Turkey. *International Journal of Agricultural and Life Science*, 2(4), 73–79.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (11. baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Ahmet Hamdi Tanpınar'ın Beş Şehir Eseri'nde Erzurum'un İnanç Turizmi Açısından Değerlendirilmesi

Ahmet ÇAVUŞ^{1*}, Mehmet DUMAN²

Turizm Fakültesi /Turizm Rehberliği Bölümü
Atatürk Üniversitesi, Türkiye
ahmetcavus@atauni.edu.tr

ORCID: 0000-0002-7359-1273

Sosyal Bilimler Enstitüsü \Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı
Atatürk Üniversitesi, Türkiye
mhmtmn36@gmail.com

ORCID: 0000-0002-0940-5616

Özet

İnanç turizmi, tarih boyunca insanların seyahat etme motivasyonları arasında en eski ve yaygın olanlarından biridir. Dinî inançlara dayanan kutsal mekânlara ziyaretler, dini toplantı ve törenlere katılım ya da hac ibadetleri gibi faaliyetleri içeren bu turizm türü, hem bireysel hem toplumsal boyutta önemli bir deneyim alanıdır (Ayaz & Eren, 2020). İnanç turizmi, kısa süreli yakın hac merkezi ziyaretlerinden uzun süreli ulusal ve uluslararası hac ya da dini etkinlik yolculuklarına kadar geniş bir yelpazede ele alınmakta ve manevi turizm ya da dini turizm olarak da tanımlanmaktadır (Rinschede, 1992; Tala & Pdurean, 2008).

Seküler toplumların yükselişi, bilimsel düşüncenin güçlenmesi ve dini bağlılıkta görülen küresel azalmaya rağmen hac yolculukları, kutsal yerlerin ziyaretleri ve inanç temelli seyahatler inanç turizmi alanında küresel ölçekte gelişimini sürdürmektedir. Dünya nüfusunun yaklaşık %85'inin bir dini gelenekle özdeşleşmesi, inanç turizminin manevi, kültürel ve sosyal açıdan öneminin devamlılığının güçlü bir göstergesidir (Wang & Lin, 2025).

Günümüzde inanç turizmi somut ve soyut kültürel değerlerin korunması ve gelecek nesillere aktarılması için etkin bir araç olarak önemini artırmaktadır (Olğun & Akyıldız, 2024). İnanç, insanların en temel seyahat etme motivasyonlarından biridir ve toplumun hafızasını oluşturan, koruyan, aktaran ve hatırlatan en eski sosyal kurum olarak değerlendirilmektedir (Alaeddinoğlu & İzi, 2024). Turistlerin bu mekânlarla kurdukları ilişki, ritüel, estetik, mimari ve manevi boyutlarda şekillenmekte ve mekânları salt fiziksel bir yer olmaktan çıkararak sembolik anlam taşıyıcıları haline getirmektedir (Kaynaş, 2025). Mekânlar, medeniyetlerin ortaya çıkışında temel faktörlerden biri olup, bir medeniyetin kültürel yapısı mimari eserler aracılığıyla anlaşılabilir (Özkuk, 2014; Sağlam, 2022).

Türkiye'nin zengin tarihî ve kültürel mirası bağlamında, inanç turizminin bu çok katmanlı yapısını anlamak ve değerlendirmek için derinlemesine analizler gerekmektedir. Bu bağlamda edebi eserler, kentlerin kimliğini ve imajını oluşturmada önem arz etmektedir. Bir yazarın edebi üslubuyla bir şehri betimlemesi, okuyucuya da o mekâna dair yeni bir imgelem dünyası yaratmaktadır ve bu açıdan ziyaret etme düşüncesine yön vermektedir. Bu durum "edebiyat turizmi" gibi yeni turizm türlerinin de ortaya çıkmasına neden olmuştur (Cerrahoğlu, 2022). Böylece kentin mimarisi, tarihi şahsiyetleri ve sosyal yaşamları üzerinden milli kültür ve medeniyetin izleri edebi metinlerde sunulurken okuyucunun dikkatini çekmektedir (Sağlam, 2022).

Türkiye'de inanç turizmi açısından eser incelemelerinin kısıtlı ve sığ olduğu görülmektedir. Bu çalışma, edebiyat ve turizm disiplinleri açısından zengin bir nitelik alanı sunarak, inanç turizmi literatüründeki önemli bir boşluğu doldurmayı amaçlamaktadır. Araştırmada, nitel yöntemler kapsamında Beş Şehir eserinde yer alan Erzurum şehri inanç turizmi açısından değerlendirilmiştir. Çalışmada, Beş Şehir eserinde Erzurum şehrine yönelik inanç turizmi temaları ve kategorileri belirlenerek detaylı bir içerik analizi yapılmıştır. İçerik analizi, doküman analizinin sistematik bir aşaması olup, belgelerin doğası, özgünlüğü ve yapaylığı dikkate alınarak, araştırmacı tarafından açık kodlama ve kategori oluşturma süreçleri izlenmiştir (Merriam, 2023). Böylece, araştırmanın kapsamı ve amacı doğrultusunda Beş Şehir eserinde Erzurum'un inanç turizmi perspektifiyle kavramsal ve betimsel çözümlemesi sağlanmış, konu ile yöntem arasında tutarlılık ve bilimsel geçerlilik sağlanmaya özen gösterilmiştir.

Beş Şehir eseri, şehirlere özgü yaşam biçimleri, mimari yapılar ve tarihi kültürel motifler üzerinden Anadolu'nun ruhunu yansıtmaktadır. Özellikle inanç turizmi bağlamında, bu şehirlerdeki dini ve manevi alanların, yapıların ve geleneklerin toplumsal kimlik ve dini pratiklerle ilişkisi, eseri önemli bir okuma ve değerlendirme konusu haline getirmektedir. İnanç turizmi açısından Beş Şehir eserinde Erzurum'da elde edilen bulgular, şehri hem dini hem de manevi zenginliğiyle öne çıkarmaktadır. Tanpınar, Erzurum'un doğal sertliğini ve manevi zenginliğini bir araya getirmektedir (Tanpınar, 2024). Erzurum evliya türbeleri, tarihi camileri ve köklü dini gelenekleriyle inanç turizmi için önemli bir çekim merkezidir. Eserde evliya ve manevi şahsiyetler, manevi mekânlar, gelenekler ve mimari unsurların inanç turizmi bağlamında nasıl anlam ve işlev kazandığını göstermektedir. Bu mekânlar, inanç turizmi açısından, kutsal kabul edilen ve ibadet, dua veya manevi duygular yaşamak için tercih edilen alanlardır. Özellikle Selçuklu ve Osmanlı mimarisindeki taş işçiliğinin manevi bir ifade biçimi olarak kullanıldığı vurgulanmaktadır. Şehrin doğal dokusunun da manevi düşüncelere uygun ortam sunduğu belirtilmiştir.

Sonuç olarak araştırma Ahmet Hamdi Tanpınar'ın Beş Şehir eserinde Erzurum'u inanç turizmi bağlamında derinlemesine inceleyerek, eser üzerinden şehrin sahip olduğu dini ve manevi değerleri, bu değerlerin inanç turizmi açısından taşıdığı potansiyeli ve günümüz turizm dinamikleriyle nasıl örtüştüğünü ortaya koymaya çalışmaktadır. Tanpınar'ın edebi betimlemeleri, Erzurum'un inanç turizmi tanıtımı için pratik katkılar sunabileceğine dair önemli ipuçları vermektedir. Çalışma, edebiyat ve turizm arasındaki ilişkiyi somut örneklerle güçlendirerek bu alandaki akademik çalışmalara değerli bir katkı sağlayacağı hedeflenmektedir. Gelecekte farklı edebi eserler inanç turizmi için kıyaslanabilir ya da eserde yer alan şehirler özelinde turizm açısından daha farklı perspektiflerle ele alınabilir. Sektörel açıdan ise Tanpınar'ın şehirleri betimlemeleri inanç turizmi kapsamında şehirlerin tanıtımına önemli katkılar sağlayabilir.

Anahtar Sözcükler: İnanç turizmi, Erzurum, Edebi turizm, Ahmet Hamdi Tanpınar, Beş şehir

Kaynakça

- Alaeddinoğlu, F. ve İzi, M. (2024). İnanç Turizmi ve Toplumsal Hafıza İlişkisi. *Journal of Academic Tourism Studies*, 5(2): 209-222.
- Ayaz, N., & Eren, M. (2020). Türkiye'de inanç turizmi üzerine nitel bir araştırma. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 284-300.
- Cerrahoğlu, E. (2022). Edebi Eserlerde Kent İmgesi: Ankara Örneği. *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 4(1), 21-30.
- Wang, J., & Lin, Q. (2025). Religious tourism, volunteering, and online footprints: an actor–network theory analysis. *Current Issues in Tourism*, 1-18.
- Kaynaş, H. B. (2025). İnanç Turizmi Bağlamında Kutsal Mekânların Sunumu: Mevlâna Müzesi Örneği. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 12(122), 1642-1654.
- Merriam, S. B. (2023). *Nitel araştırma: Desen ve uygulama için bir rehber* (3. Baskıdan Çeviri, Çeviri Editörü: S. Turan). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Olğun, T. N., Akyıldız, N. A. (2024). İnanç Turizmi - Koruma İlişkisi Bağlamında Adıyaman / Zerban Ziyaret Yerinin İncelenmesi. *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, (112), 295 - 308. doi.org/10.60163/tkhcbva.1471403
- Özkuk, G. (2014). Mekânların Hafızasına Ahmet Hamdi Tanpınar'ın Beş Şehir'inden Bakmak. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (39).
- Rinschede, G. (1992). Forms of religious tourism. *Annals of Tourism Research*, 19(1), 51–67.
- Sağlam, M. H. (2022). Ahmet Hamdi Tanpınar'ın Beş Şehir Denemesinde Millî Kültür. *Uluslararası Toplumsal Bilimler Dergisi*, 6(2), 236-269.
- Tala L., M., & Pdurean, M., A. (2008). Dimensions of religious tourism. *Academy of Economic Studies, Bucharest*, Towards Business Excellence. November, 242-253.
- Tanpınar, A., H. (2024). Beş Şehir. Dergâh yayınları, (60. Basım).

Latmos'ta Bulunan Tarihi ve Kültürel Değerlerin Sürdürülebilirliğinde Paydaşların Yeri ve Önemi

Burçak AKINCI EKİZTEPE^{1*}, Hüseyin ÇEKEN²

Özet

Kültürel ve tarihi değerler, bir toplumun üyelerinin ortak geçmişleri hakkında bilgi sahibi olmamızı sağlarken aynı zamanda tarih boyunca biriktirilen her türlü yaşam izinin devamlılığını sağlamakta, toplumda dayanışma ve birlik gücünü artırmakta böylelikle geleceğin kurulmasına yön vermektedir. Toplumun her bir üyesinin bu miras değerlerine sahip çıkması ve koruması toplumların devamlılığı için önem arz etmektedir. Geçmiş günümüze yansıtan ekonomik olmayan bu miras değerlerini turizm açısından ele aldığımız zaman ülkelerin, bölgelerin, yörelerin ekonomik kalkınmasına destek sağlayan bir hazine olduğunu söylemek mümkündür. Turizmin sürekliliği için tarihi ve kültürel kaynakların korunması, geliştirilmesi son derece önem taşımaktadır.

Günümüzde tarihi ve kültürel değerlerin sürdürülebilirliği hem mirasın korunması anlamına gelmekte hem de günümüz toplumunun ihtiyaçlarıyla uyumlu pratikler üreten dinamik bir yaklaşım olarak karşımıza çıkmaktadır. Kültürel değerlerin sürekliliği yaklaşımını benimseyen politika yapıcılarının tarihi ve kültürel değerlerin gelecek kuşaklara güvenli bir şekilde aktarılması uygulamasıyla birlikte bu miras değerlerini sürdürülebilir miras yönetimi kararlılığında ele almaları beklenir.

Latmos, Aydın ve Muğla sınırları içerisinde Büyük Menderes Ovası'ndan Milas Ovası'na, Karpuzlu Ovası'ndan Söke Ovası'na doğru uzanan ve Heredotos'a göre 'Tanrıların Çocuklarının Oyun Bahçesi' olan dağlık bölgenin bilinen en eski ismidir. Anadolu kültürünün binlerce yıl öncesinden günümüze kadar bozulmadan gelmiş, doğayla bütünleşik otantik mimarisinin ve yaşantısının olduğu arkeolojik, doğal ve kültürel kaynak arzı bakımından zengin bir bölgedir. Burada prehistorik zaman toplumlarının izlerini günümüze doğanın mükemmelliği ile birleştirerek yansıtan eşsiz bir açık hava müzesi görünümü karşımıza çıkmaktadır. Yörenin bütününün jeopark niteliğinde olduğunu söylemek mümkündür. Yaklaşık olarak iki yüz km²'lik yüzölçümü bulunan Latmos'ta Küçük Asya'da keşfedilmiş ilk kaya resimleri yer almaktadır. Teması insan olan 8.000 yıllık kaya resimleri erken dönem topluluklarının yerleşik düzendeki yaşam tarzları ve dini uygulamaları hakkında bilgi sahibi olmamıza yardımcı olmaktadır. Bölgenin av alanı olmasına rağmen avcılık ve hayvan resimlerinin tasvir edilmediği anlaşılmaktadır. Yörede 800'lü yıllara ait tapınaklar, kutsal alanlar ve antik mezarlar da karşımıza çıkmaktadır.

Çalışmanın amacı Türkiye'nin önemli somut tarihi ve kültürel miras değerlerinden olan Latmos'ta bulunan tarihi ve kültürel değerlerin sürdürülebilirliğinin sağlanmasında paydaşların yerini ve önemini ortaya koymaktır. Bu amaçla çalışma nitel olarak yürütülmüştür. Bu çerçevede yöre halkı, yerel yönetim temsilcileri, Sanayi ve Ticaret Odası, baro, yerel medya, turizm acenteleri

temsilcileri ile yüz yüze görüşme yapılmıştır. Görüşmede açık uçlu yapılandırılmış görüşme tekniği tercih edilmiş ve sohbet akışı anlık sorularla kendiliğinden şekillenmiştir. Bu bağlamda 15.09.2025-10.10.2025 tarihleri arasında araştırma yöresine gidilerek paydaşlarla görece uzun saatler görüşebilme olanağı bulunmuştur. Ayrıca alanla ilgili araştırmaları ve projeleri bulunan ve yörenin tarihi ve kültürü de dâhil olmak üzere eko sistemini koruma-kullanma dengesi kapsamında turizme kazandırmanın yanı sıra yöre insanının ekonomisine ek katkı sağlamasını hedefleyen çalışmalar yapan üç STK üyesiyle birden fazla kere görüşülmüş, konuşma anlık akış içerisinde gelişmiştir. Görüşmeler yapılırken öncelikle araştırmacı katılımcılara kendisini tanıtmış, araştırmanın konusunu ve görüşmenin amacını genel hatlarıyla kendilerine açıklamış, görüşme ve detayları kaçırmamak ve süreci hızlandırmak amacıyla ses kaydı isteği için katılımcıların sözlü ve yazılı izinlerini almıştır. Görüşme neticesinde elde edilen veriler, tümevarımcı bir yaklaşımla kültür analizi kullanılarak tarafsız ve anlaşılabilir bir biçimde düzenlenip değerlendirilmiştir. Böylelikle olgunun tüm yönleriyle, kapsamlı bir şekilde ele alınması sağlanmıştır.

Paydaş katılımı tarihin ve kültürün devamlılığını sağlama karar süreçleri ile uygulamaya kadar her aşamada güven, sahiplenme ve kapsayıcılık sağlamaktadır. Yöre halkının da deneyim ve bilgisiyle yürütülen süreçler, kültürel pratiklerin yeniden üretilmesini kolaylaştırmakta, tarihi ve kültürel mirasın korunması ile toplumsal refah arasındaki ilişkiyi güçlendirmektedir. Böyle bir yaklaşım, kültür politikaları ve sürdürülebilirlik ilkelerini günlük hayata taşır ve uzun vadeli korunabilirlik sağlamaya yardımcı olur. Tarihi ve kültürel mirasın sürdürülebilirliğinin sağlanması çevresel, ekolojik, ekonomik, sosyal boyutlarla çalışılması gereken bütüncül yaklaşımları içerir. Çünkü burada önemli olan toplumsal refahın ve miras değerlerinin güçlü ilişkisini ortaya çıkarmaktır. Paydaş katılımının güçlü olması sivil toplum, özel sektör ve kamu kuruluşları arasındaki dengeli ilişkiyle mümkündür. Paydaş katılımının önemi, kültür politikaları ve sürdürülebilirlik hedeflerini yerelde somut sonuçlara dönüştürdüğünden oldukça önemli bir konudur.

Latmos'ta bulunan tarihi ve kültürel değerlerin sürdürülebilirliğinde paydaşların etkisinin özellikle çevre koruma ve arkeolojik kalıntılara sahip çıkma noktasında güçlü olduğu anlaşılmaktadır. Latmos bölgesinin koruma sorunlarının başında maden ocakları gelmektedir. Günümüzde faaliyetine devam eden bu ocaklar yörenin hem doğal hem de arkeolojik koruma gerektiren yapısına geri dönüşümsüz biçimde zarar vermektedir. Ayrıca yöre halkının sağlığını da tehdit eden madencilik faaliyetlerine karşı sivil toplum, özel sektör ve kamu kuruluşlarının sıklıkla bir araya geldiği görülmektedir. Koruma Amaçlı İmar Planları hazırlanarak faaliyete geçirilmesi yönünde çalışmalar olduğu dikkat çekmektedir. Alan yönetiminin işlerliğinin devreye konulma aciliyetinin bulunduğu sonucuna varılmıştır.

Mardin Müzesinin Bölge Turizmindeki Rolü

Amine SALMIŞ¹, Mehmet Necati CİZRELİOĞULLARI^{2*}

Turizm Fakültesi/Turizm Rehberliği
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye
¹aminesalmis1@gmail.com

ORCID: 0009-0004-2052-7712

Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye
²necatizreliogullari@artuklu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-9884-6084

Özet

Müzeler, geçmiş ile günümüz arasında kültürel bir köprü işlevi gören, sürdürülebilir kalkınmanın devamlılığı açısından korunması ve yaşatılması gereken önemli yapılardır (Batuhan, 2023). Müze ve sürdürülebilirlik ilişkisinin kamu ve özel kuruluşlar tarafından etkin bir biçimde yönetilmesi, sosyal, çevresel ve ekonomik unsurların dinamik kalmasına katkı sağlamaktadır (Baki Nalcıoğlu, 2021). Bu bağlamda Mardin Müzesi, binlerce yıllık geçmişe uzanan somut ve taşınabilir kültürel miras unsurlarının korunarak günümüze aktarılmasında sürdürülebilirlik açısından önemli bir rol üstlenmektedir. İki katlı yapı ve depo alanından oluşan müze, Paleolitik Dönem’den Roma ve Bizans Dönemi’ne kadar uzanan geniş bir kronolojik yelpazede eserleri bünyesinde barındırmaktadır (Erdoğan, 2014).

Müze koleksiyonunda yer alan buluntuların önemli bir kısmı, Boncuklu Tarla ve Gırnavaz Höyüğü gibi insanlık tarihinin erken yerleşim alanlarından elde edilmiştir. Bu durum, müzenin hem arkeolojik hem de turistik açıdan stratejik bir öneme sahip olmasını sağlamaktadır. Bununla birlikte, “Doğunun Efes’i” olarak adlandırılan Dara Antik Kenti’nden elde edilen kültürel miras öğeleri de geç dönem uygarlıklarına ilişkin bilinmeyen yönlerin anlaşılmasına katkıda bulunmakta ve ziyaretçilerin ilgisini çekmektedir. Hem erken hem de geç dönemlere ait kültürel miras öğelerinin sergilenmesi, bölgeye yönelik turistik ilgiyi artırmakta ve ziyaretçilerin kültürel merakını canlı tutmaktadır. Bu doğrultuda, Mardin Müzesi’nde sergilenen taşınabilir kültürel miras unsurları, bölgenin kültürel belleğinin korunmasına ve gelecek nesillere aktarılmasına önemli katkılar sunmaktadır (Yeşilbaş, 2017). Müze yalnızca sergilenen eserleriyle değil, aynı zamanda mimari yapısıyla da dikkat çekmektedir. Geçmişte bir Süryani Patrikhanesi olarak inşa edilen yapının tarihi kimliği, ziyaretçiler için ayrı bir çekicilik unsuru oluşturmaktadır (Korkut & Özbek, 2021). TÜİK’in 2024 yılı verilerine göre, Mardin Müzesi’nin yıllık ziyaretçi sayısı 200.000’e ulaşmış olup, bu durum müzeye ve bölgeye yönelik turistik talebin sürdüğünü göstermektedir (TÜİK, 2024).

Sonuç olarak, Mardin Müzesi, sahip olduğu kültürel miras zenginliği, mimari yapısı ve sergileme anlayışıyla bölge turizminin gelişiminde önemli bir rol üstlenmektedir. Kültürel etkileşim ve sürdürülebilir turizm perspektifinden değerlendirildiğinde, Mardin Müzesi'nin bölgesel kalkınma ve kültürel srekliplik açısından stratejik bir konuma sahip olduğu söylenebilir.

Anahtar Sözcükler: Müze, Bölge turizmi, Kültür varlıkları, Turizmin rolü, Sürdürülebilirlik

Gastronomide Yenilikçi Yöntemlerle Kuru Kaymağın Değerlendirilmesi: Bitlis Yöresi Örneği

*Yaren Betül UÇAK^{1*}, Muhammed İkbâl AVCİL², Zehra ALTINTAŞ³,
Berfin KULUMAN⁴, Osman KESKİN⁵*

Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu/Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Bitlis Eren Üniversitesi, Türkiye
ucakyaren1@gmail.com

ORCID: 0009-0005-3201-6124

Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu/Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Bitlis Eren Üniversitesi, Türkiye
muhammedavcil.13@gmail.com

ORCID: 0009-0005-3201-6124

Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu/Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Bitlis Eren Üniversitesi, Türkiye
zehraaltintas516@gmail.com

ORCID: 0009-0001-3846-9977

Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu/Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Bitlis Eren Üniversitesi, Türkiye
berfinkuluman@gmail.com

ORCID: 0009-0006-2825-2383

Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu/Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Bitlis Eren Üniversitesi, Türkiye
okeskin@beu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-9354-2065

Özet

Kuru kaymak, Anadolu’da tarih boyunca üretilmiş önemli bir süt ürünüdür ve özellikle Bitlis yöresi, bu ürünün geleneksel üretim tekniklerinin korunduğu az sayıdaki bölgeden biridir. Ancak, modern üretim tekniklerinin yaygınlaşması ve endüstriyel süt ürünlerinin artışıyla birlikte, Bitlis kuru kaymağı unutulmaya yüz tutmuştur. Bu proje, Bitlis yöresine özgü kuru kaymağın yenilikçi gastronomik yöntemlerle yeniden değerlendirilmesini amaçlamakta; ürünü hem kültürel hem de ekonomik açıdan sürdürülebilir bir gastronomi bileşeni olarak konumlandırmayı hedeflemektedir.

Çalışma, Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları (SKA) 12 – “Sorumlu Tüketim ve Üretim” ilkesiyle doğrudan ilişkilidir.

Birleşmiş Milletler ve UNESCO’ya (2023) göre SKA 12, doğal kaynakların sürdürülebilir yönetimi, gıda israfının azaltılması, üretim-tüketim zincirinde çevresel etkinin en aza indirilmesi ve yerel üretimin desteklenmesini içermektedir. UNESCO’nun “Somut Olmayan Kültürel Miras” yaklaşımı ise, yerel gıdaların korunmasını kültürel sürdürülebilirliğin bir parçası olarak görmektedir. Bu doğrultuda, geleneksel bir süt ürününün modern gastronomide yeniden yorumlanması, hem kültürel mirasın korunmasına hem de çevresel farkındalığın artmasına katkı sağlayacaktır (UNESCO, 2023; Tutar & Ataseven, 2022).

Araştırmanın amacı, kuru kaymağın gastronomide yaratıcı biçimlerde kullanılmasını sağlamak ve bu süreçte yöresel üreticilerin bilgi birikimini belgelemektir. Bu kapsamda proje, dört aşamada yürütülmektedir: (1) reçetelendirme, (2) yaratıcı tarif geliştirme ve tabak sunumları, (3) duysal değerlendirme. Araştırma nitel yöntem yaklaşımıyla tasarlanmıştır (Creswell, 2013).

İlk aşamada, Bitlis yöresinde kuru kaymak üretimi yapan yerel üreticilerle katılımcı gözlem ve yarı yapılandırılmış görüşme teknikleri uygulanmaktadır (Geertz, 1973; Kvale, 1996). Bu yöntemlerle üretim sürecine dair bilgiler toplanmakta ve geleneksel bilgi kayıt altına alınmaktadır. İkinci aşamada, elde edilen veriler doğrultusunda üretim süreci standartlaştırılarak reçetelendirme yapılacaktır (Bessière, 1998). Bu, hem kalite kontrol hem de sürdürülebilir üretim açısından önem taşımaktadır. Üçüncü aşamada, deneysel mutfak ortamında kuru kaymağın tatlı, ana yemek ve füzyon mutfağı uygulamalarında kullanılabileceği yenilikçi tarifler geliştirilecektir (Harrington, 2005; Horng & Hu, 2008). Dördüncü aşamada ise geliştirilen tarifler, panelistlerden oluşan bir grup tarafından 5’li Likert ölçeği ile duysal değerlendirmeye tabi tutulacaktır (Lawless & Heymann, 2010). Bu değerlendirmede tat, doku, aroma ve sunum özellikleri puanlanacak, veriler içerik analizi yöntemiyle analiz edilecektir (Patton, 2002).

Proje süreci, belirli iş paketlerine göre planlanmıştır: 1. iş paketi (saha çalışması, 1–4. ay), 2. iş paketi (reçetelendirme, 5–6. ay), 3. iş paketi (tarif geliştirme, 7–9. ay), 4. iş paketi (duysal testler, 10–11. ay) ve 5. iş paketi (yaygınlaştırma, 12. ay).

Beklenen sonuçlar arasında, kuru kaymağın üretim sürecinin belgelenmesi, standart reçetesinin oluşturulması, yaratıcı gastronomik tariflerin geliştirilmesi ve yerel üreticiler için bir rehber hazırlanması bulunmaktadır. Ayrıca, elde edilen bulguların bilimsel makale ve bildirilerle yayımlanması hedeflenmektedir. Bu yönüyle proje, hem akademik hem de sosyal etki yaratma potansiyeline sahiptir.

Bu çalışmanın özgün değeri, yerel bir gıda ürününün modern gastronomi ile bütünleştirilmesinde yatmaktadır. Literatürde geleneksel ürünlerin inovatif gastronomiyle buluşturulmasına yönelik sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır (Tregear, 2003; Harrington, 2005). Bu proje, yerel kalkınma, kültürel sürdürülebilirlik ve gastronomik inovasyon alanlarında önemli bir örnek teşkil etmektedir. Ayrıca UNESCO’nun sürdürülebilir gastronomi ilkeleriyle uyumlu olarak, yerel üretimin devamlılığını ve çevresel sorumluluğu teşvik etmektedir.

Sonuç olarak, bu proje yalnızca gastronomik bir ürünün yeniden değerlendirilmesini değil, aynı zamanda Sürdürülebilir Kalkınma Amacı 12’nin yerelde uygulanabilir bir modeli olarak öne

çıkılmaktadır. Çalışma tamamlandığında, Bitlis kuru kaymağı hem bilimsel literatürde hem de yerel gastronomi sahasında yeniden görünür hale gelecektir.

Anahtar Sözcükler: Kuru kaymak, Bitlis, sürdürülebilir gastronomi, yaratıcı mutfak, yerel ürünler

Kaynakça

- Bessière, J. (1998). Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21–34.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures: Selected Essays*. Basic Books.
- Harrington, R. J. (2005). Culinary innovation: Construct development and application. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(2–3), 43–62.
- Horng, J. S., & Hu, M. L. (2008). The mystery in the kitchen: Culinary creativity and innovation among top chefs. *Tourism Management*, 29(3), 533–546.
- Kvale, S. (1996). *InterViews: An Introduction to Qualitative Research Interviewing*. SAGE Publications.
- Lawless, H. T., & Heymann, H. (2010). *Sensory Evaluation of Food: Principles and Practices* (2nd ed.). Springer.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research & Evaluation Methods* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Tutar, F., & Ataseven, A. (2022). Sürdürülebilir turizm kapsamında yöresel ürünlerin gastronomi değerinin değerlendirilmesi. *Uluslararası Turizm ve Gastronomi Araştırmaları Dergisi (DergiPark)*, 6(2), 145–160.
- UNESCO (2023). *Sustainable Development Goals and Intangible Cultural Heritage*. Paris: UNESCO.

Teşekkür

Bu çalışma, TÜBİTAK 2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destekleme Programı kapsamında 1919B012469489 numaralı proje olarak desteklenmiştir.

Gılgamış Destanı'nda Ekmek, Şarap ve Bira: Antik Mezopotamya Mutfak Kültürünün Mitik İzleri

Yılmaz KAVAL^{1*}

Edebiyat Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü

Munzur Üniversitesi, Türkiye

yilmazkaval@munzur.edu.tr

ORCID: 0000-0002-5598-0670

Özet

İnsanoğlunu ilkel dönemlerden itibaren medeniyete götüren ve kültür içine entegre eden pek çok gelişme olmuştur. Bu gelişmeler arasında özellikle tarım ve çiftçilik insan yaşamını kökten değiştirmiştir. Dünyada tarım ve çiftçiliğin ilk başladığı bölgelerden biri Mezopotamya'dır. Mezopotamya bölgesi, kadim iki su kaynağı olan Fırat ve Dicle arasındaki alan olarak tanımlanır. Bu bölgede meydana gelen gelişmeler tarih boyunca bütün insanlığı etkilemiş ve medeniyete şekil vermiştir. Antik Mezopotamya kültürünün yansımalarını gördüğümüz yazılı eserlerden biri Gılgamış Destanı'dır. Gılgamış Destanı'nın temel kurgusu, kahramanlık ve ölümsüzlüğü arayış üzerine kurulmuş olsa da anlatıda antik Mezopotamya kültürüne dair mitik örnekler mevcuttur. Destanda karşımıza çıkan kültürel unsurlardan biri de Mezopotamya erken dönem gastronomisidir. Anlatıda sofra kültürü ve buna bağlı olarak ekmek, bira ve şarap üzerinde özellikle durulmaktadır. Mezopotamya gastronomisinin ilk örnekleri olan bu ürünler anlatı örgüsü içinde dönemin inanışlarını ve kültürel kodlarını sembolize etmektedir. Çalışma, Mezopotamya'nın gastronomi sembollerini çözümleyerek mitik anlatı - yemek kültürü ilişkisine yeni bakış açısı sunacaktır.

Anahtar Sözcükler: Mezopotamya, Gılgamış Destanı, Kültür, Gastronomi

Dijital Kültürel Miras Deneyiminde Otantiklik ve Anlam: Göbeklitepe Örneği

Emrah KIRMACI^{1*}, Ahmet ÇAVUŞ²

Turizm Fakültesi/Turizm Rehberliği Bölümü
Atatürk Üniversitesi, Türkiye

emrahkirmaci@atauni.edu.tr ¹ORCID: 0000-0002-9786-0167

Turizm Fakültesi/Turizm Rehberliği Bölümü
Atatürk Üniversitesi, Türkiye

²ahmetcavus@atauni.edu.tr ORCID: 0000-0002-7359-1273

Özet

Araştırma Göbeklitepe'nin dijital ve müze ortamlarındaki temsillerinin ziyaretçilerin deneyimleri, otantiklik algısı ve kültürel anlam inşası üzerindeki etkilerini anlamlandırmayı amaçlamaktadır. Dijital kültürel miras kavramı çağdaş müzecilik ve kültürel iletişim alanlarında yeni bir anlamsal kavram oluşturmaktadır. Bu süreç bilgiye erişimi kolaylaştırmakla beraber deneyimin duygusal ve mekânsal derinliğinin yeniden tanımlanmasına neden olmaktadır. Bu kapsamda araştırma, Göbeklitepe örneği üzerinden dijitalleşmenin bilişsel öğrenme, katılımcı kültür, duygusal otantiklik ve yerel ile küresel temsil edilebilirlik denge etkilerini belirlemeyi hedeflemektedir. Araştırma yorumlayıcı paradigma kapsamında planlanmış nitel bir fenomenolojik çalışmadır. Araştırma örneklemini kültürel mirasları ardışık biçimde üç farklı deneyim yoluyla (müze, VR, kazı alanı) ziyarete gerçekleştiren 23 katılımcıdan oluşmaktadır. Veri toplama süreci yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler aracılığıyla gerçekleştirilmiş ve MAXQDA 24 kullanılarak içerik analizi yapılmıştır. Kodlama süreci açık (ilk kodlama), eksen (ilişkisel kodlama) ve seçici (ana tema kodlama) kodlama aşamalarından oluşmaktadır. Analizler sonucu 5 ana tema, 15 alt kategori ve 62 kod belirlenmiştir.

Araştırma bulguları dijital ortamda Göbeklitepe deneyiminin bilişsel otantiklik (bilgi aktarımı, gerçekçi görsellik) yönünden güçlü olduğunu fakat duygusal otantiklik (aura, mekân hissi, kutsallık) boyutunda sınırlı güce sahip olduğunu göstermiştir. Katılımcılar dijital ortamı “öğretici ve erişilebilir” olarak değerlendirmiş ama mekânın ruhunu yansıtmada yetersiz olduğunu belirtmişlerdir. Bu durum literatürdeki “bilgi-duygu gerilimi” tartışmalarını doğrulamakla beraber Göbeklitepe'nin ritüel-arkeolojik niteliğiyle “auratik otantiklik” kavramını öne çıkarmaktadır. Diğer yandan dijitalleşme süreci kültürel miras ile ilgili bilgiye erişimi ve öğrenme deneyimini oldukça kolaylaştırmış fakat alandaki hikâyeleştirme eksikliği katılımcıların duygusal bağ kurmasını güçleştirmiştir. Katılımcılar dijital deneyimi sadece bilgi edinme aracı olarak değil ön öğrenme veya hazırlık süreci olarak değerlendirmişlerdir. Araştırmada elde edilen katılımcı kültür temasında sosyal medya paylaşımlarının ve yapılan yorumlarının olumlu düzeyde etkileşimler yarattığı dile getirilmiştir. Diğer yandan bu sürecin kültürel mirasın hakkında derin tartışma ve üretkenlikten yoksun olduğu görülmüştür.

Bir başka çıktı olarak dijital temsiller kültürel temsil boyutunda evrensel insanlık miras kavramını güçlendirirken, yerel kimlik ve anlatıları arka planda bıraktığı tespit edilmiştir. Bu durum Smith (2006)'ın “Yetkili Miras Söylemi” kavramını destekler niteliktedir fakat Göbeklitepe örneğinde yerel ve küresel dengenin tekrar yorumlanabileceğini ortaya koymaktadır. Son olarak katılımcılar dijital deneyimi fiziksel ziyareti teşvik eden bir “ön-deneyim (pre-experience)” olarak tanımlamışlardır. Bu ön deneyimin tamamlanması için duygusal bütünlüğün fiziksel mekânda sonlanması gerekliliğini belirtmişlerdir. Bu bulgular Rasul et al. (2024) ve Huang et al. (2025)'in hibrit miras deneyimi yaklaşımlarıyla örtüşmektedir.

Araştırma sonucunda Hibrit Miras Deneyimi Modeli önerilmiştir. Model bir bütün olarak dijital ve fiziksel miras etkileşimlerinin bilişsel, duygusal ve katılımcı boyutlarını bir araya getirerek genel bir çerçeve sunmaktadır. Modele göre dijital ortamlar bilgiye erişimi ve farkındalığı artırırken diğer yandan ziyaretçilerin fiziksel deneyim, duygusal otantiklik ve aidiyet duygusunu pekiştirmektedir. Model çıktıları ve bulgular düzeyinde incelendiğinde Göbeklitepe örneği, dijital kültürel mirasın bilgi dengesi, duygu dengesi, yerel temsili, küresel temsili ve katılımcı kültürün derinleştirilmesini açıklayan ve hepsini bir arada ziyaretçilere sunan bir dijital miras laboratuvarı işlevi görmektedir. Araştırma miras alanlarında dijitalleşme süreçlerinin sadece teknolojik değil, aynı zamanda anlamsal, duygusal ve kültürel sürdürülebilirlik amaçlı bir dönüşüm aracı olarak ele alınması gerekliliğini vurgulamaktadır.

Anahtar Sözcükler: Göbeklitepe, Dijital kültürel miras, Otantiklik, Hibrit deneyim, Hikâyeleştirme

Kaynakça

Aytekin, H.& Aktaş, G. (2023) Türkiye’de sanal müze araştırmaları: bibliyometrik analiz. *Dijital Çağda İşletmecilik Dergisi*. <https://doi.org/10.46238/jobda.1247086>

Bozzelli, Guido & Raia, Antonio & Ricciardi, Stefano & De Nino, Maurizio & Barile, Nicola & Perrella, Marco & Tramontano, Marco & Pagano, Alfonsina & Palombini, Augusto. (2019). An integrated VR/AR framework for user-centric interactive experience of cultural heritage: The ArkaeVision project. *Digital Applications in Archaeology and Cultural Heritage*. <https://doi.org/10.1016/j.daach.2019.e00124>

Calisto, M. de L., Moro, S., & Rita, P. (2024). A systematic review of virtual reality in tourism and hospitality: The known and the paths to follow. *International Journal of Hospitality Management*, <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2023.103623>

Chronis, A. (2012). Tourists as story-builders: Narrative construction at a heritage museum. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, <https://doi.org/10.1080/10548408.2012.691395>

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2019). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Sage Publications.

Huang, Y., Lin, S., & Xu, J. (2025). Virtual tourism attributes in cultural heritage: Benefits and values. *Tourism Management Perspectives*, 53, 104856. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2024.101275>

Jenkins, H. (2012). *Textual poachers: Television fans and participatory culture*. Routledge.

Jin, P., Liu, X., & Gao, Y. (2022). Fluid space: Digitisation of cultural heritage and its media dissemination. *Telematics and Informatics Reports*, 10(1), 164.
<https://doi.org/10.1016/j.teler.2022.100022>

Ragheb, M. G. (2002). Leisure and psychological well-being. In J. T. Haworth & A. J. Veal (Eds.), *Work and leisure* (pp. 187–196). Routledge.

Rasul, T., Khan, M., & Rahman, M. (2024). Virtual heritage tourism and visitor experience: Towards an integrative model. *Tourism Recreation Research*, 49(2), 245–261.
<https://doi.org/10.1080/02508281.2023.2291572>

Siddiqui, Muhammad Shoaib & Syed, Toqeer & Nadeem Al Hassan, Adnan & Nawaz, Waqas & Alkhodre, Ahmad. (2022). Virtual Tourism and Digital Heritage: An Analysis of VR/AR Technologies and Applications. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*. <https://doi.org/10.14569/IJACSA.2022.0130739>

UNESCO. (2020). *Digital transformation and cultural accessibility: Policy framework for sustainable heritage*. UNESCO Publishing.

Yin, Zi-Yan & Huang, An-Min & Huang, Ziyi. (2024). Virtual tourism attributes in cultural heritage: Benefits and values. *Tourism Management Perspectives*.
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2024.101275>

Dilin Kültürel Mirası Aktarma Rolü: Bibliyometrik İnceleme

Mehmet Veysi BABAYİĞİT^{1*}, Mustafa TÜNİK²

Yabancı Diller Yüksekokulu/ Yabancı Diller Bölümü
Batman Üniversitesi, Türkiye

¹ m.veysi.babayigit@gmail.com

ORCID: 0000-0003-4136-7434

Turizm Fakültesi/ Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye

² mustafatunik@artuklu.edu.tr

ORCID: 0009-0000-2084-6079

Özet

Dil, kültürel kimliğin ve toplumsal belleğin en temel taşıyıcısıdır (Richards, 2020). Turizm, bu mirası küresel ölçekte görünür kılarken, söz konusu mirasın doğru, bütüncül ve otantik biçimde aktarımı büyük ölçüde dilin hassas ve bağlama uygun kullanımına bağlıdır. Bu çalışma, dil ve kültürel miras turizmi arasındaki etkileşimi kantitatif bir yaklaşımla inceleyerek, alandaki araştırma boşluklarını sistematik biçimde belirlemeyi amaçlamaktadır (Linnenluecke vd., 2017). Elde edilecek bulguların, gelecekteki akademik araştırmalara, uluslararası iş birliklerine ve özellikle azınlık dillerinin korunmasına yönelik turizm politikalarının geliştirilmesine katkı sunması beklenmektedir. Bu bağlamda çalışmanın temel amacı, turizm literatüründe dilin somut ve somut olmayan kültürel mirasın aktarımındaki rolünü ele alan akademik yayınların mevcut durumunu ve gelişim eğilimlerini bibliyometrik analiz yöntemi ile ortaya koymaktır. Bu doğrultuda alanın entelektüel yapısı haritalandırılacak; öne çıkan yazarlar, etkili yayınlar ve baskın tematik kümeler belirlenecektir (Aria & Cuccurullo, 2017). Çalışma ayrıca, dilbilimsel unsurlar (ör. toponimi, ağızlar, çeviri) ile kültürel mirasın yorumlanması arasındaki etkileşimin literatürdeki görünürlüğünü incelemeyi hedeflemektedir.

Veri toplama süreci, akademik literatürün temel kaynakları olan Web of Science (WoS) ve/veya Scopus veri tabanları aracılığıyla gerçekleştirilecektir. Arama, “Cultural Heritage”, “Language”, “Transmission”, “Tourism” ve “Bibliometric Analysis” gibi anahtar kelimelerin çeşitli Boolean operatörleriyle birleştirilmesi yoluyla yapılacaktır. Belirlenen ilgili yayınlar (makaleler ve konferans bildirileri), VOSviewer ve/veya Bibliometrix R paket yazılımları kullanılarak analiz edilecektir. Analiz kapsamında; en çok atıf alan yazarlar ve yayınlar (Suwa, 2015), en sık kullanılan ve birlikte görülen anahtar kelime ağları (tematik kümeler), ülke/kurum iş birliği haritaları ve yıllara göre yayın eğilimleri incelenecektir.

Bibliyometrik analiz sonuçlarının, dilin kültürel miras aktarımındaki rolüne odaklanan çalışmaların, genel kültürel miras turizmi literatürü içinde henüz sınırlı bir tema kümesi oluşturduğunu ortaya koyması beklenmektedir. Anahtar kelime eş-oluşum haritaları, araştırmacıların ağırlıklı olarak “sürdürülebilirlik”, “dijitalleşme” ve “otantiklik” gibi makro temalara yöneldiğini gösterecektir (Kodalak vd., 2023). Buna karşılık, “yerel dil”, “ağızlar”,

“gastronomik adlandırmalar” ve “toponimi” gibi dilbilimsel nitelikli kavramların, alanda yeni ve yükselen temalar olarak öne çıktığı öngörülmektedir.

Atıf analizlerinin, dilin kültürel miras aktarımındaki rolüne ilişkin çalışmalarda özellikle “hikâye anlatıcılığı” (storytelling) ve “çeviri” konularının yüksek etki düzeyine sahip alt temalar olduğunu ortaya koyması beklenmektedir (Çelebi vd., 2020). Elde edilen bulgular doğrultusunda, gelecekteki araştırmaların dilin kültürel aktarım sürecindeki özgünlük, anlam derinliği ve bağlamsal duyarlılık boyutlarına odaklanması önerilmektedir. Özellikle azınlık dilleri ve yerel ağızların turizm ürünlerine (ör. gastronomi turları, yerel rehberlik hizmetleri) entegrasyonuna yönelik nitel araştırmaların artırılması tavsiye edilmektedir. Ayrıca, dijitalleşen turizm ortamında (ör. artırılmış/karma gerçeklik uygulamaları, mobil rehberler) dilin kültürel nüansları ve duygusal derinliği ne ölçüde aktarabildiğini inceleyen ampirik çalışmaların teşvik edilmesi gerekmektedir. Bu öneriler doğrultusunda, çalışmanın dilbilim ve turizm araştırmaları arasında metodolojik ve kavramsal bir köprü kurarak disiplinler arası iş birliğini güçlendirmesi ve kültürel miras turizmi literatürüne özgün bir katkı sağlaması beklenmektedir (Bozkurt vd., 2022).

Anahtar Sözcükler: Dil, Kültürel miras, Turizm, Bibliyometrik analiz

Kaynakça

- Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959-975.
- Bozkurt, İ., Deniz, G., & Günden, Y. (2022). A bibliometric analysis of publications within the scope of cultural heritage tourism and digitalization. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(2), 345-364.
- Çelebi, B., Çiftsüren, D., & Dilek, S. E. (2020). Türkiye'de “kültürel miras” konusunda yapılan tezlerin bibliyometrik analizi. *Journal of Current Debates in Social Sciences*, 3(1), 10-19.
- Kodalak, G., Yılmaz, D., & Arıcan, H. (2023). Kültürel miras turizmine yönelik çalışmaların bibliyometrik analizi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 327-354.
- Linnenluecke, M. K., Chen, X., Ling, X., Smith, T., & Zhu, Y. (2017). Research in finance: a review of influential publications and a research agenda. *Pacific Basin Finance Journal*, 43(2017), 188-199.
- Richards, G. (2020). *Tourism and the history of European integration*. London: Routledge.
- Suwa, G. (2015). The role of intangible cultural heritage in sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(4), 501-518.

Ahlat Müzesi Bağlamında Tematik Gastronomi Yaklaşımıyla Kültürel Hikayeleştirme ve Gastronomik Ürün Tasarımı

Kerime KARAKAŞ^{1*}, Melek AKYÜZ², Osman KESKİN³

Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu/Gastronomi ve Mutfak Sanatları

Bitlis Eren Üniversitesi, Türkiye

karakaskerime@gmail.com

ORCID: 0009-0007-4043-7505

Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu/Gastronomi ve Mutfak Sanatları

Bitlis Eren Üniversitesi, Türkiye

melekelif55@gmail.com

ORCID: 0009-0008-9278-2906

Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu/Gastronomi ve Mutfak Sanatları

Bitlis Eren Üniversitesi, Türkiye

okeskin@beu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-9354-2065

Özet

Bu çalışma, Bitlis ili Ahlat ilçesinde bulunan Ahlat Müzesi'nde sergilenen tarihî eserlerden yola çıkarak tematik gastronomi yaklaşımıyla kültürel hikayeleştirme ve gastronomik ürün tasarımı gerçekleştirmeyi amaçlamaktadır. Kültürel mirasın korunması ve gastronomi turizmiyle bütünleştirilmesi, günümüzde sürdürülebilir turizm anlayışının önemli bileşenlerinden biri olarak görülmektedir (Baycar, 2022). Ancak, literatürde müze koleksiyonlarının gastronomi perspektifinden değerlendirilmesine yönelik araştırmalar oldukça sınırlıdır. Bu bağlamda çalışma, müze eserlerinden esinlenen tematik hikâyeler ve bu hikâyelere dayalı gastronomik ürün tasarımları geliştirerek, gastronomi alanında kavramsal ve uygulamalı bir yenilik ortaya koymayı hedeflemektedir.

Tematik gastronomi, belirli bir tema, hikâye veya tarihsel bağlam etrafında gastronomik deneyimlerin tasarlanmasını amaçlayan bir disiplindir. Bu yaklaşım, hem gastronomik ürünlerin kültürel anlamını güçlendirmekte hem de ziyaretçilere duygusal bir bağ kurma fırsatı sunmaktadır (Mankan, 2017). Ahlat Müzesi'nde Kalkolitik Çağ'dan Osmanlı Dönemi'ne kadar uzanan geniş bir tarih aralığında sergilenen eserler, kültürel hikâyelerle gastronomi arasında bağlantı kurmak için önemli bir kaynak sağlamaktadır. Müzenin barındırdığı mimari parçalar, kitabeler, taş eserler ve günlük yaşam objeleri; dönemsel yemek alışkanlıkları, sofrası kültürü ve estetik anlayışa dair ipuçları sunmaktadır.

Araştırma betimsel nitelikte tasarlanmıştır. Veri toplama sürecinde nitel araştırma yöntemlerinden doğrudan gözlem ve yarı yapılandırılmış görüşme teknikleri kullanılmıştır. Gözlem, müze koleksiyonunun fiziksel özellikleri, malzeme yapısı, formları ve tematik ilişkilerini incelemeye odaklanırken; görüşmeler müze yetkilileri ve yerel tarih uzmanlarının bilgi ve deneyimlerinden yararlanmak amacıyla yürütülmüştür. Toplanan veriler, içerik analizi yöntemiyle çözümlenmiş ve temalar oluşturulmuştur (Uzut, Serbest, Genç, 2025). Bu temalar aracılığıyla, gastronomik ürün ve sunum araçlarının kültürel bağlamla ilişkilendirilmesi hedeflenmiştir.

Araştırma sürecinde elde edilen veriler doğrultusunda üç aşamalı bir tematikleştirme yaklaşımı benimsenmiştir. İlk aşamada, müzede yer alan eserlerin kültürel ve sembolik özellikleri belirlenmiş; ikinci aşamada, bu sembolik unsurlar üzerinden hikâyeleştirme çalışmaları yapılmış; üçüncü aşamada ise hikâyelerden esinlenerek gastronomik ürün ve sunum ortamı tasarımları geliştirilmiştir. Bu süreçte, yöresel motifler, kullanılan malzemeler ve tarihî referanslar, gastronomi estetiğiyle bütünleştirilmiştir. Uygulama kapsamında, temsili otantik yemek ortamı oluşturulmuş, sunum araçları tasarlanmıştır.

Çalışma sonuçları, tematik gastronominin kültürel mirasın tanıtımı ve yerel kalkınma süreçlerine katkı sağlayabileceğini göstermektedir. Ahlat Müzesi bağlamında yürütülen bu araştırma, müzelerin yalnızca bilgi aktaran değil, deneyim sunan alanlar olarak yeniden konumlandırılabilmesini ortaya koymaktadır. Bu yaklaşım, gastronomi turizmi açısından müze mekânlarının potansiyelini artırmakta ve yerel kültürün sürdürülebilir biçimde tanıtılmasına katkı sunmaktadır.

Çalışmanın sonuçlarına bağlı olarak, elde edilen bulguların ileride yerel gastronomi etkinliklerinde veya üniversite bünyesindeki bilimsel toplantılarda paylaşılması öngörülmektedir. Ayrıca, araştırma çıktıları uygun görülürse müze yönetimi ve yerel turizm paydaşlarıyla paylaşılabilir; böylece kültürel hikâyeler üzerinden tematik gastronomi ürünleri geliştirme süreci Ahlat özelinde bir model haline gelebilir. Bunun yanında, proje sürecine katılan öğrenciler araştırma deneyimi kazanarak disiplinlerarası çalışma becerilerini geliştirme fırsatı bulmuşlardır.

Sonuç olarak, bu çalışma, tematik gastronomi kavramının kültürel miras alanlarıyla bütünleştirilmesine yönelik uygulamalı bir örnek sunmaktadır. Ahlat Müzesi üzerinden geliştirilen bu yaklaşım, yerel kültürün gastronomik açıdan yeniden yorumlanmasını sağlamak ve gelecekte gastronomi, turizm ve kültürel miras odaklı disiplinlerarası çalışmalara ilham verebilecek bir model önermektedir.

Anahtar Sözcükler: Tematik gastronomi, Kültürel hikâyeleştirme, Gastronomik ürün tasarımı

Müze ve gastronomi ilişkisi, Gastronomi turizmi

Kaynakça

- Baycar, A. (2022). Yerel gastronomik kimlik oluşumunda müzelerin rolü: Safranbolu Türk Kahve Müzesi örneği. *Aydın Gastronomy*, 6(2), 119–136. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/aydingas>
- Mankan, E. (2017). Destinasyon pazarlamasında çekici bir faktör olarak Türkiye'deki gastronomi müzeleri örneği. *Journal of Turkish Studies*, 12(2), 641–654. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/turkishstudiesAuthor's Surname, First letter of author's>

name, Author's Surname, First letter of author's name, & Author's Surname, First letter of author's name (Year). Title of article. Title of Journal, volume number (issue number), pages.

Uzut, İ., Serbest, F., & Genç, K. (2025). Tematik Gastronomi Müzelerinde Ziyaretçi Deneyimleri: Güneydoğu Anadolu Bölgesi Örneği. *Current Perspectives in Social Sciences*, 29(2), 237-251.

Teşekkür

Bu çalışma, TÜBİTAK 2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destekleme Programı kapsamında 1919B012472783 numaralı proje olarak desteklenmiştir.

Gastronomi Kültürel Mirasının Dijitalleşmesi: 2011-2025 Yılları Arasında Küresel Yayın Eğilimlerinin Bibliyometrik Analizi

Ezgi ETER^{1*}, Mehmet KABACIK²

^{1*} ezgi.eter96@gmail.com

ORCID: 0000-0003-0882-0911

Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı
Ordu Üniversitesi, Türkiye
²mehmetkabacik@odu.edu.tr

ORCID: [0000-0002-3772-2950](https://orcid.org/0000-0002-3772-2950)

Özet

Bu çalışma, 2011–2025 yılları arasında gastronomi alanında dijitalleşme konusundaki bilimsel yayın eğilimlerini inceleyerek gastronomi kültürel mirasının dijital dönüşümüne ilişkin akademik görünümü ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Araştırmada bibliyometrik analiz yöntemi kullanılmıştır. Veri seti Scopus ve Web of Science Core Collection veri tabanlarından elde edilerek; 'digital gastronomy', anahtar kelimeleriyle oluşturulmuştur. Veriler, yayın yılı, en az bir yayın yapmış yazar işbirlikleri, en az bir yayın yapılmış ülke ve kurum işbirlikleri, en az bir yayın ve bir atıf almış yazarlar ve anahtar kelime sıklıkları temelinde sınıflandırılmıştır. VOSviewer yazılımı kullanılarak yazar işbirliği ağları, ülke bağlantıları, tematik kümelenmeler ve anahtar kelime eşgörünüm haritaları oluşturularak dijital gastronomi alanındaki araştırma dinamikleri ve tematik ilişkiler görsel olarak analiz edilmiştir. Yapılan analizde 32 adet çalışma tespit edilerek bu çalışmalar arasındaki bibliyometrik bağlantılar görselleştirilmiştir.

Dijital Gastronomi mutfakta modern mutfak ve geleneksel yemek pişirme tekniklerini yeni hesaplama yöntemleriyle dijital teknoloji olarak gastronomi ve mutfak sanatları alanında kullanılan teknolojidir. Bu alanda öne çıkan en önemli gelişme yaratıcılıktır. İnsan-Bilgisayar etkileşimi ile ortaya çıkan dijitalleşme mutfak yönüyle incelendiğinde sağlıklı gıda, hasta güvenliği, görsel çekicilik, gıda israfını önleme, kişiye özel yiyecek tasarımı olarak karşımıza çıkmaktadır (Mizrahi & Zoran; 2023).

Geleneksel tariflerin lezzeti ile şeflerin pişirme kabiliyeti, 3D yazıcı olarak adlandırılan dijital bir kimlikle bütünleştiğinde ortaya çıkan güvenli gıda, lezzet desenleri ve titizlikle planlanmış lezzet geçişleri sürdürülebilirlik açısından önemli olmaktadır (Zoran, 2019). 3D gıda yazıcıları geometrik şekiller ile gıdalara farklı görünüm vererek cazip hale getirmektedir. Bu yazıcılarda üretim çok katmanlı olarak gerçekleştirilmektedir. Birçok gıdanın besin değerleri 3D yazıcılar sayesinde zenginleşerek görünümünü cezbedici hale gelmektedir. Türk geleneksel lezzetlerinden olan lokum gibi şekerlemeler de 3D yazıcılar ile farklı şekil ve tatlarla zenginleştirilip sunulmaktadır (Kalfazade, 2020).

Dijital üretimin sunduğu hassasiyet ve kişiselleştirme gücü, yemek hazırlama anlayışını yeniden tanımlayarak yalnızca gastronomiyi değil, tasarım, insan–bilgisayar etkileşimi ve sürdürülebilirlik gibi

alanları da etkilemektedir. Bu sinerji, yeni nesil şeflere ve araştırmacılara ilham verme potansiyelini vurgulamakta ve benzersiz mutfak deneyimlerinin önünü açmaktadır.

Dijital üretimin temel hedefi, şefleri teknolojik dönüşümün pasif kullanıcıları olmaktan çıkararak, bu sürecin aktif liderleri haline getirmektir. Dijital üretim aynı zamanda hammadde kullanımını optimize edip porsiyonlamada doğruluk sağlayarak küresel gıda sorunlarının çözümüne de katkısıyla gıda israfını azaltabilmektedir. Cohen vd. (2009), Dijital üretimin sistemlerinin raf ömrünü uzatma ve kaynak verimliliği yüksek gıda sistemleri oluşturma potansiyeline sahip olduğunu belirtmiştir. Yenilik ve verimliliğe odaklanan bu yaklaşım, dijital üretimin hem mutfak uygulamalarında hem de küresel gıda üretiminde dönüştürücü bir rol üstlendiğini göstermektedir. (Zoran, 2019).

Disfaji (yutma güçlüğü) yaşayan yatağa bağımlı hastalarda, günlük diyetlerdeki protein ve kalori hedeflerine kısa sürede ulaşılması kritik bir gerekliliktir (Arsava vd., 2018). Bu gereklilik için temel kaynaklardan olan et ve et ürünleri, doğal olarak sert bir yapıya sahip olsa da, 3D baskı teknolojisi sayesinde dokusal özellikleri yumuşatılmakta ve yutma güçlüğü çeken bireylerin rahatlıkla tüketebileceği bir forma dönüştürülebilmektedir (Dick vd., 2019).

Çalışmada Digital Gastronomy alanında en çok atıf almış olan yazarlar Sun ve Jie, Hon ve Geok Soon, Fun ve Jerry olarak tespit edilmiştir. En çok işbirliği yapan ülkeler ise Singapur, Çin, Avustralya, İtalya, Amerika ve İsrail olarak tespit edilmiştir. Digital gastronomy alanında en çok işbirliği yapan ve en az bir yayın, bir atıf almış kurumlar ise Singapur National University, Singapur khoo teck puat hospital, Singapur Nanyang Technological University olarak tespit edilmiştir. En çok kullanılan anahtar kelimeler ise digital gastronomy, 3d printing food, design, gastronomy olduğu belirlenmiştir. Çalışmadan elde edilmesi beklenen bulguların, dijital gastronomi alanında artan akademik ilgiyi, tematik yoğunlaşmaları ve uluslararası araştırma işbirliklerini ortaya koyması öngörülmektedir. Ayrıca bu analizlerin, gastronomi kültürel mirasının dijitalleşmesi sürecine dair akademik farkındalığı artırarak kültür ve inanç turizmi kapsamında yeni araştırma perspektifleri sunması beklenmektedir.

Anahtar Sözcükler: Gastronomi, Dijitalleşme, Kültürel miras, 3D gıda yazıcısı

Kaynakça

- Arsava, E.M., Aydoğdu, İ., Güngör, L., Togay Işıkey, C., Yaka, E. (2018). İnme hastalarında nütrisyonel yaklaşım ve tedavi, Türkiye için uzman görüşü. *Türk Nöroloji Dergisi*, 24: 226-242. DOI: [10.4274/tnd.92603](https://doi.org/10.4274/tnd.92603)
- Cohen, D. L., Lipton, J. I., Cutler, M., Coulter, D., Vesco, A., & Lipson, H. (2009). *Hydrocolloid printing: a novel platform for customized food production*. <https://repositories.lib.utexas.edu/server/api/core/bitstreams/ac256b22-d43d-434c-9162-05fefb14aa00/content>
- Dick, A., Bhandari, B., Dong, X., Prakash, S. (2020). Feasibility study of hydrocolloid incorporated 3D printed pork as dysphagia food. *Food Hydrocoll.*, 107: 105940. <https://doi.org/10.1016/j.foodhyd.2020.105940>
- Mizrahi, A. B., & Zoran, A. R. (2023). Digital gastronomy testcase: A complete pipeline of robotic induced dish variations. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 31, 100625. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2022.100625>
- Zoran, A. (2019). Cooking with computers: The vision of digital gastronomy [point of view]. *Proceedings of the IEEE*, 107(8), 1467-1473. DOI: [10.1109/JPROC.2019.2925262](https://doi.org/10.1109/JPROC.2019.2925262)
- Kalfazade, M. (2020). *Yiyeceklerin üç boyutlu yazıcıda üretilmesi: Üç boyutlu gıda nedir?* <https://www.bilimup.com/yiyeceklerin-3-boyutlu-yazicida-uretilmesi-3-boyutlu-gida-nedir->

Hizan Pirincinin Dünya Mutfaklarındaki Kullanım Potansiyelinin İncelenmesi

Berivan CARAV^{1*}, Ferda AKBABA², Hüseyin AKSOY³, Umut GÜLERYÜZ⁴, Osman KESKİN⁵

Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu/Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Bitlis Eren Üniversitesi, Türkiye

¹ brvcrv14122004@gmail.com.tr

ORCID: 0009-0008-3080-0195

Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu/Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Bitlis Eren Üniversitesi, Türkiye

² faa2baba957@gmail.com

ORCID: 0009-0008-3351-2797

Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu/Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Bitlis Eren Üniversitesi, Türkiye

³ ha49952381@gmail.com.tr

ORCID: 0009-0001-0006-689X

Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu/Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Bitlis Eren Üniversitesi, Türkiye

⁴ uguleryuz@beu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-23370000-3577

Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu/Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Bitlis Eren Üniversitesi, Türkiye

⁵ okeskin@beu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-9354-2065

Özet

Yerel ürünlerin dünya gastronomisinde tanınırlığının artırılması, hem kültürel mirasın korunmasına hem de sürdürülebilir gıda sistemlerine katkı sağlamaktadır. Bitlis'in Hizan ilçesinde yetiştirilen Hizan pirinci, kendine özgü tat ve aroma özelliklerine sahip olmasına rağmen, gastronomi literatüründe ve küresel mutfak pratiklerinde sınırlı biçimde yer almaktadır. Bu bağlamda yürütülen bu çalışma, Hizan pirincinin duyuşal ve fonksiyonel özelliklerini dünya mutfaklarında yaygın kullanılan tarifler aracılığıyla değerlendirmeyi ve ürünün gastronomik değerini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Devam eden bu araştırma, nitel bir yöntemle yürütülmektedir. İlk aşamada Hizan pirincine ilişkin literatür taraması yapılmış, ürünün fiziksel ve duyuşal özellikleri incelenmiştir. Literatür taraması,

hem akademik kaynaklardan hem de yerel tarım raporlarından elde edilen verilerle gerçekleştirilmiştir (Karataş & Yıldız, 2020; Tarım TV, 2020). İkinci aşamada ise uluslararası mutfaklardan seçilen dört farklı tarif —sushi, risotto, paella ve klasik pilav— Hizan pirinci ile uygulanarak tariflerin ürünle uyumu gözlemlenecektir.

Şu ana kadar tamamlanan ön analizler, Hizan pirincinin nişasta oranının ve glisemik indeksinin düşük, tane yapısının ise pişirme sonrası formunu koruyacak şekilde dayanıklı olduğunu göstermektedir. Bu özellikler, özellikle risotto ve pilav gibi düşük glisemik karbonhidrat tercih edilen tariflerde avantaj sunmaktadır (Kim & Yamamoto, 2021). Aynı zamanda diyabet dostu ve sağlıklı beslenme odaklı mutfaklar açısından da dikkat çekici bir alternatif oluşturabileceği değerlendirilmektedir. Ancak sushi gibi pirincin yüksek yapışkanlık gerektirdiği tariflerde aynı düzeyde teknik başarı sağlanamayabileceği öngörülmektedir.

Uygulamalı pişirme denemeleri halen devam etmektedir. Bu denemelerde her tarif, Bitlis Eren Üniversitesi Gastronomi Mutfak Laboratuvarı'nda hazırlanmakta; ardından tarifler duyuusal analiz yöntemi ile değerlendirilmektedir. Duyusal değerlendirme, tat, doku ve görsel sunum başlıklarında beşli Likert ölçeği kullanılarak yapılacaktır. Katılımcılar, gastronomi öğrencileri ve alan uzmanlarından oluşmaktadır. Her bir tarif için ortalama 10 katılımcıdan veri toplanması hedeflenmektedir.

Devam eden bu çalışma, yerel tarım ürünlerinin mutfak performansını gastronomik bağlamda değerlendiren öncü örneklerden biri olmayı amaçlamaktadır. Literatürde yerel pirinç türlerinin mutfak uygulamalarına dönük analizleri sınırlıdır (Çelik & Uçar, 2018). Bu açıdan çalışma, hem gastronomi eğitimi hem de bölgesel ürün tanıtımı açısından çok boyutlu katkılar sağlamayı hedeflemektedir. Ayrıca gastronomi öğrencilerinin uygulamalı araştırma becerilerinin gelişmesine katkı sunulması da çalışmanın dolaylı çıktılarından biridir.

Çalışmanın yaygın etkisi sadece akademik düzeyle sınırlı değildir. Hizan pirincinin gastronomik kimliğinin belgelenmesi, ürünün ulusal ve uluslararası pazarda tanınırlığını artırabilir. Ayrıca bu tür araştırmalar, bölgesel tarım ürünlerinin markalaşması ve ekonomik değer kazanması açısından da önem arz etmektedir (Smith, 2019). Araştırmanın ilerleyen aşamalarında tariflerin karşılaştırmalı duyuusal analiz sonuçları raporlanacak, olası reçete uyarlamaları ve öneriler geliştirilecektir.

Sonuç olarak, bu çalışma devam eden haliyle Hizan pirincinin dünya mutfaklarında kullanılabilirliğini örnek tarifler üzerinden analiz etmeye odaklanmaktadır. İlk bulgular olumlu olmakla birlikte, tüm tarif uygulamaları ve analiz süreçleri tamamlandıktan sonra daha bütüncül değerlendirmeler yapılacaktır. Araştırma tamamlandığında, hem bilimsel yayına dönüştürülmesi hem de yerel ürün tanıtımına katkı sunacak çıktılar üretilmesi hedeflenmektedir.

Anahtar Sözcükler: Hizan pirinci, yerel ürünler, gastronomi, dünya mutfakları, duyuusal analiz

Kaynakça

Çelik, M., & Uçar, A. (2018). Yerel tarım ürünlerinin uluslararası gastronomide kullanımı: Türkiye örneği. *Uluslararası Gastronomi Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 45–60.

- Karataş, S., & Yıldız, R. (2020). Hizan pirincinin tarımsal özellikleri ve bölgesel ekonomik önemi. *Tarım ve Ekonomi Dergisi*, 8(4), 210–220.
- Kim, S., & Yamamoto, T. (2021). Global rice varieties and their culinary applications: A comparative analysis. *International Journal of Food Studies*, 10(3), 120–134.
- Smith, J. (2019). Sustainable development through local products: A global perspective. *Journal of Cultural Economics*, 15(2), 95–112.
- Tarım TV. (2020, Aralık 18). Bitlis'in bir asırlık doğal pirinci [Video]. Tarım TV. <https://www.tarimtv.gov.tr/tr/video-detay/bitlis-in-bir-asirlik-dogal-pirinci-11839>

Teşekkür

Bu çalışma, TÜBİTAK 2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destekleme Programı kapsamında 1919B012474252 numaralı proje olarak desteklenmiştir.

Aile Habitusunun Dönüşümü: Dijital Kültür, İnanç ve Yemek Üzerine Teorik Bir Okuma

*Pınar BAYKAN¹**

Edebiyat Fakültesi/Sosyoloji Bölümü
Munzur Üniversitesi, Türkiye
pinarbaykan@munzur.edu.tr

ORCID: 0000-0002-4545-794X

Özet

Dijitalleşme, modern toplumların yalnızca ekonomik ve teknolojik yapısını değil, aynı zamanda gündelik yaşam pratiklerini, inanç biçimlerini ve aile ilişkilerini de dönüştüren çok boyutlu bir süreçtir. Günümüzde sosyal medya platformları, bireylerin toplumsal kimliklerini inşa ettikleri, aile yaşamlarını görünür kıldıkları ve kültürel sermayelerini sergiledikleri yeni kamusal alanlara dönüşmüştür. Bu dönüşüm, toplumsal kurumlar arasında en geleneksel olan aileyi bile kapsamaktadır. Aile, tarihsel olarak değerlerin, alışkanlıkların, inançların ve kültürel pratiklerin aktarıldığı temel bir sosyalleşme alanıdır. Ancak dijital çağla birlikte bu aktarım biçimleri, yeni medya araçlarının etkisiyle değişmekte; aile içi ritüeller, yemek kültürü ve inanç temelli pratikler artık dijital ortamlarda temsil edilmekte, paylaşılmakta ve yeniden üretilmektedir. Sosyal medya uygulamalarında paylaşılan aile sofraları, yemek tarifleri ya da dua anları, yalnızca gündelik yaşamın birer parçası değil, aynı zamanda kültürel kimliğin ve sembolik sermayenin göstergeleri haline gelmiştir. Bu bağlamda, “dijital sofrası” ve “dijital misafirlik” gibi kavramlar, hem geleneksel aile habitusunun devamlılığını hem de bu habitusun yeni görünümüne altını dönmüşünü ifade etmektedir. Dolayısıyla dijital kültür, hem aile yapısının toplumsal yeniden üretimini hem de onun sembolik temsillerini etkileyen güçlü bir dinamik olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmanın asıl amacı, dijitalleşmenin aile yapısının kültürel ve inanç temelli uygulamaları üzerindeki etkisini Pierre Bourdieu’nun habitus, kültürel sermaye ve alan kavramları bağlamında teorik olarak ele almaktır. Araştırma, özellikle aile içinde yemek, dua, paylaşım ve misafirlik gibi günlük aktivitelerin dijital ortamlarda nasıl yeni bir anlam kazandığını ve bu süreçte aile habitusunun nasıl bir değişim yaşadığını incelemektedir. Bourdieu’nun yapısalcı teorisi, dijital kültürün yarattığı yeni sosyal alanların aile yaşamındaki alışkanlıkları, estetik tercihleri ve sembolik göstergeleri nasıl etkilediğini anlamak için etkili bir analitik araç sağlamaktadır. Bourdieucu yaklaşım, interneti toplumsal süreçlerden ayrı değil, birbirini sınırlayan ve şekillendiren ilişkili alanlardan oluşan toplumsal mekânlarda gerçekleşen bir pratik olarak ele alır. Bu yaklaşım, realizm ve toplumsal inşacılığın bir bileşimini temel alır ve internet kullanımını, kullanıcıların kendilerine özgü habitus ve sermaye türleriyle şekillenen sosyal alanlarda ortaya çıkan bir olgu olarak görür (Halford ve Savage, 2010; Ignatow ve Robinson, 2017). Bourdieu’nun alan ve habitus kavramlarının dijital çağ bağlamında yeniden yorumlanması, ailenin dijital kültür içindeki konumunu anlamak açısından da aydınlatıcıdır. Halford ve Savage (2010) ile Ignatow ve Robinson (2017), dijital eşitsizlik çalışmalarında internetin nötr bir araç olarak ele alınamayacağını; bireylerin dijital pratiklerinin, içinde bulundukları toplumsal alanlar ve sahip oldukları kültürel sermaye türleri tarafından biçimlendiğini vurgulamaktadır. Bu yaklaşım, dijitalleşen aile pratiklerinin (örneğin yemek, dua ya da misafirlik paylaşımlarının) yalnızca teknolojik bir değişim değil, aynı zamanda toplumsal

konum, inanç ve kültürel sermaye *Dr. Pınar BAYKAN farklılıkları temelinde şekillenen bir habitus dönüşümü olduğunu gösterir. Bu bağlamda aile, tıpkı Bourdieu'nun tanımladığı gibi, toplumsal konumların ve ilişkilerin iç içe geçtiği bir “dijital alan” haline gelmiştir. Aile üyeleri, bu alanda kendilerine özgü habitus ve sermaye biçimlerine göre dijital temsiller üretirler. Örneğin, bazı aileler için dini ritüellerin çevrimiçi paylaşımı inançsal aidiyeti görünür kılmamanın bir yolu iken, bazıları için kültürel prestijin dijital simgesi haline gelir. Böylece dijital kültür, aile habitusunun sınıfsal ve inanç temelli farklılıklarını hem yansıtan hem de yeniden üreten bir toplumsal alan olarak işlev görür. Dijitalleşmenin beslenme alışkanlıkları üzerindeki etkisi, sosyal habitusun değişimini kavramada önemli bir çerçeve sağlamaktadır. Digital Food Cultures (Lupton & Feldman, 2020) çalışmasında belirtildiği gibi, sosyal medya platformları yemek deneyimini bireysel bir tüketim aktivitesinden ayrıştırarak ahlaki, bedensel ve sembolik bir performansa dönüştürmektedir. Kent'in (2020) belirttiği üzere, bireyler çevrimiçi ortamlarda bedenlerini ve yeme alışkanlıklarını disipline ederken aynı zamanda dijital topluluklarda onay ve aidiyet arayışına girmektedir. Bu bağlamda aile masası ve yemek gelenekleri, sadece biyolojik değil aynı zamanda dijital ve kültürel bir sermaye göstergesi halini almıştır. İnanç, sağlık ve ahlak söylemlerinin dijital temsilleriyle bir araya geldiği bu ortam, Bourdieu'nun (1984) tanımladığı habitus kavramının dijital alandaki yeni şeklini göstermektedir: bireyler, sosyal durum ve kültürel sermayelerine göre dijital platformlarda kendilerini yeniden üretirler. Bu şekilde, geleneksel aile habitusu dijital kültürün görünürlük, beğeni ve gösterge ekonomisi içinde yeniden biçimlenmektedir; yeme, dua ve paylaşım pratikleri çevrimiçi platformlarda sembolik sermaye üretiminin esas bileşenleri hâline gelmektedir. Bu çerçevede çalışma, dijital platformlarda yayımlanan aile temsillerinin sadece bireysel değil, aynı zamanda toplumsal bir sembolik gösterim olduğunu öne sürmektedir. Sonuç olarak bu çalışma, dijital dönemde aile habitusunun değişimini, inanç, kültür ve yemek uygulamaları üzerinden teorik bir perspektifle ele almıştır. Dijitalleşme, ailenin günlük yaşamını şekillendiren geleneksel uygulamaları yalnızca yüzeysel olarak değil, aynı zamanda anlam açısından da değiştirmektedir. Sofra, dua, paylaşım ve misafirlik gibi faaliyetler, artık dijital ortamda yeniden canlanmakta; görünürlük, beğeni ve sembolik onay süreçleriyle bütünleşmektedir ve aile sosyolojisine dijital dönemin kültürel kodlarıyla değişen bir habitus perspektifi kazandırmayı hedeflemektedir. Bu bağlamda, dijital aile habitusu kavramı, gelecekte hem aile sosyolojisi hem de dijital kültür araştırmaları için güçlü bir kuramsal çerçeve sunmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Dijital Kültür, Habitus, Kültürel Sermaye, İnanç, Yemek.

Kaynakça

- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Harvard University Press.
- Halford, S., & Savage, M. (2010). Reconceptualizing Digital Social Inequality. *Information, Communication & Society*, 13(7), 937–955.
- Ignatow, G., & Robinson, L. (2017). Pierre Bourdieu: Theorizing the digital. *Information, Communication & Society*, 20(7), 950–966.
- Kent, R. (2020). Self-tracking and digital food cultures: Surveillance and self-representation of the moral ‘healthy’ body. D. Lupton & Z. Feldman (Eds), *Digital food cultures* (19–34). Routledge.
- Lupton, D., & Feldman, Z. (Eds.). (2020). *Digital food cultures*. Routledge.

İnanç Turizmi ile Kültür Turizmi Arasındaki Karşılıklı Etkileşim: Türkiye Örneğinde Mekân Hafızası ve Kimlik Üretimi

*Zeliha KİRİŞCİ¹**

Turizm Fakültesi/ Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye

¹ zelihakirisci00@outlook.com

Özet

Kültür, bir toplumun yaşam biçimini, gelenek ve göreneklerini, yaratıcı ve sanatsal etkinliklerini, inançlarını, değerlerini, normlarını ve davranış kalıplarını yansıtan; geçmişten gelen mirasın bugüne nasıl aktarıldığı, kuşaktan kuşağa süregelen geleneksel bilgiler, ritüeller ve semboller bütününe ifade eden, bir halkın kimliğinin şekillenmesinde merkezi rol oynayan dinamik bir yapıdır. İnanç ise, bireylerin veya toplulukların, metafiziksel, dini ya da felsefi kavramlar etrafında birleşerek evrene, Tanrı'ya ya da daha üst bir güce dair içsel bir güven, sadakat ve bağlılık geliştirmeleri olarak tanımlanabilir; inanç, yaşamın anlam ve amacını sorgularken, bireylere manevi bir destek sağlayan, duygusal ve ruhsal doyumu beraberinde getiren, her ne kadar kişisel deneyimler ve yorumlarla farklılık gösterse de, insan varoluşunun derinliklerinde iz bırakan, bilginin ötesinde sezgisel ve mistik bir boyut sunan temel bir unsur olarak öne çıkar. Turizm ise, bireylerin, kültürel, coğrafi, tarihi veya doğal zenginliklerin sunduğu deneyimleri keşfetme amacıyla çeşitli mekan ve bölgeleri ziyaret etmeleri, bu ziyaretler sırasında çevreyi tanımları, yerel halkla etkileşimde bulunmaları, yaşam biçimlerini gözlemlemeleri ve farklılıkları deneyimlemeleri suretiyle, hem ekonomik hem de sosyal açıdan karşılıklı etkileşim, öğrenme ve alışverişin gerçekleştiği dinamik bir süreçtir; turizm, bireylerin günlük yaşamın rutininden çıkıp yeni perspektifler kazanarak kişisel gelişimlerine katkıda bulunurken, aynı zamanda ziyaret edilen yerlerin kültürel ve ekonomik yapısına da can damarı işlevi görmektedir. Kültür turizmi ise, seyahat edenlerin, ziyaret ettikleri bölgelerin yerel yaşam pratikleri, tarihsel yapıları, sanatsal ve zanaatsal etkinlikleri, mutfak kültürü, el sanatları ve hatta geleneksel giyim kuşam gibi unsurları deneyimleyerek o bölgenin kültürel dokusunu kavrama çabalarına odaklanır; bu tür turizm, yerel değerlerin korunması ve tanıtılmasında önemli bir araç olarak görülürken, ziyaretçilerin bireysel ve toplumsal hafızalarına katkı sağlayan, kültürel paylaşım ve etkileşimleri artıran bir köprü rolündedir. İnanç turizmi ise, bireylerin dini inançları ve manevi arayışları doğrultusunda kutsal mekânları ziyaret etmeleri, dini törenlere katılmaları, kutsal metinler ışığında manevi deneyimler yaşamaları ve ruhsal tatmin arayışlarını sürdürmeleri üzerine kurulu; bu tür turizm, ziyaretçilerin yalnızca fiziksel olarak değil, aynı zamanda ruhsal ve duygusal olarak da beslenmelerini sağlayan, inanç sistemlerinin sunduğu manevi zenginliği keşfetmelerine olanak tanıyan, toplumsal bağlılığı ve dayanışmayı güçlendiren ritüel ve törenlerin deneyimlenmesi şeklinde kendini gösterir. Kültür ve inanç turizmi, bireylerin sadece mekanları ve olayları gözlemlediği, bilgi edinmediği bir alanın ötesinde, yaşamın derinliklerindeki anlam arayışlarıyla birleşerek, ziyaretçilerin kişisel kimlik ve değer yargılarını yeniden şekillendiren, toplumsal belleğin ve kültürel mirasın nesilden nesile aktarımında önemli bir rol oynar; bu iki turizm dalı, farklı dokulara sahip olmalarına rağmen, her

biri ziyaretçilere ait oldukları kültüre dair öğeleri yeniden fark etme, kültürel köprüler kurma ve geçmişle geleceği bir araya getiren anlatıları deneyimleme imkânı sunar. Bu kapsamda kültür turizmi, ziyaretçilerin antik kentlerde, müzelerde, tarihî eserlere, folklorik etkinliklere, yerel festivallere, sanat galeri ve el sanatları atölyelerinde edindikleri deneyimlerle, incelenen yaşam tarzlarının ve değerlerin, geçmişten bugüne nasıl evrim geçirdiğini gözler önüne sererken, inanç turizmi ise ziyaretçilerin kutsal mekanlarda, ibadet yerlerinde ve dini törenlerde yaşadıkları manevi deneyimler aracılığıyla, içsel huzur ve manevi aydınlanmanın peşine düşmelerine olanak tanır; her iki alan da, bireylerin kendilerini yeniden tanımlamaları ve dünyaya farklı bir perspektiften bakmaları için zengin ve anlamlı deneyimler sunar. Böylece, kültür ve inanç turizmi, hem ruhsal hem de entelektüel bir yolculuğun parçası olarak, ziyaretçilerin kendi kimliklerini ve geçmişlerini yeniden keşfetmelerine olanak tanırken, aynı zamanda bölgesel ve evrensel değerlerin paylaşılması, korunması ve geliştirilmesine de katkıda bulunan, sosyal ve ekonomik yaşamın kaçınılmaz bir parçası hâline gelmiştir; bu durum, kültürel çeşitliliğin ve manevi zenginliğin küresel ölçekte takdir görmesinde, toplumsal barış ve diyalogun teşvik edilmesinde, yerel ekonomilerin canlandırılmasında ve hatta uluslararası ilişkilerde de önemli bir rol oynamaktadır. Genel olarak, kültür turizmi, ziyaretçilerin yerel mirasın zenginlikleriyle etkileşime girerek farklı yaşam biçimlerini ve tarihî süreçleri deneyimlemelerine imkan tanırken, inanç turizmi de kendiliğinden, ziyaretçilerin dini ve manevi inançları çerçevesinde, kutsal ve anlam yüklü mekânlarda derin ruhsal bağlantılar kurmalarını sağlayan, bireysel tatminin ötesinde, toplumsal bütünleşme ve kültürel süreklilik açısından stratejik öneme sahip bir faaliyet olarak karşımıza çıkmaktadır; her iki turizm türü de günümüz dünyasında, insanların kimlik arayışına, toplumsal hafıza ve kültürel etkileşime verdikleri değerin artmasıyla birlikte, hem bireyler hem de toplumlar için önemli bir dönüşüm aracı olarak öne çıkmakta, kültürel mirasın ve manevi değerlerin evrensel boyutlarda paylaşılmasına, yaşamın her alanında anlam ve derinlik arayışının sürekliliğine katkı sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İnanç turizmi, Kültür turizmi, Toplumsal hafıza, Kimlik arayışı, Ziyaretçi deneyimi

Kaynakça

Abbate, C. S. ve Nuovo S. F. (2013). Motivation and personality traits for choosing religious tourism. A research on the case of Medjugorje. *Current Issues in Tourism*, 16(5), 501-506. Aslantürk,

Altınöz, Ö., Bülbül, S. ve Güral, F. N. (2013). İnanç turizmi ile ilgili Türkiye’de yapılan akademik çalışmaların incelenmesi. *International Conference on Religious Tourism and Tolerance Proceedings*, Konya, 9-12 May.

Gisbert. R. (1992). Forms of religious tourism. *Annals of Tourism Research*, 19(1), 51-67.

Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2012’a). İnanç Turizmi, <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,10173/inanc-turizmi.html>, [Erişim Tarihi 8.12.2012].

Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2012b). Alternatif Turizm Türleri, İnanç Turizmi, <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,9952/inanc-turizmi.html>, [Erişim Tarihi 2.11.2012].

Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2013). Göreme Milli Parkı ve Kapadokya (Nevşehir), <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,44433/goreme-milli-parki-ve-kapadokya-nevsehir.html>, [Erişim Tarihi 2.1.2013].

Insecto-Gastronomy: Examining Gastronomy Students' Perceptions and Acceptance of Insect-Based Foods

Zehra Nur GÜLNIHAL¹, Osman KESKİN^{2*} Ayşe Başak ÇAKMEN³

Gastronomy and Culinary Arts
Mardin Artuklu University, Turkey
¹ zehranurgulnihal@gmail.com

ORCID: 0009-0006-8038-0585

Kanık School of Applied Sciences / Gastronomy and Culinary Arts
Bitlis Eren University, Turkey
² okeskin@beu.edu.tr

ORCID: 0002-9354-2065

Kanık School of Applied Sciences/Gastronomy and Culinary Arts
Bitlis Eren University, Turkey
basak_cakmen@hotmail.com

ORCID: 0000-0002-2178-6722

Abstract

The increasing global population, climate change, and environmental problems are escalating the importance of sustainable nutrition models every day (FAO, 2013; IPCC, 2021). Traditional protein sources are predicted to be insufficient in the long term, both in terms of environmental and economic sustainability (van Huis, 2013). This has led to a recent acceleration in scientific studies on alternative protein sources. Edible insects, which offer advantages such as high protein levels, a low carbon footprint, and environmentally friendly production, are recognized as a significant alternative for future food security (Payne et al., 2016). The market introduction of edible insects in Europe with the Novel Food Regulation enacted in 2018 (EFSA, 2021), their consumption for centuries in Asian cultural cuisines (Yen, 2009), and their support through scientific studies in America (Gahukar, 2020) indicate a growing global acceptance of these products. However, research on insect-based foods in Turkey is limited, and comprehensive studies examining the attitudes of younger generations, in particular, are insufficient (Özkan, 2019; Çiçek & Yıldız, 2023). Gastronomy students, as future culinary professionals, are individuals who will pioneer innovative practices in the sector. Therefore, understanding their perceptions and acceptance levels of alternative protein sources is not only crucial for filling a gap in the academic literature but also of great importance for the future of the industry.

Insect-based foods are a topic highlighted in the literature for their high nutritional value and sustainable nutrition potential (Hacısalıhoğlu, Özsandık & Çetingül, 2024). A study by Can, Bayram, and Ozturkcan (2021) drew attention to the role of alternative protein sources in the process of finding solutions to environmental problems. While Karaman and Girgin (2020) examined the nutritional aspects of insects in detail, they did not focus on consumer perceptions. The low level of acceptance of insect-based foods in Turkey was revealed in Özkan's (2019) study. Altundağ and Aydın Ceylan (2025), who examined the perceptions and entomophagic approaches of Generation Z students in the Black Sea region towards edible insects, conducted an online survey with 466 participants. According to the findings, the majority of participants viewed insect consumption as an unhealthy and unhygienic choice. Similarly, Karaçeper and Sarı (2024), in their research on gastronomy students in Istanbul and Trabzon, found that male students approached insect-based foods more positively than females, but personality traits and income levels had no significant effect on their attitudes. The international literature also presents similar results. The main theoretical frameworks frequently discussed in studies examining consumer acceptance of entomophagy are based on concepts such as Food Neophobia and Cultural Bias, as well as disgust response and social norms (Hartmann & Siegrist, 2017; Looy et al., 2014; Verbeke, 2015). Food neophobia is defined as an individual's reluctance or fear of new or unfamiliar foods and is the biggest psychological barrier to acceptance when it comes to non-traditional sources like edible insects. These barriers may be valid even for future trendsetters like gastronomy students; as even culinary professionals can reflect their personal biases into menu decisions. This situation creates challenges regarding how to integrate insect-based foods to achieve the goal of offering a 'local and authentic experience' in the tourism sector. Therefore, measuring not only students' knowledge levels but also their neophobic tendencies is critical for understanding acceptance mechanisms and identifying potential intervention points in gastronomy education. Cicatiello et al. (2016) showed that the biggest barrier to insect consumption among Italian consumers was cultural biases. Gahukar (2020) and EFSA (2021), on the other hand, reveal that insects will gain wider acceptance in the future within the context of environmental sustainability. Therefore, research on gastronomy students in Turkey will provide significant contributions from both theoretical and practical perspectives.

The research is conducted using a quantitative method. A scale developed by Cicatiello et al. (2016) and adapted into Turkish by Altundağ & Aydın Ceylan (2025) was used. The survey scale used in the study aims to analyze attitudes towards edible insects in a multidimensional way. The scale consists of sub-dimensions that separately evaluate individuals' cognitive (knowledge and perception) and emotional (bias and attitude) approaches to insect-based foods. While the perception dimension measures rational factors such as environmental benefits and nutritional value, the bias dimension focuses on emotional barriers like disgust, fear, or hygiene concerns. Making these distinctions allows for the development of more targeted future education and communication strategies by revealing whether gastronomy students refuse consumption for emotional reasons despite rational knowledge. Furthermore, since this scale is used in international studies, it ensures the comparability of our findings with the global literature. The data collection process was carried out through a survey administered to undergraduate and graduate students studying in gastronomy departments of universities in Turkey. The questionnaire includes closed-ended questions aimed at determining knowledge, perception, bias, attitude, and acceptance level. The collected data are being analyzed using frequency distributions, means, and appropriate statistical methods with SPSS software.

As the research is ongoing, the comments are based on preliminary analyses. The findings show that a significant portion of students have insufficient knowledge about insect-based foods. However, it is expected that their increasing awareness of environmental sustainability and climate change will positively affect their perceptions of these foods (IPCC, 2021; FAO, 2013). These results indicate that awareness-raising education can be effective among younger generations, as also supported by international studies (Yen, 2009; Payne et al., 2016).

This research will contribute to the academic literature and shed light on sectoral practices by revealing the perceptions and acceptance levels of gastronomy students in Turkey regarding edible insects. The findings emphasize the necessity of integrating topics such as sustainable food and alternative protein sources into gastronomy education. Thus, both societal awareness will increase, and a contribution will be made to the formation of sustainable food policies.

Keywords: Insect gastronomy, Edible insects, Gastronomy education, Sustainable nutrition, Alternative protein sources

References

- Altundağ, Ö., & Aydın Ceylan, G. (2025). Perceptions towards edible insects: Entomophagic approaches of Generation Z students. *KSU Journal of Agriculture and Nature*, 28(6), 1480-1492. <https://doi.org/10.18016/ksutarimdogan.vi.1637893>
- Can, B., Bayram, H. M., & Öztürkcan, A. (2021). Solution proposals for environmental problems: An overview of current sustainable nutrition practices. *Gıda*, 46(5), 1138-1157. <https://doi.org/10.15237/gida.GD21062>
- Cicatiello, C., De Rosa, B., Giudice, T. D., & Secondi, L. (2016). Consumer approach to insects as food: Barriers and potential for consumption in Italy. *British Food Journal*, 118(11), 2271-2286. <https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2016-0015>
- Çiçek, H., & Yıldız, S. (2023). Attitudes and perceptions towards edible insects: A research on gastronomy students. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11(4), 2567-2589.
- European Food Safety Authority (EFSA). (2021). Risk assessment of edible insects as novel foods. *EFSA Journal*, 19(4). <https://doi.org/10.2903/j.efsa.2021.6603>
- Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2013). Edible insects: Future prospects for food and feed security. Author. <http://www.fao.org/3/i3253e/i3253e.pdf>
- Gahukar, R. T. (2020). Edible insects farming: Efficiency and impact on family livelihood, food security, and environment compared with livestock and crops. *Journal of Insects as Food and Feed*, 6(2), 93–103. <https://doi.org/10.3920/JIFF2019.0021>
- Hacısalıhoğlu, S., Özsandık, İ. H., & Çetingül, İ. S. (2024). Insects and their importance in terms of nutrition. *Türkiye Klinikleri Animal Nutrition and Nutritional Diseases-Special Topics*, 10(2), 1-12. <https://www.turkiyeklinikleri.com/journal/animal-nutritional-diseases-special-topics/10-2.html>
- Hartmann, C., & Siegrist, M. (2017). Consumer acceptance of insects as food in Switzerland: The role of neophobia and disgust. *Food Quality and Preference*, 55, 118–127. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2016.08.008>
- Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC). (2021). Climate change 2021: The physical science basis. https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg1/downloads/report/IPCC_AR6_WGI_Full_Report.pdf

- Karaçeper, E. İ., & Sarı, D. (2024). Attitudes and preferences of Generation Z towards edible insects: An analysis on gastronomy and culinary arts students. *International Journal of Social and Humanities Sciences*, 8(2), 215–245. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ijshs/issue/87573/1560465>
- Karaman, R., & Girgin, G. K. (2020). Grasshopper and shrimp in the context of edible insects. *Journal of Global Tourism and Technology Research*, 1(1), 1-11. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1554608>
- Looy, H. V., Dunkel, F. V., & Wood, J. R. (2014). How then shall we eat? Insect-eating and the future of food. *Agriculture and Human Values*, 31(2), 257–269. <https://doi.org/10.1007/s10460-013-9450-x>
- Özkan, M. (2019). Evaluation of perspectives on the use of alternative food sources (insects): The case of Konya [Master's thesis, Necmettin Erbakan University]. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezDetay.jsp?id=9IV1NE_6hbinGJsDDlbleA&no=WMFbxkyIgA4LPDwCFnFaIg
- Payne, C. L., Scarborough, P., Rayner, M., & Nonaka, K. (2016). A systematic review of nutrient composition data available for insects consumed for food. *Journal of Food Composition and Analysis*, 47, 69–76. <https://doi.org/10.1016/j.jfca.2015.10.012>
- van Huis, A. (2013). Potential of insects as food and feed in assuring food security. *Annual Review of Entomology*, 58, 563–583. <https://doi.org/10.1146/annurev-ento-120811-153704>
- Verbeke, W. (2015). Profiling consumers who are ready to adopt insects as a meat substitute in a Western society. *Food Quality and Preference*, 39, 147–155. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2014.07.008>
- Yen, A. L. (2009). Edible insects: Traditional knowledge or Western phobia? *Entomological Research*, 39(5), 289–298. <https://doi.org/10.1111/j.1748-5967.2009.00239.x>

Acknowledgements

This study was supported by the TÜBİTAK 2209-A University Students Research Projects Support Program (Project No: 1919B012462035). I thank my advisor, Lecturer Osman Keskin, for his contributions.

Semiotic Perspectives On Gastronomy Tourism: Analysis of Language, Visuals, and Cultural Narratives

Mehmet Veysi BABAYIGIT^{1*}, Umut BALCI²

School of Foreign Languages, Department of Foreign Languages
Batman University, Türkiye

¹ m.veysi.babayigit@gmail.com

ORCID: 0000-0003-4136-7434

Faculty of Tourism, Department of Tourism Guidance,
Batman University, Türkiye

balci-u@yahoo.de

ORCID: [0000-0001-8196-4351](https://orcid.org/0000-0001-8196-4351)

Abstract

Language serves as the existential kitchen of humanity, acting as a profound bridge between communication and culture throughout historical processes. In this context, communication has exhibited a dynamic structure continuously evolving in response to sociological and technological changes over time. From the era of oral culture to the digital culture period, developments in language and culture have transformed modes of communication and led to the emergence of new tools and methods (Korucu, 2023). Thus, language reflects the culture of the society in which it is used, becoming an inseparable component of the cultural structure; however, variations in communication tools and methods also influence the process of meaning transmission. In this intertwined process of communication and culture, the creation and dissemination of cultural characteristics through communication must also be interpreted considering cultural awareness and remain open to continuous transformation alongside technological innovations (Wang, Lin & Chu, 2011). When examining the relationship between language, culture, and communication, it is possible to assume that gastronomy tourism is closely linked to these fundamental dynamics. From this perspective, a semiotic approach provides a suitable framework for revealing how these relationships acquire meaning and manifest in cultural experiences.

Semiotics is defined as the discipline examining the processes of meaning production and transmission through signs and symbols (Chandler, 2022). Charles Sanders Peirce developed a comprehensive theory of signs closely related to logic, which he defined as semeiotics. Unlike Ferdinand de Saussure's binary oppositional approach, Peirce adopted a triadic structure in defining signs. Saussure's linguistic binaries find expression in Peirce's semiotics as threefold relations (Bircan, 2015). In this context, Peirce's fundamental triad consists of the sign, the interpretant, and the object. Accordingly, language assumes a central role as the carrier of culture and the transmitter of collective memory; it serves as a primary tool in social interaction and the

communication of cultural meaning. According to Barthes (1977), language is not merely a tool for communication but a system of signs through which cultural myths are produced; each culture expresses its worldview through words, rituals, and everyday practices. In the context of tourism, the interaction of language and culture determines how visitors interpret spaces and cultural practices. In this regard, gastronomy emerges as a domain where linguistic signs are particularly concentrated; meals communicate a society's identity, history, beliefs, and social relations. Food rituals, therefore, function as indicators of social structure and belonging. From a semiotic perspective, gastronomy conveys cultural experience by integrating both linguistic and visual codes and holds a critical role in transmitting cultural meaning within the tourism context.

The purpose of the current study is to examine the processes of meaning production from a semiotic perspective through language, visual elements, and cultural narratives within the context of gastronomy tourism. These processes and their effects on language, communication, and culture constitute the core components of the study. Adopting a qualitative approach, the research attempts to reveal how gastronomic experiences generate cultural meanings through linguistic and visual signs. As a data collection method, documents and academic studies related to gastronomy tourism were employed. Within the analysis process, the role of language in gastronomic narratives and its contribution to cultural meaning production was identified (Ramachandran, 2005). The study systematically analysed the interaction of language and culture in the context of gastronomy tourism by employing Roland Barthes' (1977) levels of denotation, connotation, and myth, alongside Peirce's triadic sign model (sign, interpretant, and object). This methodological framework enables a comprehensive understanding of the interplay between gastronomic cultural experiences and linguistic and visual codes, providing insight into how tourists perceive and interpret cultural meanings.

The findings of the current study indicate the decisive role of language in the production of cultural meaning and the transmission of social identity within the context of gastronomy tourism. Language functions as a primary tool in interpreting gastronomic experiences and conveying cultural values to tourists. In this process, gastronomy transcends its role as a mere act of consumption to become a system of cultural signs; the ingredients, cooking and presentation methods, and consumption rituals of dishes symbolize social structure, historical experiences, and a sense of belonging. From a semiotic perspective, the interaction between these linguistic and visual signs shapes the processes of cultural learning and awareness within gastronomic experiences. The findings demonstrate that gastronomy tourism is a multi-layered domain in which cultural identity is reproduced through language and culture, and societal values and myths are reflected in experiential practices. Consequently, gastronomy tourism occupies a central position at the intersection of language, culture, and semiotic elements, underpinning both cultural experience and meaning-making. In this context, academic research and tourism practices can enhance the cultural values and tourism potential of destinations by focusing on the linguistic and cultural dimensions of gastronomic experiences, thereby making tourists' experiences more meaningful.

Keywords: Gastronomy tourism, semiotics, cultural meaning, language and communication, cultural experience.

References

Barthes, R. (1977). *Image Music Text* (London, Fontana Collins). *Fictional-Critical Writing*, 67.

- Bircan, U. (2015). Roland Barthes ve göstergebilim. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 13(26), 17-41.
- Chandler, D. (2022). *Semiotics: the basics*. Routledge.
- Korucu, E. H. (2023). Sözlü Kültür Döneminden Başlayarak Dijital Döneme Kadar Uzanan Süreçte Dil Kültür Etkileşiminin İletişim Süreçlerine Etkisi. *Medya ve Kültür*, 3(2), 228-255.
- Ramachandran, S. (2005). Analysing visual and textual content of tourism brochures: a case of Malaysian destination image. *TEAM Journal of Hospitality and Tourism*, 2(1), 69-80.
- Wang, W. C., Lin, C. H., & Chu, Y. C. (2011). Cultural diversity and information and communication impacts on language learning. *International Education Studies*, 4(2), 111-115.

The Motivations and Experiences of Non-Christian Visitors at Laodikeia Church

Mehmet Yavuz ÇETİNKAYA^{1*}, Ayşe DEMİR², Sinem ÖZTÜRK³

Faculty of Tourism/Department of Tourism Guidance
Pamukkale University, Turkey

¹mehmetyavuzcetinkaya@hotmail.com

ORCID: 0000-0002-4561-1310

School of Foreign Language
Pamukkale University, Turkey

²aysedemir@pau.edu.tr

ORCID: 0000-0001-8563-590X

Graduate School of Social Sciences, Department of Tourism Guidance
Pamukkale University, Turkey

³kahveci4585@gmail.com

ORCID: 0009-0005-4227-4610

Abstract

This study explores the motivations and experiences of non-Christian visitors during their visit at the Laodikeia Church, one of the seven churches addressed in the Book of Revelation in the ancient city of Laodikeia. Located in present-day Denizli, Türkiye, Laodikeia holds immense historical and spiritual significance for Christians as an early pilgrimage center and archaeological site. However, the perspectives of non-Christian tourists remain an underexplored area. Through a qualitative research approach combining semi-structured interviews and on-site observations, the study seeks to understand how individuals from diverse cultural and religious backgrounds engage with a heritage site rooted in Christian tradition. The findings reveal that non-Christian visitors to Laodikeia Church are primarily motivated by cultural curiosity, historical interest, and aesthetic appreciation rather than religious devotion. Visitors consistently describe their experience as impressive and enriching, with particular appreciation for the well-preserved architecture, mosaics, and baptismal areas. During their visit, informants acquired diverse knowledge concerning Christianity and the church's historical significance. Moreover, the informants expressed varied perspectives on the role of churches in fostering interfaith understanding. Overall, the majority believe that churches promote tolerance by bringing together individuals from different religious backgrounds, instilling values of tolerance and respect within their congregations, and contributing to social peace. This study contributes to the fields of tourism studies, religious heritage management, and visitor experience research by offering a nuanced understanding of non-religious engagement with a globally significant sacred site. The results provide valuable insights for site administrators and cultural heritage organizations on developing more inclusive and universally appealing interpretation strategies.

Keywords: Religious tourism, Laodikeia church, non-Christian visitors, Visitor motivation & experience, Archaeological site

References

- Çetinkaya, M. Y., & Öter, Z. (2015). Sustainable Valorization of Cultural Heritage via Tour Guides: Turkish Case of Ephesus Ancient City. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(6), 1401-1412.
- Öter, Z., & Çetinkaya, M. Y. (2016). Interfaith Tourist Behavior at religious heritage sites: House of the Virgin Mary case in Turkey. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 4(4), 1-18.
- Şimşek, C. (2011). *Tarihin İçinden: Laodikeia'dan Ladik'e Denizli: Denizli Tanrıların Kutsadığı Vadi*, İstanbul.
- Şimşek, C. (2015). *Laodikeia Kilisesi: Lykos Vadisi 'nde Hristiyanlık*. Denizli Büyükşehir Belediyesi Yayınları: Denizli
- Timothy, D.J. & Boyd, S.W. (2006). Heritage tourism in the 21st century: Valued traditions and new perspectives. *Journal of Heritage Tourism*, 1(1), 1-16.

Tematik Gastronomi Yaklaşımı: Van Gölü Konseptinin Tabak Tasarımına Uyarlanması Üzerine Bir Araştırma

*Ayşe Başak ÇAKMEN^{1*}, Mukadder ÇETİN², Umut GÜLERYÜZ³, Osman
KESKİN⁴*

Kanık School of Applied Sciences/Gastronomy and Culinary Arts
Bitlis Eren University, Turkey
basak_cakmen@hotmail.com

ORCID: 0000-0002-2178-6722

Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu/Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Bitlis Eren Üniversitesi, Türkiye
gastrosef.42@gmail.com,

ORCID: 0000-0005-0560-6245

Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu/Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Bitlis Eren Üniversitesi, Türkiye
uguleryuz@beu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-23370000-3577

Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu/Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Bitlis Eren Üniversitesi, Türkiye
okeskin@beu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-9354-2065

Özet

Günümüzde gastronomi turizmi, yalnızca yöresel tatların sunulmasıyla sınırlı olmayan; kültürel kimliğin, coğrafi özgünlüğün ve estetik deneyimin bütüncül olarak aktarıldığı bir alan hâline gelmiştir. Bu bağlamda tabak sunumu, yalnızca yemeğin taşıyıcısı değil, aynı zamanda anlatıcı bir yüzey olarak konumlanmaktadır. Görsel sunum kararlarının (renk, doku, biçim, yerleşim, boşluk kullanımı vb.) algılanan lezzet, özgünlük ve beğeni düzeyini etkilediği; tüketicinin tat alma deneyimini biçimlendirdiği çok sayıda deneysel çalışmayla ortaya konmuştur (Michel, Velasco, Gatti & Spence, 2014; Piqueras-Fiszman, Alcaide, Roura & Spence, 2012; Velasco, Michel, Woods & Spence, 2016). Tabak renginin (örneğin beyaz ve siyah tabaklar) yemeğin tatlılık algısı üzerindeki etkisi (Piqueras-Fiszman et al., 2013) ve dengeli-asimetrik düzenlemelerin estetik tercihlerdeki rolü (Velasco et al., 2016), bu dışsal ipuçlarının deneyimsel gücünü göstermektedir.

Bu çalışmada amaç, Van Gölü ve havzasının belirgin doğal ve kültürel özelliklerini literatürden sistematik biçimde belirlemek ve bu özellikleri tematik tabak sunumu uygulamalarına uyarlamaktır. Van Gölü'nün coğrafi ve jeolojik yapısı (ör. dalga hareketleri, bazalt yapılar, kıyı çizgisi morfolojisi) ile bölgeye özgü mutfak öğeleri (ör. Van kahvaltısı, yerel ürünler) anlatısal açıdan zengin bir görsel kaynak alanı sunmaktadır (Alaeddinoğlu & Can, 2011; Kılıçhan & Köşker, 2015). Bu bağlamda araştırma sorusu, “Tematik gastronomi yaklaşımı, Van Gölü ve havzasının doğal ve kültürel unsurlarını yaratıcı bir tabak sunumuna nasıl yansıtılabilir?” şeklinde yapılandırılmıştır.

Çalışma, yalnızca literatür analizi yöntemiyle yürütülmektedir. Ulusal ve uluslararası akademik kaynaklardan derlenen veriler, doküman analizi tekniğiyle analiz edilmekte; içerik çözümlemesi yoluyla “su/dalga”, “kıyı çizgisi/katman”, “bazalt/doku” ve “yerel ürün/anlatı” gibi temalara ayrılmaktadır (Bowen, 2009). Temalardan hareketle üç adet tabak sunumu prototipi geliştirilmektedir. Bu prototipler, estetik kompozisyon ilkeleri doğrultusunda şekillendirilmektedir: örneğin ‘su’ temasında soslarla akan bir hareket hissi verilmekte; ‘kıyı’ teması, negatif alan kullanımı ile kompozisyonun merkezine yerleştirilmekte; ‘bazalt’ dokusu ise mat ve pütürlü tabak yüzeyleriyle yansıtılmaktadır. Renk ve şekil kararları, tabak renginin tat algısı üzerindeki etkilerine dayalı deneysel bulgularla desteklenmektedir (Piqueras-Fiszman et al., 2012; Piqueras-Fiszman et al., 2013).

Hazırlanan tabak prototipleri, değerlendirme amacıyla iki farklı gruba sunulacaktır: (1) alan uzmanları (şefler ve gastronomi akademisyenleri) ve (2) hedef tüketici profili (gastronomi öğrencileri). Her katılımcı, her bir tabak prototipini 5’li Likert ölçeği ile dört boyutta puanlayacaktır: “estetik beğeni”, “özgünlük”, “Van Gölü’nü çağrıştırmaya düzeyi” ve “genel beğeni”. Ölçeklerin iç tutarlılığı Cronbach Alfa katsayısı ile değerlendirilecek, grup ortalamaları tanımlayıcı istatistiklerle raporlanacaktır (Tavakol & Dennick, 2011). Ayrıca açık uçlu sorular ile nitel geri bildirimler toplanacaktır.

Bu çalışmanın kuramsal katkısı, yerel coğrafi ve kültürel unsurların tabak tasarımına nasıl estetik biçimde entegre edilebileceğine dair nitel bir çerçeve sunmasıdır. Uygulamalı düzeyde ise görsel anlatı, yöresel kimlik ve estetik sunum ilişkisini görünür kılmakta; gastronomi turizmi açısından Van Gölü’nün somut olmayan kültürel mirasına katkı sağlamaktadır. Literatürde görsel sunumun algısal etkilerine odaklanan araştırmalara ek olarak, bu çalışma yerel temaların yaratıcı ifadesine odaklanmakta; destinasyon anlatısını tabak estetiği üzerinden kurmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Tematik gastronomi, Gastronomi turizmi, Yaratıcı tabak tasarımı, Van Gölü

Kaynakça

Alaeddinoğlu, F., & Can, A. S. (2011). Identification and classification of nature-based tourism resources: Western Lake Van basin, Turkey. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 19, 198–207. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.05.124>

- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27–40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>
- Kılıçhan, R., & Köşker, H. (2015). Destinasyon markalaşmasında gastronominin önemi: Van kahvaltısı örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 102–115.
- Michel, C., Velasco, C., Gatti, E., & Spence, C. (2014). A taste of Kandinsky: Assessing the influence of the artistic visual presentation of food on the dining experience. *Flavour*, 3, 7. <https://doi.org/10.1186/2044-7248-3-7>
- Piqueras-Fiszman, B., Alcaide, J., Roura, E., & Spence, C. (2012). Is it the plate or is it the food? Assessing the influence of the color (black or white) and shape of the plate on the perception of the food. *Food Quality and Preference*, 24(1), 205–208. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2011.08.011>
- Piqueras-Fiszman, B., Giboreau, A., & Spence, C. (2013). Assessing the influence of the color of the plate on the perception of a complex food in a restaurant setting. *Flavour*, 2, 24. <https://doi.org/10.1186/2044-7248-2-24>
- Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International Journal of Medical Education*, 2, 53–55. <https://doi.org/10.5116/ijme.4dfb.8dfd>
- Velasco, C., Michel, C., Woods, A. T., & Spence, C. (2016). On the importance of balance to aesthetic plating. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 5–6, 10–16. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2016.08.001>

Teşekkür

Bu çalışma, TÜBİTAK 2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destekleme Programı kapsamında 1919B012465767 numaralı proje olarak desteklenmiştir.

Kutsal Mekânların Ticarileşmesi: Mardin Örneği

Berfin ATA^{1*}, Abidin Can AKTAŞ²

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü/Turizm Rehberliği
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye

¹ iamberfinataa@icloud.com

ORCID: 0009-0000-7135-5755

Turizm Fakültesi/Turizm Rehberliği
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye

² abidincanaktas@gmail.com,

ORCID: 0000-0002-6176-3728

Özet

Mimarlığın temeli olan mekân kavramı, insan algısı ve mekân sınırlarına bağlı olarak, sınırlayıcıların farklılıklarına göre doğal, yapay ve karma mekân şeklinde sınıflandırılmaktadır. Mekân kavramı farklı medeniyetlerde farklı şekillerde ifade edilse de felsefi ve kökenbilimsel bir araştırmada, bu kavramda insan-çevre ilişkisi ya da bağlantısı olan bir odağa sahip olduğu görülmektedir. Nitekim mekân, içinde bulunanlar tarafından hissedilen ve dikkate alınan bir düzlem, bir başka deyişle insani eylemlerin gerçekleştirildiği ve bütün deneyimlerinin yaşandığı yer olarak ifade edilmektedir. (Altan, 1993; Demir, 2020). Usta'ya (2020) göre genel olarak mekân kavramının soyut bir boşluktan oluşmuş olduğu, yer kavramının ise insan deneyimini içeren mekânlar olduğu ifade edilmektedir. Yoğun anlamların mekân kavramını ortaya çıkarmasının yanı sıra inanç ve duygu esaslı kutsal kavramı (Dölek, 2024) 'e göre temizlenmiş, bütün kötülükten arınmış ve korunmuş olarak tanımlanmaktadır. Kutsalın tüm dinlerde var olduğu ve kutsal olmadan dinlerin var olamayacakları ifade edilmektedir. Bir dinde var olan Tanrı, ahlak, ibadet, ahiret inancı gibi bütün dini simgeleri kutsal kavramı şekillendirmektedir. Dünyanın farklı yerlerinde kutsal mekânlar varlığını sürdürmektedir ve bu mekânlar, inananların kutsalla ilişkisi kurmasının yanı sıra toplumsal barış ve birlikteliğe katkı sağlamaktadır.

Öte yandan kutsal kavramı dini, sanatsal ve felsefi olarak oldukça farklı tanımlamalarla ifade edilmektedir. Genel tanımıyla kutsal; tapınılacak derecede önemsenen, üstüne titrenen, bozulmaması ve dokunulmaması gereken, dini saygı uyandıran Tanrısal-İlahi-Aşk gibi derin yücelikte tanımlanmaktadır. Kutsiyet atfetme genellikle insanı aşan, mutlak olana, kısacası yaratıcıya duyulan derin bağlılıkla karşımıza çıkmaktadır. İnsan kavramaya çalıştığı bu ilahi aşkın niteliğini, kutsalın yardımcı araçlarından olan sanat ve sembollerle yeryüzüne yansıtmaktadır (Aslan, 2021).

Mekânın değer yüklü bir kavram olması onun farklı anlamlar kazanmasına da olanak tanımaktadır. Bu doğrultuda, tüketimin gerçekleştiği alan olarak “mekân tüketimi” ticarethanelerin oluşumuyla doğrudan ilişkilendirilmektedir. Kutsal mekânların çevresinde hizmet noktalarının artışı da bununla değerlendirilmektedir. Bu alanlar, oluşturdukları çevreyle toplumsal çekim gücüne sahip olmakta; kutsal mekân ziyareti sırasında yapılan alışveriş faaliyetleri ise, bu mekânların temel amacı dışında da kullanılarak yeni bir tüketim alanı ortaya çıkarmaktadır (Yırtıcı, 2005; Alver, 2010). Mekân artışı, ekonomik açıdan belirleyicidir ve bu durum kutsal mekânları da kapsamaktadır. Kutsal mekânları çevreleyen ticarethaneler, ziyaretçiler tarafından sıklıkla kullanılmakta ve bu durum, kutsal mekânların asıl işlevlerinin dışında alanlara dönüşmesine yol açmaktadır. Kafe, restoran ve hediyelik eşya satışı yapan dükkânlar bu durumun en belirgin örneklerindendir. Dolayısıyla, kutsal mekânların çevresindeki ticari işletmelerin sayısı ve çeşitliliği arttıkça, kutsal mekânlarda tüketim merkezlerine dönüşmektedir (Mirzaoğlu, 2023).

Ticari faaliyetleri, dini ve tarihi anlamları yaygınlaştırarak ve mekânları ayakta tutarak ekonomik bir itici güç görevi görmektedir. Bununla birlikte ticari faaliyetler kutsal mekânların rutin işleyişini, korunmasını ve tanıtımını sürdürmek amacıyla hayati önem taşıyan gelir kaynakları sağladığını ve dini ya da kültürel miras değerlerinin daha geniş kitlelere aktarılmasına yardımcı olduğunu göstermektedir. Örneğin Shaolin Manastırı üzerine yapılan araştırma, yerel paydaşların tuistik faaliyetler ile dini uygulamalar arasındaki yakınlık konusunda endişelerini dile getirmelerine rağmen, turizmle ilgili ticarileşmenin günlük faaliyetlere finansal olarak katkıda bulunduğunu ve manastırın kamuoyundaki profilini yükselttiğini, böylelikle dinin görünürlüğünü ve takipçi kazanımını desteklediğini kabul ettiklerini ifade etmektedir (Hung vd., 2016).

Bu çalışmanın amacı Mardin’deki hem kültürel miras alanları arasında yer alan hem de kutsal mekân olarak adlandırılan ve en çok ziyaret gerçekleştirilen Kasımiye Medresesi, Zinciriye Medresesi, Deyrulzafaran Manastırı, Mor Gabriel Manastırı ve Mardin Ulu Cami’nin ticari faaliyetlerini irdelemek ve mekân ile ilişkisini karşılaştırmak ve bu faaliyetler neticesinde güçlü, zayıf yönleri ile fırsat ve tehditleri (SWOT) ortaya koymaktır. Bu çalışma nitel araştırma yöntemlerinden durum çalışması yaklaşımıyla yürütülmüştür. Durum çalışması, bir sistemin nasıl çalıştığı ve işlediği hakkında sistematik bilgi toplama amacı güderek çoklu veriler elde etmek suretiyle o sistemin derinlemesine incelenmesini kapsayan metodolojik bir yaklaşım olarak ifade edilmektedir (Chmiliar, 2010). Literatürde dini mekânların ticarileşmesiyle ilgili pek az çalışma yer almaktadır. Ayrıca çalışma öneriler ve stratejik yöntemler sunmayı amaçlamaktadır. Dolayısıyla bu çalışma hem ilgili alanyazına katkı sağlayacak hem de Mardin’deki kutsal mekânların ticari faaliyetlerine yönelik değerlendirme yapacaktır. Elde edilen bulgular kapsamında Kasımiye Medresesi’nde bir adet kafeterya bir adet tesbih atölyesi bir adet telkari atölyesi ve gişe, Zinciriye Medresesi’nde bir adet meşrubat satış alanı bir adet hat sanatları alanı ve gişe, Deyrulzafaran Manastırı’nda bir adet kafeterya bir adet hediyelik eşya alanı bir adet şarap satış alanı bir adet telkari satış alanı ve gişe, Mor Gabriel Manastırı’nda bir adet meşrubat satış alanı ve gişe yer almaktadır. Mardin Ulu Cami ise birkaç çarşı içerisinde olduğundan dolayı satış alanları camiye bağlı değil özel niteliktedir. Bu alanların ticarileşmesi üzerine güçlü yönleri; kültürel ve dini çeşitlilik, yüksek turistik çekim gücü, mekânsal estetik ve özgünlük, ziyaretçi hizmetlerinin gelişmekte olması ve yerl rehberlik ve anlatı geleneğinin olmasıdır. Zayıf yönleri; aşırı ticarileşme riski, fiziksel ve mekânsal baskı, yetersiz gelir yönetimi, altyapı eksiklikleri ve kurumsal koordinasyon eksikliğidir. Fırsatlar; sürdürülebilir turizm politikaları, yerel kalkınmaya katkısı, akademik ve kültürel farkındalık artışı, dijital tanıtım ve sanal müze imkânı ve kültürel rotalarla bütünlüştür. Tehditleri ise aşırı turizm baskısı, kültürel kimlik erozyonu, politik ve dini

gerilimler, iklim ve çevresel faktörler ve ticari faaliyetlerin dengesizliği şeklindedir. Bahsedilen beş mekân Mardin'in inanç turizmi kimliğinin çekirdeğini oluşturmaktadır. Kentin ekonomik, kültürel ve sosyal yapısını da doğrudan etkileme özelliğine sahip oldukları değerlendirilmektedir. Fakat ticarileşmenin kontrolsüz biçimde artması durumunda mekânların dini, kültürel ve otantik değerlerinin aşınma ve yozlaşma riski söz konusu olabilmektedir. Bu kapsamda ticarileşmenin yerel fayda üretmesi, mekânların manevi atmosferlerinin korunması ve ziyaretçi yönetimlerinin bilimsel verilere dayalı olarak yürütülmesi temel öncelikler arasında yer alması gerektiği önerilmektedir.

Anahtar Sözcükler: Kutsal Mekân, Ticarileşme, SWOT

Kaynakça

Altan, İ. (1993). Mimarlıkta mekân kavramı. *Studies in Psychology*, 19, 75–88.

Alver, K. (2010). *Siteril hayatlar* (2. basım). İstanbul: Hece Yayınları.

Aslan, Y. (2021). Daire simgesi ve kutsal bağlantıları üzerine: Manevi temelde aşkın bir üretim. *Sanat Tarihi Dergisi*, 30(2), 1191–1219.

Chmiliar, I. (2010). Multiple-case designs. In A. J. Mills, G. Eurepas & E. Wiebe (Eds.), *Encyclopedia of case study research* (pp 582-583). USA: SAGE Publications.

Demir, T. (2020). Jeopolitikte mekân kavramı. *Avrasya Terim Dergisi*, 8(1), 1–7.

Dölek, İ. (2024). Kutsal yerler teolojisi: Şiddet ve saldırılar karşısında kutsal mekânların kutsallığı ve dokunulmazlığı üzerine. *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi (ÇÜİFD)*, 24(2), 98–114.

Hung, K., Yang, X., Wassler, P., Wang, D., Lin, P., & Liu, Z. (2016). Contesting the commercialization and sanctity of religious tourism in the shaolin monastery, china. *International Journal of Tourism Research*, 19(2), 145-159.

Mirzaoglu, M. A. (2023). Kutsal mekân-ticaret ilişkisi. *Din Sosyolojisi Araştırmaları*, 3(4), 73–94.

Usta, G. (2020). Mekân ve yer kavramlarının anlamsal açıdan irdelenmesi. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 10(1), 25–30.

Yırtıcı, H. (2005). *Çağdaş kapitalizmin mekânsal örgütlenmesi* (1. baskı). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Kutsallığın Dijital İzleri: Saint Pierre Kilisesi Üzerine Ziyaretçi Yorumlarının İçerik Analizi

Nadire ÖKSÜZ^{1*}, Gamze ERYILMAZ²

Bağımsız Araştırmacı
Türkiye

^{1*} nadireoksuz@gmail.com

ORCID: 0000-0001-8112-239X

Turizm Fakültesi
İskenderun Teknik Üniversitesi, Türkiye
² gamze.eryilmaz@iste.edu.tr

ORCID: 0000-0003-0588-8021

Özet

İnanç turizmi bireylerin dini ibadetlerini yerine getirmek amacıyla yaptıkları bir turizm çeşidi olarak günümüzde de çekiciliğini devam ettirmektedir. Bireylerin inançlarının bir gereği olarak görülen kutsal sayılabilen alanları ziyaret etmeleri dini bir seyahat hareketliliğininde beraberinde getirmektedir. Geçmişten günümüze kadar görülen bu seyahat hareketliliği inanç turizmi olarak incelenirken kutsal alanlarla birlikte inanç turizminin odak noktasını oluşturduğu gözlemlenmektedir. Bireylerin manevi yönden arayışta olmaları, ibadetlerini yerine getirebilmek için yaptıkları ziyaretler inanç turizminin gelişimi bakımından oldukça önemli sayılabilmektedir.

İnanç turizmi ülkemizin birçok şehrinde yapılabilmektedir. Bu şehirlerden biri olan ve birden fazla dinin kutsalını bünyesinde bulunduran Hatay’da inanç turizmiyle dikkat çekebilmektedir. İnanç turizmi potansiyeli doğrultusunda Hatay, gelen yerli ve yabancı ziyaretçilerle ilin gelişimine ekonomik anlamda katkı sunduğu gibi birçok medeniyetin bırakmış olduğu izleri sebebiyle de manevi anlamda bölgenin tanınırlığını da artırabilmektedir. Böylelikle inanç turizmi ziyaretçilerinin dini ziyaretlerini gerçekleştirmek, ibadetlerini yapabilmek, bilgilenmek için Hatay’a yapacakları her ziyaret bu kutsal mekânların ziyaret edilme isteğinde bir artışa sebep olabilme ihtimalini de doğurmaktadır. Bu da inanç turizmi için yadsınamaz bir değer olarak ili ön plana çıkarmaktadır.

“*Dinler mozaiği*” Hatay’ın inanç turizmi özelliğine sahip birçok zenginliğinin olduğundan söz etmek mümkündür. Bu zenginliklerden bazıları “*Habib-i Neccar Camii, Sarı Selim Camii, Ulu Camii, Saint Pierre Kilisesi, Barlaam Manastırı, Ortodoks Kilisesi, Ermeni Kilisesi, Musevi Sinagogu, Saint Simeon Manastırı, Beyazıt Bestami Hazretleri Türbesi, Şeyh Ahmet Kuseyri Türbesi, Hazreti Musa Ağacı, Hızır Makamı, Dor Mabedi, Haron Cehennem Kayıkçısı*” olarak sıralanabilir. Hatay’ın bu zenginliklerinin birbirinden farklı din ve kültürlerin geçmişten bu yana bıraktığı tarihi zenginliğinden kaynaklı olduğu ifade edilebilir. Bu özgün eserlerden biri olan Saint Pierre Kilisesi, Hristiyanlık tarihinin en eski ibadet mekânlarından biri olması nedeniyle yalnızca dini değil, aynı zamanda tarihî ve kültürel bir değeri de taşımaktadır. Saint Pierre Kilisesi bu değerler vurgusuyla da araştırma konusu olarak da ilgi çekmektedir. Bu çalışmada Hatay’ın inanç turizmi için önem arz eden Saint Pierre Kilisesi ziyaretçi yorumları doğrultusunda

incelenmektedir. Bu araştırmanın amacı, Hatay’da bulunan Saint Pierre Kilisesi’ne yönelik çevrim içi ziyaretçi yorumlarını inceleyerek, ziyaretçilerin inanç, ruhani motivasyon, kutsallık algısı, ziyaret deneyimi ve davranışsal niyet boyutlarındaki algılarını ortaya koymaktır. Çalışma, 1 Ocak–12 Ekim 2025 tarihleri arasında Google platformunda paylaşılan 107 ziyaretçi yorumuna dayalı olarak yürütülmüştür. Nitel araştırma tasarımına sahip çalışmadan analiz tekniği olarak **içerik analizi** kullanılmıştır. Analiz sonucunda en sık tekrar eden temaların *ziyaret deneyimi*, *motivasyon* ve *kutsallık algısı* olduğu belirlenmiştir. *İnanç* ve *ruhani* temalarının görece daha düşük oranda yer aldığı, *davranışsal niyetlerin* ise sınırlı düzeyde ifade edildiği görülmüştür. Bulgular, Saint Pierre Kilisesi’nin ziyaretçiler tarafından hem **kültürel bir miras alanı** hem de **kutsal bir dini mekân** olarak algılandığını göstermektedir. Bu sebeple Saint Pierre Kilisesi’nin sürdürülebilir turizm çerçevesi açısından hem kültürel miras hem de dini deneyim boyutunun birlikte yönetilmesi bakımından uygun bulunmaktadır. Böyle bir yönetimin sağlanması ile destinasyonun yerel ve uluslararası düzeydeki çekiciliğinin artırılacağı ifade edilebilmektedir. Ayrıca pek çok ilke sahip olan kilisenin önemli bir pazarlama politikasıyla desteklendiğinde mevcut potansiyelinin geliştirilebileceği belirtilebilir. Hristiyanlar için “*hac yeri*” kabul edilen kilisenin bu özelliğinin pazarlamada kullanılabilmesinin yanı sıra kilise ve çevresinin var olan şartlarının iyileştirilmesi yoluna gidilmesinin önemli bir adım kabul edilebileceği ve bu adımla Hatay’ın yabancı ziyaretçilerin ilgisini çekebilecek önemli bir destinasyon merkezi haline dönüştürülmesinin mümkünlüğü gözlemlenebilmektedir. Hatay’ın kültürel zenginliğinin de bu destinasyona eklendiğinde ziyaretçilere geçmişe doğru bir tarih yolculuğu ile farklı bir deneyim yaşatabileceği, Hatay’ın bilinirliğini artırırken bir turizm merkezi haline getirilebileceği, kalkınmasına fayda sağlayabileceği, var olan kimliğinin kuvvetlendirilebileceği öngörülmektedir.

Saint Pierre Kilisesi, Hristiyan dünyası açısından sembolik öneme sahip bir kutsal mekân olduğu gibi Türkiye’nin kültürel miras zenginliğinin bir yansıması gibi de düşünüldüğünde iki yönlü bir anlamı barındırmaktadır. Saint Pierre Kilisesi’nin ziyaretçi perspektifinde kutsal bir hac mekânı algısı ve tarihî bir kültür mirası olarak algısını da oluşturduğu söylenebilir. Buna ilaveten ziyaretçiler tarafından mekânın aslında tam olarak dini geçmişine duyulan saygı ve tarihsel önem bilinciyle birlikte, fiziksel ortam, bakım durumu ve bilgilendirme düzeyine de yoğun biçimde dikkat edildiği belirtilebilir. Bu sonuçlar, Saint Pierre Kilisesi’nin “*çift kimlikli*” bir destinasyon olarak hem inanç temelli hem de kültürel miras odaklı bir ziyaret alanı olarak değerlendirilebileceği bulgusunu ortaya çıkarmaktadır. Bulgunun literatürde yer alan “*sacred place experience*” (kutsal yer deneyimi) (Collins-Kreiner, 2010) ve “*religious–heritage duality*” (din-miras ikiliği) (Olsen, 2014) olarak belirtilen ikili yapıya paralellik gösterdiği biçiminde ifade edilebilir.

Davranışsal niyetlerin düşük seviyede olması ise ziyaret sonrası gözlemlenen duygusal bağlanmanın zayıflığı ihtimalini çıkarırken öte yandan uyarıcı–organizma–tepki (SOR- Stimulus-Organism-Response) modeline göre (Mehrabian ve Russell, 1974), duygusal uyarımın (Örneğin: Ruhani deneyim veya kutsallık hissi) davranışsal tepkiye dönüşümünde aracı faktörlerin (Örneğin: memnuniyet, bağlılık) etkileyciliğine vurgu yapılmaktadır. Bu etkileycilik, ziyaretçi davranışları planlı davranışsal teoremi (Ajzen, 1991) perspektifinden incelendiğinde de Saint Pierre Kilisesi’nin inanç turizmi ile kültürel turizm motivasyonlarının kesişim açısında olduğu da ortaya çıkan bulgular arasında verilebilmektedir. Çalışmada çevrim içi ziyaretçi yorumları baz alınırken ziyaretçiler tarafından oluşturulan inanç, ruhani motivasyon, kutsallık algısı, ziyaret deneyimi ve davranışsal niyetler boyutlarında açığa çıkan algıyı sergilemektedir. Çalışma, çevrim içi kullanıcı yorumlarının inanç turizmi kapsamında ziyaretçi deneyimlerinin anlaşılmasında güçlü bir veri

kaynağı sunduğunu ortaya koymakta; ayrıca inanç ve kültürel turizm bileşenlerinin destinasyon yönetimi açısından birlikte ele alınması gerektiğine dikkat çekmektedir. Çalışmanın bulguları ve çıkarımları Google ziyaretçi yorumlarından elde edilmiştir. Bu nedenle elde edilen bulgular yorumlara yönelik genellemelerle sınırlıdır.

Anahtar Sözcükler: İnanç turizmi, kutsal mekân, Saint Pierre Kilisesi, ziyaretçi deneyimi, davranışsal niyet, içerik analizi.

Kaynakça

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Collins-Kreiner, N. (2010). The geography of pilgrimage and tourism: Transformations and implications for applied geography. *Applied geography*, 30(1), 153-164.
- Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). *An approach to environmental psychology*. The MIT Press.
- Olsen, D. H. (2014). A scalar comparison of motivations and expectations of experience within the religious tourism market. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 1(1), 5.

Coğrafi İşaretli Yerel Bir Ürün Olarak Bor Söğürmesi: Kültürel ve Ekonomik Değeri Üzerine Bir İnceleme

Ahmet ÇAVUŞ¹, Barış TURAN^{2*}, Arif KÜÇÜKKAHRAMAN³

Turizm Fakültesi/Turizm Rehberliği
Atatürk Üniversitesi, Türkiye
ahmetcavus@atauni.edu.tr

ORCID: 0000-0002-7359-1273

Sarıkamış Turizm Fakültesi/Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Kafkas Üniversitesi, Türkiye
^{2*} baris.turan@kafkas.edu.tr

ORCID: 0000-0002-8664-6763

Turizm Fakültesi/Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Atatürk Üniversitesi, Türkiye
³ arifkucukkahraman@gmail.com

ORCID: 0009-0006-5212-4971

Özet

Son yıllarda tüketicilerin sağlıklı, doğal ve güvenilir gıdaya yönelik taleplerinde belirgin bir artış gözlenmektedir. Endüstriyel gıda üretiminde kullanılan katkı maddeleri, tüketicilerde güven sorununa yol açmakta; bu durum geleneksel üretim yöntemleriyle hazırlanan yöresel ürünlere olan ilgiyi artırmaktadır (Orhan, 2010). Bu bağlamda, belirli bir coğrafya ile özdeşleşmiş ürünlerin korunması, özgün niteliklerinin sürdürülmesi ve ekonomik değerlerinin artırılması amacıyla geliştirilen coğrafi işaret sistemi giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Coğrafi işaretler, ürünlerin belirli bir bölgeye ait olduğunu garanti altına alırken, aynı zamanda üretim yöntemlerini, kalite standartlarını ve kültürel bağlamı da koruma altına almaktadır (Ertan, 2010; Şahin, 2013). Coğrafi işaretli ürünler, yalnızca ekonomik birer meta olarak değil, aynı zamanda kültürel mirasın taşıyıcısı olarak da değerlendirilmektedir. Bu ürünler aracılığıyla geleneksel bilgi, üretim teknikleri ve yerel kimlik unsurları kuşaktan kuşağa aktarılmakta; böylece sürdürülebilir bir kültürel süreklilik sağlanmaktadır (Kan, Gülçubuk ve Küçükçongar, 2012; Doğan, 2015). Literatürde, coğrafi işaretlerin kırsal kalkınma, yerel istihdam ve bölgesel marka değeri oluşturma açısından önemli katkılar sunduğu vurgulanmaktadır (Gökovalı, 2007; Cei, Defrancesco ve Stefani, 2018). Aynı zamanda gastronomi turizmi ile coğrafi işaretli ürünler arasında güçlü bir ilişki bulunmaktadır. Turistlerin otantik deneyim arayışları, yerel mutfak kültürünü temsil eden coğrafi işaretli ürünleri destinasyon çekiciliğinin önemli bir unsuru hâline getirmektedir (Yenipınar vd., 2014). Bu araştırma, Niğde ilinin Bor ilçesine özgü ve 2017 yılında coğrafi işaret tescili almış olan Bor

Söğürmesi adlı geleneksel yemeğin kültürel, ekonomik ve turistik değerini incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmanın temel amacı, Bor Söğürmesi'nin yerel kimlik içerisindeki konumunu, coğrafi işaret tescili sonrası yaşanan değişimleri ve ürünün bölgesel kalkınma ile gastronomi turizmine olan katkılarını ortaya koymaktır. Bu kapsamda, yerel aktörlerin görüşlerine dayalı olarak ürünün tanınırlığı, ekonomik etkisi, tanıtım düzeyi ve üretim süreçleri değerlendirilmiştir.

Araştırma nitel araştırma desenine göre yürütülmüş ve veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Nitel yöntem, araştırma konusunun doğal bağlamı içinde derinlemesine ele alınmasına olanak tanımakta ve katılımcıların deneyimlerini ayrıntılı biçimde ortaya koymaktadır (Creswell, 1997; Yıldırım ve Şimşek, 2016). Araştırmanın evrenini Bor ilçesinde gastronomi ve turizm alanında faaliyet gösteren paydaşlar oluşturmaktadır. Amaçlı örnekleme yöntemiyle belirlenen örneklem grubunda kasaplar, fırın ustaları, aşçılar ve işletmeciler yer almakta olup toplam 15 katılımcı ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Bu sayı, nitel araştırmalar için önerilen örneklem büyüklüğü ile uyumludur (Bertaux, 1981; Morse, 2000). Görüşmeler katılımcıların iş yerlerinde gerçekleştirilmiş, ses kaydı alınarak aynı gün içerisinde yazıya dökülmüştür. Ortalama görüşme süresi 4–10 dakika arasında değişmektedir. Toplam 17 sorudan oluşan mülakat formu, uzman görüşleri doğrultusunda düzenlenmiş ve Bor Söğürmesi'nin ekonomik, kültürel ve turistik etkilerine odaklanmıştır. Elde edilen veriler betimsel analiz yöntemiyle çözümlenmiş; veriler temalar altında sınıflandırılarak doğrudan katılımcı ifadeleriyle desteklenmiştir (Yin, 2015).

Araştırma bulguları, katılımcıların büyük bir kısmının coğrafi işaret kavramı hakkında yeterli bilgiye sahip olmadığını göstermektedir. Coğrafi işaret, bazı katılımcılar tarafından yalnızca “yöresel ürün” veya “patentli ürün” olarak algılanmakta; kavramın içeriğine ve sağladığı avantajlara ilişkin farkındalığın sınırlı olduğu görülmektedir. Buna karşın, Bor Söğürmesi'nin coğrafi işaret tescili almasının ardından ürün talebinde artış yaşandığı, özellikle şehir dışından gelen ziyaretçilerin ürüne ilgi gösterdiği ifade edilmiştir. Katılımcıların çoğunluğu bu durumun ilçe ekonomisine olumlu katkı sağladığını belirtmiştir. Tanıtım faaliyetlerine ilişkin bulgular ise daha çok yetersizliklere işaret etmektedir. Katılımcıların önemli bir bölümü, Bor Söğürmesi'nin gerek yerel gerekse ulusal düzeyde yeterince tanıtılmadığını vurgulamıştır. Tanıtım eksikliği, ürünün turistik bir çekim unsuru olarak değerlendirilmesini sınırlamakta; gastronomi turizmine olan katkının potansiyelin altında kalmasına neden olmaktadır. Bununla birlikte, bazı katılımcılar Bor Söğürmesi'nin festivaller ve özel etkinlikler aracılığıyla sunulmasının bölge tanıtımı açısından fırsat oluşturabileceğini ifade etmiştir. Üretim ve tedarik süreçlerine ilişkin bulgular, genel olarak ciddi bir yapısal sorun olmadığını ortaya koymaktadır. Ancak bazı katılımcılar, özellikle belirli dönemlerde kuzu eti tedarikinde yaşanan mevsimsel sorunlara dikkat çekmiştir. Bu durum, ürünün kalite sürekliliği açısından önemli bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Denetim mekanizmalarına ilişkin bulgular ise dikkat çekicidir. Katılımcıların büyük çoğunluğu Bor Söğürmesi'nin üretiminde herhangi bir denetim yapılmadığını ifade etmiş; bazı katılımcılar ise denetimlerin gerekli olduğunu vurgulamıştır. Bu bulgu, coğrafi işaretli ürünlerin aslına uygun üretiminin korunması açısından önemli bir eksikliğe işaret etmektedir.

Sonuç olarak, bu araştırma Bor Söğürmesi'nin Bor ilçesi için önemli bir kültürel miras ve gastronomik değer olduğunu ortaya koymaktadır. Coğrafi işaret tescili, ürünün bilinirliğini ve talebini artırmış; ancak tanıtım, farkındalık ve denetim eksiklikleri nedeniyle bu potansiyel tam anlamıyla değerlendirilememiştir. Araştırma bulguları, coğrafi işaretli ürünlerin yalnızca tescil

edilmesinin yeterli olmadığını; sürdürülebilir bir ekonomik ve kültürel katkı için yerel farkındalığın artırılması, tanıtım faaliyetlerinin güçlendirilmesi ve üretim süreçlerine yönelik denetim mekanizmalarının oluşturulması gerektiğini göstermektedir. Bu çerçevede Bor Söğürmesi, uygun politikalar ve uygulamalarla desteklendiği takdirde, bölgesel kalkınma ve gastronomi turizmi açısından daha görünür ve sürdürülebilir bir değer hâline gelebilecektir.

Anahtar Sözcükler: Bor söğürmesi, Coğrafi işaret, Yöresel ürün, Gastronomi turizmi, Kültürel miras

Kaynakça

- Aytop, Y., & Çankaya, D. (2022). *Do consumers intend to purchase the food with Geographical Indication?*. New Medit, 21(4), 41–50.
- Bertaux, D. (1981). From the life-history approach to the transformation of sociological practice. In Daniel Bertaux (Ed.), *Biography and Society: The Life History Approach In The Social Sciences* (Pp. 29-45), London: Sage.
- Cei, L., Defrancesco, E. & Stefani, G. (2018). From geographical indications to rural development: A review of the economic effects of European Union policy. *Sustainability*, 10(10), 3745.
- Creswell, J.W. (1997). *Qualitative inquiry and research design: choosing among five approaches*. Thousand Oaks, Ca: Sage. 14-16.
- Doğan, B. (2015). Coğrafi işaret korumasının gelişmekte olan ülkeler için önemi. *Social Sciences*, 10 (2), 58-75.
- Ertan, A. (2010). Prestijli tarım ürünlerinin pazarlanmasında kalite ve coğrafi işaret kavramlarının tutundurulması ve bu bağlamda tarım satış kooperatiflerinin önemi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (12), 157-170.
- Gökovalı, U. (2007). Coğrafi işaretler ve ekonomik etkileri: Türkiye örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 141-160.
- Kan, M., Gülçubuk, B., & Küçükçongar, M. (2012). Coğrafi işaretlerin kırsal turizmde kullanımları. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(1), 93-101.
- Morse, J. M. (2000). Determining sample size. *Qualitative Health Research*, 10(1), 3-5. Sage Publications.
- Orhan, A. (2010). Yerel değerlerin turizm ürününe dönüştürülmesinde" coğrafi işaretlerin" kullanımı: İzmit pişmaniyesi örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 243-254.
- Şahin, G. (2013). Coğrafi işaretlerin önemi ve vize (Kırklareli)'nin coğrafi işaretleri. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (15), 23-37.
- Yenipinar, U., Köşker, H., & Karacaoğlu, S. (2014). Turizmde yerel yiyeceklerin önemi ve coğrafi işaretleme: Van otlu peyniri. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 2(2), 13-23.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (10. Basım). Ankara: Seçkin Yayınları.
- Yin, R. K. (2015). *Qualitative research from start to finish*. New York: Guilford Publications.

Mezopotamya Seramik Kültürüne Bir Örnek: Halaf Seramikleri

Hülya AK^{1*}, Çiğdem Önder ER²

Güzel Sanatlar Fakültesi, Seramik Bölümü
Adıyaman Üniversitesi, Türkiye
¹hak@adiyaman.edu.tr

ORCID ID: 0000-0002-4778-3095

Engelliler Entegre Yüksekokulu, Seramik Bölümü
Anadolu Üniversitesi, Türkiye
²conder@anadolu.edu.tr

ORCID ID: 0000-0001-7681-7971

Özet

Tarih öncesi dönemlerde insanlar beslenme ihtiyaçlarını toplayıcılık ve avcılıkla karşılamış, besinleri çiğ olarak tüketmişlerdir. Ateşin bulunmasıyla birlikte hem beslenme alışkanlıklarında hem de seramik kapların üretiminde devrim niteliğinde gelişmeler yaşanmıştır. Başlangıçta toprağı kurutarak kullanan insanlar, ateşin keşfiyle birlikte kap-kacak üretimini pişirme yöntemiyle geliştirerek bunları kullanım, pişirme ve depolama amacıyla kullanmaya başlamışlardır. Bu gelişme, günlük yaşamın kolaylaşmasını ve kültürel bir dönüşümü de beraberinde getirmiştir. Seramik, gastronomi kültüründe yalnızca yeme-içme faaliyetinde değil; aynı zamanda depolama, hazırlık, pişirme ve tüketim aşamalarında da önemli bir rol oynamaktadır. Tarih boyunca pişirme, yeme-içme ve saklama gereksinimleri büyük ölçüde seramik kaplar aracılığıyla karşılanmıştır. Örneğin, gıdaları depolamak için kullanılan küpler ve amforalar, pişirme amacıyla tercih edilen çömlek kaplar ve pişirme ocakları ile tüketim sırasında kullanılan sofrta takımları, seramik sanatının gastronomiyle olan yakın ilişkisini açıkça göstermektedir. Yeme-içme kültürünün başlangıcından itibaren ateşin önemi kadar, seramiğin bu sürecin her aşamasındaki işlevi de dikkat çekicidir (Çirkin, 2022: 89).

Seramiğin bu işlevselliğinin yanında estetik ve kültürel bir ifade aracı olarak da önem kazandığı görülmektedir. Nasıl ki beslenme alışkanlıkları coğrafyaya göre farklılık gösteriyorsa, seramik kaplar da üretildikleri bölgenin kültürel özelliklerini yansıtmıştır. Kapların biçimleri, renkleri ve kullanım amaçları, ait oldukları kültüre göre değişmiş ve özellikle mutfak kültüründe belirleyici bir unsur hâline gelmiştir. Seramikler, bölgenin toprağına, teknolojisine ve yeme-içme geleneklerine bağlı olarak şekillenmiş; biçimleri ve renkleriyle hem kültürü hem de coğrafyayı tanımlamada önemli araçlar hâline gelmiştir.

Neolitik Dönemle birlikte seramik üretim teknikleri, formları ve bezemeleri giderek zenginleşmiş; gündelik yaşamda yaygın biçimde kullanılmaları, aynı zamanda dekoratif anlayışın gelişmesine de

katkı sağlamıştır. Bu dönemde kap yüzeylerinde renkli astarların ve çeşitli motiflerin kullanımı yaygınlaşmış, bölgesel farklılıklar seramik kültürlerini birbirinden ayıran belirgin unsurlar hâline gelmiştir. Bu teknikleri en özgün biçimde uygulayan kültürlerden biri de Halaf Seramik Kültürüdür. Mezopotamya bölgesinde seramikli Neolitik Döneme damga vuran Halaf Kültürü, özellikle zarif ve özgün seramik örnekleriyle tanınmaktadır. Geniş bir coğrafyaya yayılan bu kültüre Mezopotamya'nın birçok yerinde rastlanmaktadır. Halaf Kültürü, seramik ve mimari alanlarda önemli bir gelişim göstermiş, kendisinden önceki Hassuna ve Samarra kültürlerinden etkilenmiştir (Ozan, 2019: 33, 37; Çıvğın, 2020: 99).

Halaf seramiklerinin en belirgin özelliği, açık renkli (sarımsı-pembe) kil üzerine siyah ve kırmızı boyalarla yapılan zarif geometrik bezemelerdir (Kocaispir & Parlıtı, 2020: 419). İlk dönemlerde kahverengi ve siyah renklerde sade süslemeler görülürken, zamanla siyah, kahverengi, kırmızı ve turuncunun tonlarında bezemeler yapılmış; bazı örneklerde perdah tekniği de kullanılmıştır. Bu durum, Halaf seramik sanatının hem teknik hem de estetik açıdan gelişmiş bir düzeye ulaştığını göstermektedir. Halaf kültüründe çanak çömlekler el ile şekillendirilmiş, bezemeler demir oranı yüksek killer kullanılarak titizlikle uygulanmıştır. Erken dönem örneklerinde kırmızı ve siyah renkler baskınken, geç dönemlerde çok renkli astar bezemeleri görülmektedir (Charvat, 2002: 77). Astar bezemeler fırın ortamında oksijensiz atmosferde pişirilerek renk geçişleri sağlanmış; bu da Halaf seramiklerine karakteristik bir görünüm kazandırmıştır. Kap formları genellikle kâse, çanak ve çömlek şeklinde olup, ince yapılı ve pembe-sarımsı kil malzemeden üretilmiştir. Bezemelerin yalnızca dış yüzeylerde değil, kapların ağız kısımlarında ve iç yüzeylerinde de uygulandığı görülmektedir. Halaf astar bezemeli seramikler denildiğinde akla gelen tipik motiflerden biri stilize boğa başıdır. Türkiye sınırları içindeki Halaf yerleşimlerinde daha çok geometrik motifler yaygınken; batıya doğru gidildikçe stilize insan ve hayvan figürlerine rastlanmaktadır. Bunun yanı sıra haç, rozet ve anafor (spiral) motifleri en sık tercih edilen süsleme stilleri arasında yer almaktadır (Tekin, 2018: 57-59; Ünal, 2020: 930). Bu çeşitlilik, Halaf seramik kültürünün hem bölgesel hem de sanatsal anlamda dinamik bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak, bu çalışmada Mezopotamya'da geniş bir coğrafyaya yayılmış olan Halaf seramik kültürüne ait kap formları ve süsleme özellikleri incelenmiştir. Elde edilen veriler doğrultusunda, bu formların ve motiflerin günümüz modern seramik tasarımlarında yeniden yorumlanabileceği düşünülmektedir. Bu bağlamda, Halaf kültürünün estetik anlayışının çağdaş seramik sanatına ve turizm alanına ilham verebileceği, özellikle kültürel miras temelli tasarım çalışmalarında özgün bir kaynak olarak değerlendirilebileceği öngörülmektedir.

Anahtar Sözcükler: Seramik, Astar, Kültür, Halaf, Mezopotamya.

Kaynakça

Charvat, P. (2003). *Tarih öncesi Mezopotamya*, Routledge.

Çıvğın, İ. (2020). Kuzey Mezopotamya ve Kuzey Levant'ta "Halaf Dönemi"(MÖ 6100-5300/5100): Maddi Kültür, Geçim Ekonomisi ve Kültürel Temas. *Cedrus*, 8, 1-63.

Çirkin, N. U.(2022). Seramik Sanatı ve Gastronomi Disiplini İlişkisi. *Sanat ve Sosyal Bilimler Kongresi*, 83.

- Kocaispir, A., & Parl t , U. (2020). Kuzey Mezopotamya'dan Orta Asya'ya uzanan çok bileşenli kültürün izleri: Halaf Kültürü. *Journal of Turkish Research Institute*, (69), 411-440.
- Ozan,  .  . (2019). *Halaf Dönemi Seramiklerinde Dans Sahneleri* (Dan. Prof. Halil Yoleri-Yüksek Lisans Tezi) Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Tekin, H. (2018). Halaf: Mezopotamya'nin "gizemli" Neolitik Seramiği. *Azerbaijan Archaeology, Volume 21*, Khazar  niversity Press.
-  nal, S. (2020). Çağların Akı ında Anadolu Pi mi  Toprak Kültürü. *USBAD Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi* 2(4), 927-956.

Tarihi Yapıların Şehir İnanç Kültürüne Katkıları: Diyarbakır Örneği

Tahsin KULA^{1*}

Sezai Karakoç Edebiyat Fakültesi/Psikoloji Bölümü
Dicle Üniversitesi, Türkiye
tahsinkula@hotmail.com

ORCID: 0000-0002-2847-0413

Özet

Tarihi yapılar, sadece geçmişin fiziksel kalıntıları değil, bireylerin ve toplumların ruhsal dünyasında da derin izler bırakan kültürel Sembollerdir. Bu yapılar aracılığıyla insanlar, yaşadıkları kente aidiyet duyar, geçmişle bağ kurar ve kimlik geliştirir. Bu çalışma, Diyarbakır'daki tarihi yapıların şehir kültürüne olan psikolojik katkılarını incelemektedir. Diyarbakır surları, Ulu Camii ve geleneksel ev yapıları gibi unsurlar üzerinden kolektif hafıza, mekânsal aidiyet, estetik doyum ve ruhsal bütünlük gibi kavramlar ele alınmıştır. Değerlendirmeler, tarihi yapıların kent sakinlerinin psikolojik iyi oluşuna katkı sağladığını ortaya koymaktadır.

İnsanlar, yaşadıkları mekânlara karşı duygusal bağlılık hisseder. Psikolojik aidiyet duygusu özellikle tarihi yapılar ile bireyin kimliği haline dönüşür. Tarihi yapılar, toplumun ortak geçmişine ait manevi ve duygusal izler taşıdığı için o toplumun ayrılmaz parçası olur. Onlar, sadece geçmişin izlerini taşıyan taş yığınları değil, aynı zamanda şehir kültürünün canlı ve etkileyici taşıyıcılarıdır. Bu yapılar sadece mimari değil, aynı zamanda toplumsal, kültürel ve hatta ekonomik değerler taşırlar

Anahtar kelimeler: Aidiyet duygusu, kolektif hafıza, kültürel miras, Psikolojik iyi oluş, Şehir kültürü, inanç turizmi, Diyarbakır.

Giriş

1.Tarihi Yapıların Şehir Kültürüne Psikolojik Katkıları

Şehirler sadece fiziksel değil, psikolojik yaşam alanlarıdır. Tarihi yapılar geçmişin izlerini bugüne taşır. Bu yapılar bireylerin ruhsal dünyasını da etkiler. Tarihi yapı, kültürel ve tarihi değeri olan, toplumsal hafıza ve kimlikle ilişkisi olan yapılardır.

1.1. Kimlik ve Aidiyet Duygusu

Tarihi yapılar bir şehrin geçmişiyle bugünü arasında köprü kurar. Bu da şehirde yaşayan bireylerde bazı duyguları pekiştirir. Tarihi yapılar şehir kimliğinin taşıyıcısı, yerel halkta aidiyet duygusunu artıran, kolektif belleğin parçasıdır.

Kolektif kimlik, “bireylerde “ben bu şehrin bir parçasıyım” hissi güçlenir.

Aidiyet, bireyin bir grup ya da topluluk içinde kabul gördüğünü ve onlarla bağ kurduğunu hissetmesidir. İnsanlar yaşadıkları yerle daha güçlü duygusal bağ kurar.

Ortak geçmişe sahip olmanın verdiği psikolojik tatmin artar. Diyarbakır Surları sadece turistik yapı değil, o şehrin kimliğinin bir parçası ve toplumsal mirasıdır.

Kent Kimliği ve Aidiyet Duygusu

Bazı şehirler, tarihleri, kültürel dokuları, mimarileri ve kendilerine özgü sosyal dinamikleriyle bütünleşerek kent kimlikleri oluşturur. Bu kimlikler, şehirde yaşayan kişilerin mekâna yönelik algılarını, aidiyet duygularını ve toplumsal etkileşimlerini derinden etkilediği gibi daha sonra gelen nesiller üzerinde de bu etkinin izleri görülür. Şehirlerin zamanla büyümesi, gelişimi ve değişimi kentle kurulan bağların zayıflamasına yol açsa bile şehre karşı aidiyet duyguları devam etmektedir. Bunun en belirgin olarak görüldüğü yerlerden birisi de Diyarbakır’dır.

Diyarbakır’da kent kimliğinin canlı olarak devam etmesinde şehrin kendine has tarihi yapıları, simgesel mekânları ve çok kültürlülük gibi unsurlarının önemi yadsınamaz. Örneğin Diyarbakır surları, Ulu Camisi, On gözlü köprüsü gibi tarihi mekânlar şehre özgü bir “ruh” yaratmış bu da halkın mekâna yönelik duygusal bağlarını güçlendirdiği için Diyarbakırlılık diye şehir kimliği oluşturulmuştur.

Aidiyet duygusu, kişinin yaşadığı mekâna, topluluğa, kültürüne karşı hissettiği bağlılık, yakınlık, oraya ait olma hissidir. Şehir aidiyeti, kişinin, kendini şehrin kimliğiyle özdeşleştirmesi, kültürünü ve geleneklerini benimseyip, kendini şehrin bir parçası olarak hissetmesiyle oluşur. Aidiyet duygusunun gelişimi için simgesel mekânları ziyaret, geleneksel etkinliklere katılmak, şehirle ilgili ortak sosyal etkinlikler düzenleyerek geleneğin devam etmesi sağlandığı gibi çocuklarında aidiyet duygusunu yaşamasına zemin hazırlanmaktadır. Örneğin nevroz etkinlikleri gibi bunlardan bir tanesidir.

Aidiyet duygusu (duygusal gereksinim, Aidiyet hissi, Ait olma ihtiyacı, Tarihsel aidiyet duygusu, Mekânsal aidiyet duygusu, Kolektif hafıza)

1.2.Zihinsel Sakinlik ve Estetik Tatmin

Tarihi dokular, modern yapıların monotonluğuna karşı görsel zenginlik ve estetik çeşitliliği sunar. Tarihi dokuların bulunduğu alanlar: zihinsel dinlenme alanlarıdır. Ayrıca görsel huzur sağlar. İnsan beyni, asimetrik ve detaylı mimariden haz alır. Bu da duygusal dengeye katkı sağlar.

Taş yapıların, kemerlerin, ahşap işçiliğinin verdiği doğal hissiyat, sinir sisteminde rahatlama yaratabilir. Yani bir tarihi yapının yanında olmak, görsel stres yerine bir tür zihinsel “dinlenme” sunabilir.

1.3.Zaman Algısı ve Anlamlandırma

Geçmişin izlerini taşıyan yapılar, bireylere hayatın geçiciliği ama aynı zamanda sürekliliği hakkında farkındalık kazandırır. Tarihi yapılar geçmişle bağ kurmayı sağlar. Bireylerin kendini

zaman içinde konumlandırması kolaylaşır. Bu “anamlı bir bütünün parçasıyım” hissini doğurur. İnsanlar kendi yaşamlarını daha geniş bir tarihsel bağlama oturtur; bu da varoluşsal anlam arayışına katkı sağlar. “Bu bina 3000 yıldır burada, ben de onun bir parçasıyım” düşüncesi, bireye zaman içinde bir yer edinme duygusu verir.

1.4.Sosyal Etkileşim ve Anı Oluşturma

Tarihi yapılar, insanların bulunduğu, anılar biriktirdiği ve sosyalleştiği alanlardır. Tarihi meydanlar, hanlar, sokaklar, sosyalleşme alanlarıdır. İnsanlar burada anılar biriktirir. Nesiller boyu aktarılan ortak deneyimler, toplumsal bağların güçlenmesi buralar vasıtasıyla oluşur.

Uzun zamandır ayakta duran yapılar istikrar hissi yaratır. “Bu yapılar yüzlerce yıldır burada” bireyde güven duygusu oluşur. Değişen dünya da sabit bir referans noktası, güveni pekiştirir.

Bu alanlar genellikle kültürel etkinliklere ev sahipliği yapar ve şehir belleğinde yer eder. Örneğin, bir şehirdeki eski bir han ya da meydan, nesiller boyu insanların bulunduğu bir yer olabilir.

1.5.Güvenlik ve Süreklilik Hissi

Uzun yıllar ayakta duran yapılar, bir istikrar ve devamlılık duygusu yaratır.Bu da bireyde çevresine ve geleceğe dair psikolojik güven hissini destekler.

2.İnanç ve Kültür Merkezi Olarak Diyarbakır

Diyarbakır, Mezopotamya’nın kuzeyinde yer alan, tarihi binlerce yıl öncesine dayanan kadim bir şehirdir. Farklı inanç gruplarının ve kültürel toplulukların birlikte yaşadığı bu coğrafya, tarih boyunca bir inanç ve kültür merkezi olarak gelmiştir. Bu çalışmada Diyarbakır’ın İslam, Hristiyanlık ve diğer inanç sistemleri açısından önemine; bunun yanında edebiyat, mimari, el sanatları ve gündelik yaşam üzerinden şekillenen kültürel mirasına odaklanılacaktır. Amaç, Diyarbakır’ın tarihsel çok kültürlülüğünün günümüz şehir kimliği ve toplumsal yapısı üzerindeki etkilerini ortaya koymaktır.

3.Tarihi Yapıların Şehir Kültürüne Katkıları

Tarihi yapılar, şehirlerin geçmişini bugüne taşıyan canlı kültür hazineleridir. Bu yapılar, sadece mimari değil, aynı zamanda toplumsal, kültürel ve hatta ekonomik değerler taşır. Türkiye’nin en eski şehirlerinden biri olan Diyarbakır, bu bağlamda özgün bir örnek oluşturur. Farklı medeniyetlerin izlerini taşıyan Diyarbakır’ın tarihi yapıları, şehir kültürünün oluşumunda ve yaşatılmasında temel bir rol oynamaktadır.

3.1.Tarihi yapılar da kültürel taşıyıcılık rolü

Yer bağımlılığı (Place attachment): İnsanların yerlere duygusal bağ kurması. Mekânsal aidiyet duygusu insanların belirli mekânlara duygusal bağ geliştirir. Bu da stres düzeylerini düşürür, ruh sağlığını pozitif yönde destekler. Unesco Dünya Mirası Listesi’nde yer alan, kentin en belirgin simgelerinden olan Diyarbakır Surları, şehrin **kolektif hafızasının** taşıyıcısı, şehrin mimari ve tarihi belleğini temsil ederek Diyarbakır halkında **aidiyet duygusu** yaratmıştır.

Tarihsel aidiyet duygusu, şehrin tarihi ve mimari yapıları ile bütünleşmek onları kimliğinin ayrılmaz bir parçası gibi sahiplenmesidir. Yine inanç ve kültürün buluşma noktası, Anadolu'nun en eski camilerinden olan **Diyarbakır Ulu Camii**, sadece dini bir merkez değil, aynı zamanda sosyal ve kültürel etkileşim alanı, farklı mezheplerin, kültürlerin ve mimari anlayışının buluşma noktasıdır. İslamiyet öncesi dönemden kalma yapı öğeleri, kültürel sürekliliği gözler önüne serer.

Osmanlı döneminden kalma Hasan Paşa Hanı, geçmişte kervanların konakladığı bir ticaret merkeziyken bugün ise turistik ve kültürel bir çekim merkezi haline gelmiştir. Geçmişin ticari hayatı bugünün kentsel kültürüne entegre olmuştur.

3.2. Tarihi Yapılar da Kent Estetiği

Siyah bazalt taşından yapılmış Diyarbakır evleri ve yapıları, şehre özgün bir estetik kazandırır. Bu yapılar, modern mimaride bile ilham kaynağı olmaktadır.

3.3. Turizm ve Kültürel Etkileşim

Diyarbakır'ın tarihi yapıları yerli ve yabancı turistler için cazibe merkezidir. Bu yapıların varlığı, şehrin dışı açılmasını ve kültürel tanıtımını sağlar.

3.4. Eğitim ve Toplumsal Bilinç

Tarihi yapılar, kentte yaşayan çocuklar ve gençler için yaşayan bir tarih kitabıdır. Yerel halkta koruma bilinci ve kültürel farkındalık yaratır.

3.5. Mekânsal Bellek ve Kentsel Süreklilik

Tarihi mahalleler ve sokak dokusu, geçmiş yaşam biçimlerini bugüne taşır. Bu da kentsel kültürün sürekliliğini sağlar ve geleneksel ile modern arasında bir köprü kurar.

3.6. Çevre Duyarlılığı

Çevre psikolojisi (Environmental Psychology): Çevrenin psikolojik iyi oluş üzerindeki etkilerini inceler ve tarihi yapıların olumlu etkilerini destekleyen bulgular sunar.

4. Diyarbakır'da Tarihi Yapıların Korunması ve Yeni Kuşaklara Aktarılması

Kültürel mirasın sürdürülebilmesi için koruma çalışmaları büyük önem taşır. STK'lar, yerel yönetimler ve üniversiteler bu konuda çeşitli projeler yürütmektedir. Restorasyonlar, geleneksel yapıları yaşatırken turizmi ve istihdamı da desteklemektedir.

Sonuç

Tarihi yapılar sadece turistik değil, psikolojik değerler de taşır. Şehir kültürünü beslerken, bireysel ruh sağlığını destekler. Korunma sadece mimari değil, psikolojik bir ihtiyaçtır. Tarihi şehir meydanı sosyalleşme örneğidir. Zaman içinde değişmeyen bir yapının eski ve yeni hali süreklilik hissini güçlendirir.

Tarihi yapılar; şehir kimliğini pekiştirir, toplumsal hafızayı canlı tutar, bireylerin ruh sağlığını doğrudan veya dolaylı biçimde destekler

Diyarbakır'daki tarihi yapılar, sadece birer mimari unsur değil, aynı zamanda şehrin kültürel dokusunun temel taşıyıcılarıdır. Geçmişten gelen bu miras, hem bugünün kültürünü şekillendirir hem de gelecek kuşaklara aktarılacak değerli bir hazinedir. Bu yapıların korunması, yaşatılması ve kent yaşamı ile bütünleştirilmesi, sadece Diyarbakır için değil tüm insanlık için önemli bir sorumluluktur.

Kaynakça

Akyol, Ö. (2019). Yere Aidiyetin Çevreyi Algılama ve Anlamlandırmaya Etkisi Üzerine Hasköy Bölgesinde Bir İnceleme. *International Journal of Social and Humanities Sciences (IJSHS)*, 3(1), 69-82.

Bilgin, N. (2003). *Sosyal Psikoloji Sözlüğü: Kavramlar, Yaklaşımlar, Bağlam* Yayıncılık, İstanbul.

Budak Selçuk (2000), *Psikoloji Sözlüğü*, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara

Çam, O., Avcı, M. (2023). Kutsal Alanlar, Coğrafi İşaretler, Kültür ve İnanç Rotalarının İnanç Turizmi Açısından Değerlendirilmesi. *Journal of Vocational and Social Sciences of Turkey*, Yıl: 5, Sayı: 13, Aralık 2023, s.26-43.

Gökdeniz, A. (1996). Uluslararası Turizm Hareketleri İçerisinde Dinsel Amaçlı Seyahatler ve Türkiye. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 101-103.

Şahin, A.&Şengül, D. (2024). “Toplumsal Aidiyet ve Kimlik Bağlamında Gençlik”, *Journal Of Social, Humanities And Administrative Sciences* (2): 137-148.DOI:10897523

Gelenekselden Evrensele: Coğrafi İşaretli Karacadağ Pirincinin Dünya Mutfaklarındaki Kullanım Potansiyelinin Araştırılması

Helin AKIN^{1*}, Ėazal DEMİR², Ayşe Başak ÇAKMEN³, Umut GÜLERYÜZ⁴, Osman KESKİN⁵

Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu/Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Bitlis Eren Üniversitesi, Türkiye
¹helin_akn@icloud.com

ORCID: 0009-0005-6061-4893

Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu/Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Bitlis Eren Üniversitesi, Türkiye
²hazaldemir601@icloud.com

ORCID: 0000-0002-5954-6860

Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu /Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Bitlis Eren Üniversitesi, Türkiye
³basak_cakmen@hotmail.com

ORCID: 0000-0002-2178-6722

Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu/Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Bitlis Eren Üniversitesi, Türkiye
⁴uguleryuz@beu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-23370000-3577

Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu/Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Bitlis Eren Üniversitesi, Türkiye
⁵okeskin@beu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-9354-2065

Özet

Yerel tarım ürünlerinin uluslararası gastronomi sahnesinde değerlendirilmesi, hem kültürel sürdürülebilirlik hem de kırsal kalkınma açısından stratejik önem taşımaktadır. Bu bağlamda coğrafi işaretli ürünler, hem bölgesel kimliği koruyan hem de ekonomik ve kültürel katma değer yaratan unsurlar olarak öne çıkmaktadır. Bu çalışma, Türkiye'nin Diyarbakır ve Şanlıurfa illerinde yetişen ve coğrafi işarete sahip olan Karacadağ pirincinin dünya mutfaklarında kullanım potansiyelini incelemektedir.

Karacadağ pirinci, volkanik topraklarda doğal su kaynakları ile sulanması sayesinde eşsiz aroması, düşük glisemik indeksi ve yüksek besin değeri ile dikkat çekmektedir (Kahraman, Atakul & Kılınç, 2019; Aydın, 2022). Ancak bu nitelikleriyle öne çıkan ürünün gastronomi literatüründe yer

bulması sınırlıdır. Mevcut araştırmalar, genellikle pirincin tarımsal yapısı ve yerel kullanımı üzerine odaklanmakta, uluslararası mutfaklardaki uyumu ve potansiyel rolü konusunda önemli bir boşluk bırakmaktadır (Öktem, 2016; Yaylacı & Mertol, 2021). Bu çalışma, bu boşluğu doldurmayı ve yerel bir ürünün küresel mutfaklara entegrasyon potansiyelini değerlendirmeyi hedeflemektedir.

Araştırma kapsamında betimsel nitel bir tasarım benimsenmiştir. Veri toplama sürecinde iki temel yöntem uygulanmıştır: (1) literatür taraması ve (2) duyusal analiz destekli uzman ve tüketici görüşleri. İlk aşamada, Karacadağ pirincinin fiziksel ve gastronomik özellikleri literatürden derlenmiştir. İkinci aşamada ise belirli bir grup gastronomi uzmanı ve tüketiciden oluşan katılımcılarla risotto, paella ve sushi gibi farklı dünya mutfaklarına ait tarifler Karacadağ pirinciyle yeniden pişirilmiş; ardından duyusal analiz (lezzet, aroma, doku) ve beğeni ölçeği (1-5 arası) kullanılarak nitel görüşler toplanmıştır.

Elde edilen bulgular, Karacadağ pirincinin özellikle doku ve aromatik özellikler açısından olumlu değerlendirildiğini göstermektedir. Katılımcıların çoğunluğu, bu pirincin özellikle sağlıklı beslenme odaklı mutfaklarda ve vegan/vejetaryen tariflerde başarılı bir şekilde kullanılabileceğini belirtmiştir. Ayrıca pişirme dayanıklılığı ve su tutma kapasitesi gibi fonksiyonel özellikler açısından da olumlu geri bildirimler alınmıştır.

Bu çalışma, hem gastronomi literatürüne yeni bir açılım sunmakta hem de Türkiye'nin yerel ürünlerinden biri olan Karacadağ pirincinin gastronomik potansiyelini uluslararası bağlamda tartışmaya açmaktadır. Araştırmanın sonuçları, ilerleyen süreçte yapılacak daha geniş katılımlı çalışmalara zemin oluşturabilecek niteliktedir. Aynı zamanda bu bulguların, yerel üreticiler için dış pazarlara açılım stratejileri oluşturulmasında da yol gösterici olabileceği öngörülmektedir.

Sonuç olarak bu araştırma, coğrafi işaretli Karacadağ pirincinin yalnızca yerel değil aynı zamanda küresel gastronomi sahnesinde de değerli bir ürün olarak değerlendirilmesini mümkün kılmakta ve sürdürülebilir gastronomi anlayışına katkı sağlamaktadır.

Anahtar Sözcükler: Karacadağ pirinci, coğrafi işaret, dünya mutfacı, gastronomi, yerel ürünler

Kaynakça

- Aydın, E. (2022). Characterization of the physico-chemical composition, phyto-chemical properties, cooking characteristics, and bioactive compounds of Konuralp rice. *Gıda*, 47(3), 518-530.
- Kahraman, Ş., Atakul, Ş., & Kılınç, S. (2019). Diyarbakır yöresinde çeltik tarımının yapısal durumu. *Bahri Dağdaş Bitkisel Araştırma Dergisi*, 8(1), 81-90.
- Kahraman, Ş., Atakul, Ş., Kılınç, S., & Alp, A. (2024). Organik ve konvansiyonel çeltik yetiştiriciliğinin ekonomik olarak karşılaştırılması. *Özal Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi*, 1(1), 1-7.
- Öktem, A. (2016). Şanlıurfa koşullarında Karacadağ çeltiği (*Oryza sativa* L.) yetiştiriciliği üzerine anket çalışması. *Türkiye Tarımsal Araştırmalar Dergisi*, 3(2), 102-108.
- Yaylacı, S., & Mertol, H. (2021). Coğrafi işaretli ürünler ve gastronomik lezzetler: Tokat örneği. *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 313-334. <https://doi.org/10.31463/aicusbed.891301>

Teşekkür

Bu çalışma, TÜBİTAK 2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destekleme Programı kapsamında 1919B0124695101 numaralı proje olarak desteklenmiştir.

Kubbeler ve Çanlar: Türkiye'nin Çok Dinli Miras Rotasında Cami ve Kilise Komşuluğu

Elif DEMİR^{1*}, Kübra PEKTAŞ², A. Celil ÇAKICI³

Nusaybin Neriman ve Celal Özel MYO
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye

^{1*} elifdemir@artuklu.edu.tr

ORCID: 0000-0003-2314-1300

Turizm Fakültesi/ Turizm İşletmeciliği
Mersin Üniversitesi, Türkiye

² pektaskubra7@gmail.com

ORCID: 0000-0002-9862-3200

Turizm Fakültesi/ Turizm İşletmeciliği
Mersin Üniversitesi, Türkiye

³ celilcakici@mersin.edu.tr

ORCID: 0000-0002-9192-1969

Özet

Anadolu, tarih boyunca farklı inanç topluluklarının bir arada yaşam alanı bulduğu çok katmanlı bir coğrafya olmuştur. Bu topraklarda çeşitli kültürel kimliklere mensup toplumlar bir arada varlık göstererek karşılaşma, etkileşim ve dönüşüm süreçlerinin özgün örneklerini ortaya koymuştur (Artun, 2002: 25; Çam ve Avcı, 2023: 31). Söz konusu çok kültürlü yapı içerisinde gelişen inançlar arası etkileşim ve hoşgörü ortamı, farklı dinlere mensup bireylerin bir arada yaşamalarını mümkün kılan önemli bir toplumsal dinamik olarak ortaya çıkmıştır (Arık, 2019: 164). Bu bağlamda, Anadolu'nun farklı bölgelerinde, çeşitli inanç topluluklarının ibadet, ritüel ve sosyal yaşamlarına hizmet eden mekânlar ortaya çıkmış; bu mekânlar, inançlar arası etkileşimin mekânsal yansımalarını mimari ve kültürel dokuda somutlaştırmıştır (Kunt ve Gülcan, 2017: 185-187; Okuyucu, 2020: 2614; Şimşek, 2024: 178; Gümüş, 2025: 97).

Erken dönemlerden itibaren kutsal yerlere yapılan hac yolculuklarından modern seyahat biçimlerine kadar inanç, bireylerin seyahat etme davranışlarında güçlü bir motivasyon kaynağı olmuştur (Kunt ve Gülcan, 2017: 185). İnsanlık tarihi boyunca bireylerin yaşam biçimlerini, değerlerini ve toplumsal ilişkilerini şekillendiren temel bir unsur olan inanç olgusu, kişileri kutsal kabul ettikleri mekânlara yöneltmiş; bu doğrultuda insanlar, dini inançlarını yerine getirmek ve manevî doyuma ulaşmak amacıyla kimi zaman zorlu ve uzun yolculuklara çıkmışlardır. Bu tarihsel süreçte ortaya çıkan inanç temelli seyahatler, günümüzde modern literatürde “inanç turizmi” olarak kavramsallaştırılmaktadır (Gümüş, 2025: 97–989).

İnanç turizmi, dinler tarafından kutsal sayılan mekânların ziyaretinden oluşmaktadır. Başka bir ifade ile inanç turizminde kutsal olarak kabul gören mekânlar farklı dinlere mensup kişilerce ziyaret edilmekte bu durum turizm olgusu içerisinde değerlendirilmektedir (Harunoğulları, 2016:

186). Bunun yanı sıra inanç turizmine katılan kişilerin ziyaret ettiği inanç mekânları veya uygulamaları sadece kendi inançlarıyla örtüşenlerden ibaret değildir. Bu kişiler, kendi inançları dışında olan inanç mekânlarını da ziyaret edebilmektedirler (Alaeddinoğlu ve İzi, 2024: 76). Dolayısıyla, bireylerin inanç turizmi destinasyonları söz konusu olduğunda, yalnızca kendi dinlerine ait kutsal mekânları değil, aynı zamanda diğer dinler için kutsal kabul edilen mekânları da ziyaret ettikleri ifade edilebilir. Bu doğrultuda, bu çalışmada Türkiye’de yer alan inanç turizmi destinasyonları içerisinde cami ve kilise komşuluğunun bulunduğu destinasyonların tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda doküman incelemesinden yararlanılmıştır. 10.09.2025-02.10.2025 tarihleri arasında her türlü belge, sosyal medya platformları (Facebook, X, Instagram, Ekşi Sözlük) ve web siteleri incelenmiştir. Elde edilen veriler betimsel analize tabi tutulmuştur. Sonrasında doküman incelemesi yoluyla elde edilen bulgular açıklanmıştır. Elde edilen bulgular doğrultusunda cami ve kilisenin yakın konumda olduğu ve ziyarete açık olan destinasyonlara yer verilmiştir. Yapılan analizlerde Sultanahmet Cami ve Ayasofya, Antakya Sarımiye Cami ve Türk Katolik Kilisesi, Mardin Latifiye Cami ve Protestan Kilisesi ile Nusaybin Zeynel Abidin Cami ile Mor Yakup Kilisesi olmak üzere dört destinasyon belirlenmiştir. Günümüzde söz konusu destinasyonlar, ziyarete açık olup; farklı inançlara mensup ziyaretçiler tarafından eş zamanlı biçimde deneyimlenmektedir.

Elde edilen bulgular, Türkiye’de tarih boyunca farklı dinlerin karşılıklı saygı çerçevesinde, ötekileştirmeden ve hoşgörü içinde bir arada yaşadıklarını ortaya koymaktadır. Dolayısıyla, Türkiye’nin farklı inançlara mensup bireylere, inançlarının gereğini yerine getirme olanağı sunan bir ülke konumunda olduğu söylenebilir (Ayaz ve Eren, 2020: 286). Bu dini hoşgörünün yalnızca toplumsal yaşama değil, aynı zamanda mekânlar ve mekânların yerleşim düzenine de yansıdığı açıkça görülmektedir. Günümüzde de söz konusu destinasyonların hem Müslümanlar hem de Hristiyanlar tarafından eş zamanlı olarak ziyaret edilmesi, bu tarihsel çok kültürlü yapının günümüzde de sürdüğünü göstermektedir. Bu bağlamda, ilgili destinasyonların inançlar arası hoşgörüyü, farklı inançlara duyulan saygıyı ve inanç temelli etkileşimi güçlendiren önemli mekânlar olduğu söylenebilir. Ayrıca, bu mekânlar bireylere iki farklı inanca ait kutsal yapılar üzerinden bütünleşik bir dini ve kültürel deneyim yaşama olanağı sunmaktadır.

Çalışma bulgularına göre, Sultan Ahmet Cami’nin hemen karşısında yer alan Ayasofya Cami’nin, farklı inançlar açısından kutsal kabul edilen bir destinasyon niteliği taşıdığı söylenebilir. Bu doğrultuda her iki yapının da tarih boyunca hem İslam hem de Hristiyan dünyası için derin dini ve kültürel anlamlar taşıdığı ve bu yönüyle inanç turizmi kapsamında ziyaretçilere çok katmanlı ve bütünleşik bir deneyim sunduğu ifade edilebilir. Ayrıca Antakya’nın Kurtuluş Caddesi’nde konumlanan Sarımiye Cami’nin duvarı, Katolik Kilisesi’nin duvarı ile bitişik durumdadır. Bu fiziksel yakınlık, mekânsal sınırların ötesinde kültürel ve dini bir etkileşimi de beraberinde getirmektedir. Sarımiye Cami’ni ziyaret eden turistler, çoğu zaman Katolik Kilisesi’ni de ziyaret etmekte; böylece iki farklı inanca ait ibadet mekânlarını bir arada deneyimleme olanağı bulunmaktadır. Ne kilise cemaatinin ne de Müslüman topluluğun bu durumdan herhangi bir rahatsızlık duymaması, bölgedeki dinler arası hoşgörünün somut bir göstergesidir (Yazoğlu ve İmamoğlu, 2009: 4).

Çalışma bulgularına göre Mardin Latifiye Cami ve Protestan Kilisesinin konumu da birbirine çok yakın olduğu anlaşılmış olup; burası da inanç turizmi açısından bütünleşik deneyim sunan bir destinasyon olabileceği düşünülmektedir. Aynı şekilde Nusaybin Zeynel Abidin Cami ve Mor Yakup Kilisesi’ni de turistler aynı anda ziyaret etmektedir. Burası da kültürel ve inançsal farklılıkların bir arada olmasına en güzel örneklerdendir (Gezimanya, 2025). Dolayısıyla, çalışmada

incelenen destinasyonların bu özelliğinin, mekânsal birliktelik aracılığıyla ziyaretçilere dinler arası anlayış ve karşılıklı saygı temelinde bütünleşik bir turistik deneyim sunduğu ifade edilebilir.

Anadolu'nun tarih boyunca birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış olması, farklı din gruplarına ait kültürel ve dini mirasın günümüze kadar ulaşmasını sağlamıştır (Küçük, 2019: 478). Türkiye'nin hem tarihsel süreçte oluşan çok katmanlı dini mirası (Ayaz ve Eren, 2020: 286) hem de farklı inançlara mensup bireylerin ibadetlerini özgürce yerine getirebilmelerine olanak tanıyan dini hoşgörü ve anlayış kültürü (Yazoğlu ve İmamoğlu, 2009: 4) sayesinde, inanç turizmi açısından önemli bir potansiyel barındırdığı söylenebilir.

Çalışmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Öncelikle, araştırmada kullanılan veriler doküman incelemesi yöntemiyle elde edilmiştir. Bu nedenle, gelecekteki araştırmacıların söz konusu destinasyonları yerinde gözlemleyerek daha derinlemesine incelemeler yapmaları önerilmektedir. Bunun yanı sıra çalışmada ziyarete açık olan destinasyonlar tercih edilmiştir. Sonraki çalışmalarda daha kapsamlı cami-kilise komşulukları ele alınabilir. Ayrıca, bu destinasyonları ziyaret eden turistlerle gerçekleştirilecek görüşmeler aracılığıyla, ziyaretçilerin deneyimlerinin niteliksel olarak değerlendirilmesi mümkündür. Son olarak, Türkiye'de benzer biçimde dinler arası bütünleşik deneyim sunma potansiyeline sahip diğer destinasyonların da incelenmesi, konunun daha kapsamlı biçimde ele alınmasına katkı sağlayabilir.

Anahtar Sözcükler: İnanç turizmi, Cami-kilise komşuluğu, çok dinli miras

Kaynakça

- Alaeddinoğlu, F. ve İzi, M. (2024). İnanç Turizmi ve Toplumsal Hafıza İlişkisi, *Journal of Academic Tourism Studies*, 5(2): 71-84.
- Arık, D. (2019). Türk Kültüründe Dini Müsamaha ve Birlikte Yaşam. Orta Asya Türk Kültürünün Anadolu Kültürüne Etkileri *Uluslararası Sempozyumu. Taşkent-Özbekistan*.
- Artun, E. (2002). Anadolu İnanç Önderlerini Besleyen Eski İnanç Sistemleri, Dinler, İnanışlar. *Uluslararası Türk Dünyası İnanç Önderleri Kongresi Bildirileri*, 25-39.
- Ayaz, N., & Eren, M. (2020). Türkiye'de inanç turizmi üzerine nitel bir araştırma. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 284-300.
- Çam, O., Avcı, M. (2023). Kutsal Alanlar, Coğrafi İşaretler, Kültür ve İnanç Rotalarının İnanç Turizmi Açısından Değerlendirilmesi. *Journal of Vocational and Social Sciences of Turkey*, 13, 26-43.
- Gezimanya (2025). Zeynel Abidin Cami ve Mor Yakup Kilisesi. Erişim Adresi: <https://gezimanya.com/mardin/gezilecek-yerler/zeynel-abidin-camii-ve-mor-yakup-kilisesi> Erişim Tarihi: 01.11.2025.
- Gümüş, N. (2025). İnanç Turizmi: Kavramsal Bir Bakış. *Multidisipliner Bir Yaklaşımla Özel İlgi Turizmi*, 97.
- Harunoğulları, M. (2016). Kilis'in İnanç Turizmi Potansiyeli Ve Kutsal Mekânları, *Electronic Turkish Studies*, 11(21).
- Kunt, S., ve Gülcan, B. (2017). Türkiye İnanç Turizminde Zenginleşmemiş Bir Ürün: Yedi Kiliseler, *Journal of Recreation and Tourism Research*, 4(Special Issue 1), 184-206.

- Küçük, M. A. (2019). Türkiye'nin turistik dini mekânlarına bir örnek: "Süryani dinî merkezleri". *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (33), 476-520.
- Okuyucu, A. (2020). İnanç Turizmi Açısından Türkiye'de Dini Çekiciliklerin Dağılışı, *Turkish Studies - Social*, 15(5), 2611-2628. <https://dx.doi.org/10.47356/TurkishStudies.44886>.
- Şimşek, M. E. (2024). Anadolu'nun İslamlaşma Sürecinde Etkili Olan Kişi ve Kurumların Yaygın Din Eğitimi Perspektifinden İncelenmesi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(151), s. 170-187.
- Yazoğlu, R. ve İmamoğlu, T. (2009). Hatay ve Yöresindeki Dinsel Çeşitlilik ve Hoşgörü Ortamının Felsefi Bir Tahlili, *Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, (32), 1-9.

Current Approaches in Cultural Heritage Marketing

Sema DEMİRKİRAN^{1*}, Bülent AYDIN²

Lisansüstü Turizm Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ABD
Batman Üniversitesi, Türkiye
semademirkiran20@gmail.com

Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü
Batman Üniversitesi, Türkiye
² baydin1986@gmail.com

Özet

This study examines the evolving nature of cultural heritage, analyzing its preservation through both traditional and contemporary digital approaches and exploring the corresponding shift in marketing strategies. Cultural heritage, defined as the totality of tangible and intangible values transmitted from the past, forms the foundation of a society's historical and social identity. Tangible elements include monuments and artifacts, while intangible elements encompass traditions, literature, and rituals. This heritage enables individuals and communities to connect with their past, with its sustainability dependent on transmission to future generations. UNESCO's definition broadens this concept to include living practices like language and dance, positioning heritage as a dynamic force shaping identity and belonging.

Historically, preservation has been guided by disciplines like architecture and archaeology, focusing on physical restoration. However, digitization has revolutionized the field, introducing new methods like digital archives, virtual museums, and augmented reality. While criticized for potentially decontextualizing heritage, digital tools offer unprecedented opportunities for accessibility and public engagement. This paper aims to analyze the current state of heritage marketing by comparing traditional and digital methods and investigating how their integration can serve the goals of preservation, accessibility, and sustainable development.

Cultural heritage is intrinsically linked to individual and collective identity, serving as a key reference point in its formation. It provides a sense of historical continuity and belonging, transmitting identity across generations through tangible and intangible elements. Beyond aesthetic or nostalgic value, heritage acts as a historical document reflecting past societies' values and structures, thus contributing to collective memory. Its preservation is therefore both a cultural responsibility and an ethical obligation to future generations. Sustainability requires participation from all societal segments, guided by state policies and heightened public awareness. Heritage is not a static relic but a dynamic construct that evolves with theoretical and political shifts. It is central to contemporary debates, political struggles, and economic strategies. While tangible heritage often dominates policy, intangible heritage (e.g., folk dances, oral narratives) is more vulnerable to loss due to modernization and requires dedicated efforts. A multidisciplinary perspective is essential, recognizing heritage as both a national asset and part of humanity's collective experience, as underscored by UNESCO conventions. For nations like Turkey, with rich

sites like Cappadocia and intangible elements like Turkish coffee on UNESCO lists, heritage represents significant potential for cultural diplomacy, tourism, and soft power. However, it faces threats from urbanization, conflict, climate change, uncontrolled tourism, and public apathy, necessitating conservation efforts coupled with education and community engagement.

Traditional preservation, systematized since the late 19th century, focuses on physical integrity through methods like restoration, documentation, musealization, and site management. Guided by principles such as minimal intervention and use of original materials, these approaches aim to conserve both the physical structure and its historical context. While successful for tangible heritage (e.g., Ephesus, Safranbolu), traditional methods have limitations. They are often expert-centric, limiting local community participation and marginalizing everyday or non-elite cultural expressions. They also face accessibility challenges due to geographical or economic constraints and can present heritage as a static exhibit, particularly ill-suited for intangible cultural expressions.

Digital transformation offers tools to overcome traditional limitations. Digitization of archives, objects, and even architectural sites allows for widespread access, as seen in projects by Turkey's Ministry of Culture and Tourism or international museums. Interactive technologies like Virtual Reality (VR) and Augmented Reality (AR) enable immersive experiences, such as virtual tours of historical sites like Hagia Sophia. Furthermore, Web 2.0 technologies facilitate participatory heritage, where users become co-creators through community-based digital archives, enhancing diversity and visibility for marginalized groups. Platforms like Google Arts & Culture strengthen cultural diplomacy by globalizing access. However, digital approaches present challenges. The "digital divide" exacerbates inequalities in access. Digitization risks decontextualizing content, reducing deep cultural practices to superficial representations, and struggling to convey the sensory aspects of intangible heritage. Technical issues like data format obsolescence and long-term digital preservation also pose significant threats to sustainability.

An integrated, hybrid strategy is the most promising path forward. This approach combines the strengths of traditional methods—authenticity, material conservation, historical context—with the advantages of digital tools—accessibility, interactivity, and participatory engagement. Successful examples include Göbeklitepe, where physical archaeological conservation is complemented by 3D modeling and virtual tours. This integration supports the concept of "participatory heritage," where communities are active stakeholders, ensuring heritage remains a living, socially relevant entity.

Cultural heritage holds significant economic potential, particularly through cultural tourism (e.g., Ephesus, Cappadocia) and creative industries. Marketing transforms heritage into economic value while promoting it to broader audiences. Cultural products (museums, festivals) and services (guided tours, educational programs) can be promoted through both traditional and digital channels. Key to successful marketing is highlighting authenticity and creating experiential value. Marketing must avoid reducing heritage to a mere commodity, instead fostering an emotional connection. Digitalization has expanded service marketing through virtual tours and AR applications, making heritage accessible beyond physical limitations.

Contemporary cultural marketing is a multifaceted strategy aimed at creating economic, social, and cultural value. Effective strategies begin with precise target audience analysis, tailoring content and communication to different demographic and psychographic groups.

Prevailing trends include:

- **Digitization & Immersive Tech:** Using VR, AR, and 3D modeling for interactive digital experiences, a trend accelerated by the COVID-19 pandemic.
- **Experiential Marketing:** Shifting from passive observation to active participation through workshops, interactive demonstrations, and hands-on activities, transforming visitors into cultural carriers.
- **Storytelling:** Employing narrative techniques across digital platforms to create emotional bonds and convey the multi-layered meanings of heritage sites and objects.
- **Inclusivity and Diversity:** Showcasing the heritage of diverse ethnic, religious, and social groups to promote representational justice and social cohesion.
- **Collaboration with Creative Industries:** Integrating heritage motifs and narratives into fashion, film, digital games, and design to reach new audiences and ensure contemporary relevance.
- **Strategic Positioning and Promotion:** Using authentic values and compelling narratives for effective branding, supported by promotion tools ranging from social media campaigns to influencer partnerships. Ethical marketing should emphasize the visitor's role as a custodian, fostering societal consciousness alongside economic gain.

References

- Akbulut, O., & Ekin, Y. (2021). Toplumsal hafıza, kültürel miras ve savaş alanları turizmi üzerine kavramsal bir çalışma. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 5(Özel Sayı), 150–159.
- Aksoy, A., & Robins, K. (2011). *Turizm ve kültürel mirasın pazarlanması: Kültür ekonomisi ve yerel kimlikler*. İstanbul: Kültür A.Ş.
- Alagöz, G., Çalık, İ., & Güneş, E. (2018). Kültürel miras turizmi bağlamında geleneksel el sanatları: Erzincan bakır işlemeciliği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (56), 293–308. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/428838>
- Alav, O. (2023). Açık kültür: Dijital kültürel miras ve kültürel mirasa açık erişim. *Art-e Sanat Dergisi*, 15(30), 551–567. <https://doi.org/10.21602/sduarte.1355137>
- Avrami, E. (2019). *Preservation and the New Data Landscape*. Columbia Books.
- Blake, J. (2000). On defining the cultural heritage. *International & Comparative Law Quarterly*, 49(1), 61-85.
- Bostancı, E. (2011). Kültürel miras için zenginleştirilmiş gerçeklik uygulamaları. *Pamukkale University Journal of Engineering Sciences*, 17(3), 117–122.
- Brandi, C. (1963). *Theory of Restoration*. Istituto Centrale per il Restauro.
- Cameron, F., & Kenderdine, S. (2007). *Theorizing digital cultural heritage: A critical discourse*. MIT Press.

- Economou, M. (2015). Heritage in the digital age. *A companion to heritage studies*, 215-228.
- Economou, M. (2015). Heritage in the digital age. In L. Tallon & K. Walker (Eds.), *Digital Technologies and the Museum Experience* (pp. 20–38). AltaMira Press.
- Er, Z., & Karakuş, N. (2023). Somut olmayan kültürel miras sözlü gelenek ve anlatımlar tutum ölçeği geliştirme çalışması. *Motif Akademi Halk Bilimi Dergisi*, 16(48), 239–257. <https://doi.org/10.12981/mahder.1235493>
- Ercan, M. A. (2016). Tarihi ve kültürel miras alanlarında devingen ve evrimsel bir yer kimliği kavramsallaştırması. *İdealkent Dergisi*, 7(20), 720–745.
- Feilden, B. M. (2003). *Conservation of Historic Buildings*. Routledge.
- Giaccardi, E. (2012). *Heritage and social media: Understanding heritage in a participatory culture*. Routledge.
- Graham, B., & Howard, P. (2016). Heritage and identity. In *The Routledge research companion to heritage and identity* (pp. 1-15). Routledge.
- Gülüm, E. (2022). Yaşayan kültürel miras: Sermayelendirme ve değerlendirme. *Erdem*, 83(83), 91–108. <https://doi.org/10.32704/erdem.2022.83.091>
- Jansen, S. C. (2020). *Branding the nation: The global business of national identity*. Oxford University Press.
- Jiménez-Díaz, G., Diaz-Agudo, B., Emilio Bruni, L., Kadastik, N., Follo, A., Damiano, R., ... & Lieto, A. (2025). Interpretable clusters for representing citizens' sense of belonging through interaction with cultural heritage. *ACM Journal on Computing and Cultural Heritage*, 17(4), 1-22.
- Kaçmaz, N. (2023). *Kültürel miras unsurlarının ve doğal çekiciliklerin turizm pazarlaması kapsamında değerlendirilmesi: Gevaş örneği* (Yüksek lisans tezi, Batman Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).
- Kalay, Y. E., Kvan, T., & Affleck, J. (2008). *New Heritage: New Media and Cultural Heritage*. Routledge.
- Kurin, R. (2004). Safeguarding intangible cultural heritage in the 2003 UNESCO Convention: a critical appraisal. *Museum International*, 56(1-2), 66–77.
- Nocca, F. (2017). The role of cultural heritage in sustainable development: Multidimensional indicators as decision-making tool. *Sustainability*, 9(10), 1882.
- Nora, P. (1989). Between memory and history: Les lieux de mémoire. *Representations*, (26), 7–24.
- Nye, J. S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. PublicAffairs.
- Okuyucu, A., & Somuncu, M. (2012). Kültürel mirasın korunması ve turizm amaçlı kullanılmasında yerel halkın algı ve tutumlarının belirlenmesi: Osmaneli ilçe merkezi örneği. *Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi*, 4(1), 37–51.

Kültürel Travma ve Ruhsal İyileşme: Mezopotamya’da Tufan Mitinin Psikolojik Okuması

*Yılmaz KAPLAN¹**

Edebiyat Fakültesi, Psikoloji Bölümü

Munzur Üniversitesi, Türkiye

¹yilmazkaplan@munzur.edu.tr

ORCID: 0000-0002-3724-1911

Özet

İnsanlık tarihi boyunca doğa felaketleri, savaşlar ve toplu yıkımlar, bireylerin ve toplumların kolektif belleğinde derin izler bırakmıştır. Bu tür olaylar yalnızca fiziksel yıkımlara değil, aynı zamanda kültürel travmalara da neden olmuştur. Kültürel travma kavramı, bir topluluğun kimliksel bütünlüğünü tehdit eden ve kuşaklar arası aktarım yoluyla kalıcı izler bırakan kitlesel sarsıntıları ifade eder. Bu bağlamda, Mezopotamya mitolojisinde yer alan **Tufan anlatısı** hem doğanın yıkıcı gücü hem de insanın yeniden doğma, yenilenme ve iyileşme arzusu açısından dikkate değer bir kültürel ve psikolojik metindir. Bu çalışma, Mezopotamya Tufan mitini (özellikle Gılgamış Destanı’ndaki Utnapiştım anlatısını) psikoloji ve kültürel travma kuramları çerçevesinde analiz etmeyi amaçlamaktadır.

Tufan anlatısı, insanlık tarihindeki ilk büyük “yıkım ve yeniden doğuş” mitlerinden biridir. Tanrıların insanın aşırılığından rahatsız olarak dünyayı suyla yok etme kararı, yalnızca fiziksel bir felaket değil, aynı zamanda tanrı-insan ilişkilerinin sorgulandığı bir ahlaki travmayı da temsil eder. Utnapiştım’ın tanrılardan aldığı uyarı üzerine gemi yapması, ailesini ve canlı türlerini kurtarması, insanın doğa karşısındaki çaresizliği ve aynı zamanda yaşamı sürdürme direncini sembolize eder. Bu yönüyle Tufan miti hem bireysel hem kolektif düzeyde **travma sonrası büyüme** ve **iyileşme** temalarını barındırır.

Psikolojik açıdan bakıldığında Tufan, insanın bilinçdışında yer alan “yıkım”, “arınma” ve “yenilenme” imgelerinin arketipsel bir yansımasıdır. Jungcu yaklaşıma göre su, hem yok edici hem de yeniden doğurucu bir semboldür; bilinçaltının, duyguların ve sezgisel alanın karşılığıdır. Dolayısıyla Mezopotamya Tufanı, yalnızca bir felaket değil, aynı zamanda insan ruhunun yeniden doğuş sürecinin mitik bir temsili olarak okunabilir. Bu bağlamda suyun arındırıcı niteliği, günümüz psikoterapi yaklaşımlarında da görülen “arınma” ve “bütünleşme” kavramlarıyla paralellik gösterir.

Kültürel travma teorisyeni Jeffrey C. Alexander’a göre, bir toplum travmatik bir olay yaşadığında, bu olayı anlamlandırma biçimi kolektif kimliği yeniden şekillendirir. Tufan miti de Mezopotamya halklarının doğa karşısındaki güçsüzlüğünü kabul ederken, aynı zamanda tanrısal adalet ve merhamet fikri üzerinden bir yeniden yapılanma sürecini temsil eder. Bu yönüyle mit, hem

toplumsal hem bireysel iyileşmenin kültürel bir modeli olarak işlev görür. Mitin sonunda Utnapiştım'ın ölümsüzlüğe erişmesi, insanın travmadan sonra ulaşmak istediği içsel denge ve bilgelik durumunu simgeler. Böylece Tufan, yıkımın ötesinde ruhsal olgunlaşmanın ve anlam bulmanın metaforuna dönüşür.

Bu bildiride, Tufan mitinin psikolojik çözümlemesi yapılırken üç temel eksen dikkate alınacaktır:

1. **Travmanın sembolik boyutu:** Tufanın neden olduğu yıkımın, insan ruhunda yarattığı varoluşsal korku ve suçluluk duyguları.
2. **İyileşme ve yeniden doğuş:** Utnapiştım'ın kurtuluşu üzerinden bireysel direnç, umut ve yeniden anlam üretme süreçleri.
3. **Kültürel aktarım ve kolektif bilinç:** Tufan anlatısının sonraki medeniyetlerde (Tevrat, Kur'an, Yunan mitolojisi vb.) sürdürülmesiyle oluşan kültürel süreklilik ve ortak bilinç yapısı.

Bu analizde, Jung'un arketip kuramı, travma sonrası büyüme (Post-Traumatic Growth) modeli ve kültürel travma teorisi temel kuramsal çerçeveyi oluşturacaktır. Ayrıca mitin dilsel ve sembolik çözümlemeleri yapılacaktır; su, gemi, tufan, tanrı-insan ilişkisi gibi öğelerin ruhsal süreçlerle ilişkisi irdelenecektir. Çalışma, modern insanın yaşadığı kolektif krizler (iklim kaygısı, savaşlar, pandemiler) karşısında Tufan mitinin hâlâ geçerliliğini koruyan psikolojik bir model sunduğunu göstermeyi hedefler.

Sonuç olarak, Mezopotamya Tufan miti, yalnızca geçmişin dinsel ya da mitolojik bir anlatısı değil, aynı zamanda **kültürel travmanın sembolik çözümleme biçimidir**. Bu anlatı, yıkımın ardından gelen umut, kaybın ardından gelen anlam ve ölümün ardından gelen yeniden doğuş düşüncesini merkezine alarak insan ruhunun dayanıklılığını ortaya koyar. Tufan mitinin derin yapısında, insanın kendi varoluşunu sorgulama, hatalarını fark etme ve yeniden bütünleşme arzusu vardır. Bu yönüyle mit, çağdaş psikolojinin “iyi oluş” ve “anamlı yaşam” kavramlarıyla da doğrudan ilişkilidir. Dolayısıyla, Mezopotamya Tufanı'nın psikolojik okuması, antik bir mitin modern insanın ruhsal ihtiyaçlarıyla nasıl kesiştiğini ortaya koymakta; geçmişin arkaik sembollerinden bugünün terapötik dillerine uzanan güçlü bir köprü kurmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Kolektif travma, Jung, Tufan Miti, Mezopotamya, iyileşme

Kaynakça

- Alexander, Jeffrey C.** (2004). *Toward a Theory of Cultural Trauma*. In J. C. Alexander et al. (Eds.), **Cultural Trauma and Collective Identity** (pp. 1–30). University of California Press.
- Assmann, Jan.** (2011). *Cultural Memory and Early Civilization: Writing, Remembrance, and Political Imagination*. Cambridge University Press.
- Bottéro, Jean.** (2001). *Religion in Ancient Mesopotamia*. University of Chicago Press.
- Campbell, Joseph.** (2008). *The Hero with a Thousand Faces*. New World Library.
- Çığ, Muazzez İlmiye. (2002). *Kur'an, İncil ve Tevrat'ın Sümer'deki Kökeni*. Kaynak Yayınları.

- Çiğ, Muazzez İlmiye. (2010). *Sümerlilerde Tufan, Tufan Öncesi ve Sonrası İnançlar*. Kaynak Yayınları.
- Dalley, Stephanie.** (2000). *Myths from Mesopotamia: Creation, the Flood, Gilgamesh, and Others*. Oxford University Press.
- Eliade, Mircea.** (1959). *The Myth of the Eternal Return: Cosmos and History*. Princeton University Press.
- Frankl, Viktor E.** (1985). *Man's Search for Meaning*. Beacon Press.
- Jung, C. G.** (1969). *The Archetypes and the Collective Unconscious*. Princeton University Press.
- Kramer, Samuel Noah.** (1961). *History Begins at Sumer*. University of Pennsylvania Press.
- Tedeschi, Richard G., & Calhoun, Lawrence G.** (2004). *Posttraumatic Growth: Conceptual Foundations and Empirical Evidence*. *Psychological Inquiry*, 15(1), 1–18.

Geçmişten Günümüze Diyarbakırlı Bilim İnsanları: Bilimsel Mirasın Sürekliliği

Hasan BAYRAM^{1*}, Kadriye MİRZADE²

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi/İktisat
Dicle Üniversitesi, Türkiye
hasanbyrm21211212@gmail.com

ORCID: 0000-0000-0000-0000

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi/İktisat
Dicle Üniversitesi, Türkiye
kadriyemirzade@gmail.com

ORCID: 0000-0003-1509-6984

Özet

Tarih boyunca Diyarbakır, Mezopotamya'nın kadim topraklarında yer alan ve bilim, kültür ve ticaretin kesişim noktası olmuştur. İslam düşüncesinin yükseliş döneminde medreseleriyle tanınan kent, Osmanlı ve Cumhuriyet dönemlerinde de bilimsel üretim geleneğini sürdürmüştür. Bu bağlamda Diyarbakır, hem tarihî hem de modern dönemde bilimsel gelişmenin sürekliliğini temsil eden önemli bir örnektir. Şehrin medreseleri, rasathaneleri ve eğitim kurumları, yüzyıllar boyunca bilimsel düşüncenin gelişmesine ve bilgi aktarımının sürekliliğine zemin hazırlamıştır. Bu bildiri, Diyarbakır'da şekillenen bilimsel geleneğin tarihsel sürekliliğini ele almakta; geçmişten günümüze uzanan bir bilgi mirasının izini sürmeyi amaçlamaktadır. Orta Çağ'da mühendislik ve mekanik alanlarında çığır açan El-Cezerî'den, modern tıpta yenilikler getiren Prof. Dr. Gazi Yaşargil'e uzanan bu çizgi, bilimin evrensel karakteriyle yerel birikimin nasıl bütünleştiğini göstermektedir. Çalışmada, Diyarbakır kökenli bazı bilim insanlarının yetiştiği sosyal ve kültürel ortamlar, bilimsel üretim biçimleri ve bu mirasın günümüz akademik dünyasına yansımaları incelenecektir. Böylece, Diyarbakır'ın geçmişten günümüze uzanan bilimsel kimliği ve bilgi üretimindeki sürekliliği ortaya konulacaktır.

Anahtar Sözcükler: Diyarbakır, bilim tarihi, bilim insanları, bilgi mirası.

Kaynakça

- Biyografya. (t.y.). Şevket Beysanoğlu. Erişim adresi: <https://www.biyografya.com/tr/biographies/sevket-beysanoglu-b5478bd5>
- Çoşar, H. (2008). Seyfeddin Âmidî'nin hayatı, İslam düşüncesindeki yeri ve eserleri. Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi (ÇÜİFD), 8(2), 27-58.
- Çoruhlu, Y. (2017). Prof. Nejat Diyarbakırlı: Bir "Hareket" ve Düşünce Adamı (17.06.1928 - 13.07.2017). Sanat Tarihi Dergisi, 26(2), 433-445.
- Ertürk, F. E., & Yayan, G. (2012). Bilim Ve Sanati Birleştiren İki Usta. Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi, 1(1), 453-464.

- Gemi, A. (2018). İbn Nübâte El-Hatîb ve Hz. Hüseyin'in Şehâdeti ile İlgili Hutbesi. Hitit Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 17(34), 191-210.
- Hañabay, H. İ. (2019). Târîhu Meyyâfârikîn. İslam Araştırmaları Dergisi(42), 160-165
- İlhan, M. M. (1992). Şevket Beysanoğlu, Anıtları ve Kitabeleri ile Diyarbakır Tarihi, 1. cilt: Başlangıçtan Akkoyunlular'a kadar, Ankara 1987; 2. cilt: Akkoyunlular'dan Cumhuriyete kadar, Ankara 1990: Diyarbakır Belediyesi yayınları. Belleten, 56(217), 1111-1114. Erişim adresi: <https://belleten.gov.tr/tam-metin/2257/tur>
- Karakaş, A. (2018). Molla Gürânî ve El-Kevserü'l-Cârî Adlı Eserinde Hadis Şerh Metodu. Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi (ÇÜİFD), 18(2), 923-957.
- Kaya, M. (2019). İslam Felsefesi Tarihi Üzerine İncelemeler. İstanbul: Klasik Yayınları.
- Kılıcı, A. (2023). Prof. Dr. Orhan Cezmi Tuncer (08.01.1931 - 11.06.2023). Selçuklu Medeniyeti Araştırmaları Dergisi(8), 144-146.
- Kılıç, M. (2011). Diyarbakır Medreseleri ve Osmanlı Dönemi Eğitim Hayatı (s. 78–82). Ankara: Türkiye Yayınları.
- Özel, Ü. (2021). Diyarbakır'da ilme açılan kapılar: Medreseler ve âlimler. Diyarbakır Dergisi, 74(2), 2–77.
- Pıçak, M., & Eroğlu, O. (2018). Osmanlı Döneminde Diyarbakır'ın Sosyo-Ekonomik Yapısı. Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (20), 70-82. search.library.berkeley.edu. (t.y.). Kısaltılmış Diyarbakır tarihi ve abideleri / Şevket Beysanoğlu. Erişim adresi: https://search.library.berkeley.edu/discovery/fulldisplay?context=L&docid=alma991072548519706532&vid=01UCS_BER%3AUCB
- Sezgin, F. (2007). İslam'da Bilim ve Teknik. Cilt I (s. 218). Ankara: Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları.
- Süslü, A. (2015). Türklerin Bilim Tarihine Katkıları, Akademia Disiplinlerarası Bilimsel Araştırmalar Dergisi, 1(1), 6-16.
- Tekin, S. (2020). MOLLA HALİL'E (1754-1843) GÖRE MESİH/İSA'NIN NÜZULÜ. Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 6(11), 237-256.
- Türkmen, F. N. (2017). Prof. Nejat Diyarbekirli'nin Hayatı ve Eserleri. Sanat Tarihi Dergisi, 26(2), 423-431.
- Toklu, S., & Arslantaş, A. (2023). Ordinaryüs Profesör Doktor Mahmut Gazi Yaşargil. Osmangazi Tıp Dergisi, (ÖZEL), 84-89.
- Uzunçarşılı, İ. H. (2014). Osmanlı Devletinin İlmiye Teşkilatı (s. 370). Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Yapı Kredi Yayınları. (t.y.). Şevket Beysanoğlu. Erişim adresi: <https://www.yapikrediyayinlari.com.tr/yazarlar/sevket-beysanoglu>
- Yiğiz, U. (2021). Müderris Hacı Râgıb Efendi ve Râgıbiyye Camii Kabristanı Kitabeleri. Sadırlardan Satırlara Hat Sanatı ve Hattatlar (Ed. İbrahim Özcoşar vd.), Divan Kitap, İstanbul, s. 129–150.

Geleceğin Ötesinde Bir Deneyim: VR ve AR Teknolojisinin Kültürel Miras Eğitimindeki Rolü

Nurcan DİLMAÇ^{1*}, Hasan Hüseyin ŞAHİN², Volkan GENÇ³

Turizm İşletmeciliği ve Sanat Tarihi ABD Kültürel Miras Yönetimi ve Turizm,
Batman Üniversitesi, Türkiye

¹ nurcan.kanat3@gmail.com

ORCID: 0009-0008-1024-3352

Turizm İşletmeciliği ve Sanat Tarihi ABD Kültürel Miras Yönetimi ve Turizm,
Batman Üniversitesi, Türkiye

² hashusah@gmail.com

ORCID: 0009-0005-6242-0849

Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği
Batman Üniversitesi, Türkiye

³ volkangnc@yahoo.com

ORCID: 0000-0001-5887-0568

Özet

Dijital teknolojilerde yaşanan hızlı gelişim, eğitim süreçlerini dönüştürdüğü gibi kültürel mirasın korunması, aktarılması ve öğrenilme biçimlerinde de önemli değişimlere yol açmaktadır. Özellikle sanal gerçeklik (VR) ve artırılmış gerçeklik (AR) teknolojileri, kültürel miras eğitiminde etkileşimli, deneyim temelli ve görsel öğrenme ortamları sunarak geleneksel öğretim yöntemlerini desteklemektedir (Bekele vd., 2018; Radianti vd., 2020). Bu çalışma, VR ve AR teknolojilerinin kültürel miras eğitimi üzerindeki rolünü, üniversite öğrencilerinin deneyim ve algıları üzerinden incelemeyi amaçlamaktadır.

Araştırma, Batman Üniversitesi Turizm Rehberliği Bölümü öğrencileriyle yürütülmüş nitel bir çalışmadır. Çalışmada fenomenoloji (olgu bilim) deseni benimsenmiş ve veriler yarı yapılandırılmış görüşmeler aracılığıyla toplanmıştır (Yıldırım & Şimşek, 2011). Çalışma grubunu farklı sınıf düzeylerinde öğrenim gören 13 öğrenci oluşturmaktadır. Görüşmeler, öğrencilerin VR deneyimi öncesi ve sonrası kültürel mirasa ilişkin algılarını karşılaştırmaya imkân verecek şekilde yapılandırılmıştır. Elde edilen veriler tematik analiz yöntemiyle çözümlenmiş, analiz süreci araştırmacılar arasında karşılaştırmalı olarak yürütülerek güvenilirlik artırılmıştır (Lincoln & Guba, 1985).

Araştırma bulguları, katılımcıların büyük bir bölümünün daha önce VR ve AR teknolojilerini kültürel miras bağlamında deneyimlemediğini, ancak bu teknolojilere yönelik yüksek düzeyde ilgi ve merak taşıdıklarını ortaya koymaktadır. VR deneyimi sonrasında öğrenciler, kültürel miras alanlarını daha somut, etkileyici ve akılda kalıcı biçimde algıladıklarını ifade etmişlerdir.

Üç boyutlu mekân deneyiminin, tarihî yapıların zihinsel olarak canlandırılmasını kolaylaştırdığı ve öğrenmenin kalıcılığını artırdığı vurgulanmıştır. Bu bulgular, VR destekli öğrenme ortamlarının bilişsel süreçleri güçlendirdiğini ortaya koyan çalışmalarla örtüşmektedir (Makransky & Lilleholt, 2018; Radianti vd., 2020).

Katılımcılar, VR ve AR uygulamalarının teorik bilgiyi destekleyici nitelikte olduğunu ve sınıf içi eğitimi sahayla bütünleştiren güçlü bir araç sunduğunu belirtmişlerdir. Özellikle fiziksel erişimi zor olan veya korunması gereken kültürel miras alanlarının sanal ortamda deneyimlenebilmesi, eğitim açısından önemli bir avantaj olarak değerlendirilmiştir (Styliani vd., 2009). Bununla birlikte öğrenciler, sanal deneyimlerin fiziksel ziyaretlerin yerini tamamen alamayacağını; dokunsal ve duysal boyutların eksikliğinin önemli bir sınırlılık oluşturduğunu ifade etmişlerdir. Bu durum, VR ve AR teknolojilerinin kültürel miras alanlarında tamamlayıcı bir araç olarak değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir (Bekele vd., 2018).

Araştırmada, VR ve AR teknolojilerinin kültürel mirasın korunması ve sürdürülebilirliği açısından da önemli bir potansiyele sahip olduğu belirlenmiştir. Katılımcılar, sanal deneyimlerin yoğun ziyaretçi baskısını azaltarak hassas kültürel alanların korunmasına katkı sağlayabileceğini düşünmektedir. Ayrıca bu teknolojilerin, fiziksel erişimi sınırlı bireyler için kültürel mirasa erişimi artırdığı ifade edilmiştir. Bu bulgu, dijital teknolojilerin kültürel mirasın daha kapsayıcı biçimde sunulmasına katkı sağladığını ortaya koyan çalışmalarla paralellik göstermektedir (Economou & Meintani, 2011; Genc vd., 2023).

Öte yandan bazı katılımcılar, VR kullanımına bağlı baş dönmesi ve göz yorgunluğu gibi sağlık risklerine dikkat çekmiş; bu nedenle eğitim süreçlerinde bilgilendirici ve koruyucu önlemlerin alınması gerektiğini belirtmişlerdir (Özer, 2023). Genel değerlendirme, VR ve AR teknolojilerinin turizm rehberliği öğrencilerinin mesleki motivasyonlarını artırdığı ve kültürel mirasa yönelik farkındalıklarını güçlendirdiği yönündedir.

Sonuç olarak bu çalışma, VR ve AR teknolojilerinin kültürel miras eğitiminde öğrenmeyi destekleyen, erişilebilirliği artıran ve sürdürülebilirlik bilincini güçlendiren etkili araçlar olduğunu ortaya koymaktadır. Özellikle uygulama temelli alanlarda, dijital teknolojilerin müfredata entegre edilmesi, öğrencilerin kültürel mirasla daha güçlü bir bağ kurmasına katkı sağlayacaktır.

Anahtar Sözcükler: Kültürel miras, artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik, dijital eğitim, sürdürülebilirlik, görsel öğrenme

Kaynakça

- Bekele, M. K., Pierdicca, R., Frontoni, E., Malinverni, E. S., & Gain, J. (2018). A survey of augmented, virtual, and mixed reality for cultural heritage. *Journal on Computing and Cultural Heritage (JOCCH)*, 11(2), 1-36.
- Economou, M., and Meintani, E. (2011) Promising beginning? Evaluating museum mobile phone apps. *Rethinking Technology in Museums 2011: Emerging experiences*, University of Limerick, Ireland, 26-27 May 2011.
- Genc, V., Bilgihan, A., Gulertekin Genc, S., & Okumus, F. (2023). Seeing history come to life with augmented reality: the museum experience of generation Z in Göbeklitepe. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 21(6), 657-676.

- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry: establishing trustworthiness*. California.
- Özer, Ş. (2023). Sanal Gerçeklik Teknolojilerinde Dokunsal Geri Bildirim: Eğitim Amaçlı. *Journal of Economics and Political Sciences*, 3(2), 147-156.
- Radianti, J., Majchrzak, T. A., Fromm, J., & Wohlgenannt, I. (2020). A systematic review of immersive virtual reality applications for higher education: Design elements, lessons learned, and research agenda. *Computers & Education*, 147, 103778. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2019.103778>
- Styliani, S., Fotis, L., Kostas, K., & Petros, P. (2009). Virtual museums: A survey and some issues for consideration. *Journal of Cultural Heritage*, 10(4), 520–528. <https://doi.org/10.1016/j.culher.2009.03.003>
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (8. baskı b.). Ankara: Seçkin Yayınevi.

Âşıklık Geleneğinin Turizm Açısından Değerlendirilmesi ve Sürdürülebilirliği

Lale TOPRAK^{1*}

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü / Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye

¹toprak1344@gmail.com

ORCID: 0009-0003-4541-5058

Özet

Âşıklık geleneği, Türk halk kültürünün en köklü ve dinamik unsurlarından biri olarak yüzyıllardır varlığını sürdürmektedir. Kökeni Orta Asya'ya dayanan bu gelenek, Anadolu'ya taşınarak saz eşliğinde halkın duygularını, sevinçlerini, acılarını ve toplumsal olaylarını dile getiren gezgin şairler aracılığıyla yaşatılmıştır (Artun, 2002). Âşıklar, kültürel kimliğin korunmasında ve toplumsal hafızanın canlı tutulmasında önemli bir rol oynamışlardır (Ergun, 2002). Ancak modernleşme, küreselleşme ve kentleşme süreçleri, geleneğin doğasını değiştirerek usta-çırak ilişkisini zayıflatmıştır (Öger, 2010). Bu durum, âşıklık geleneğinin geleceğe aktarılması açısından yeni koruma stratejilerini zorunlu kılmaktadır. Âşıklık geleneğinde görülen mahlas alma, usta çırak, atışma, saz çalma vb. unsurların bütün Anadolu'da ortak olduğu görülmektedir (Yardımcı, 1999).

Âşıklık geleneği, Türk kültürünün köklü ve dinamik unsurlarından biri olarak tarih boyunca değişim ve dönüşüm süreçleriyle varlığını sürdürmüştür. Gelenek, yeni öğeleri bünyesine katarak zenginleşen ve yenilenme kapasitesiyle toplumsal belleğin sürekliliğini sağlayan bir sistemdir. Ancak bu yenilenme sürecine kapalı kalan gelenekler zamanla işlevini yitirme tehlikesiyle karşı karşıya kalmaktadır. Âşıklık geleneği özelinde değerlendirildiğinde, modernleşme ve teknolojik gelişmelerin etkisiyle usta-çırak ilişkisinin biçim değiştirdiği görülmektedir. Geleneksel aktarım yöntemleri, günümüzde kitle iletişim araçları ve dijital medya aracılığıyla sürdürülmektedir. Öger (2010), âşık olmak isteyen bireylerin kasetler dinleyip bunları ustalara dinleterek geri bildirim aldıklarını belirterek, geleneğin modern koşullara uyum sağladığını vurgulamaktadır. Gelenek yalnızca âşıkların icrası üzerinden değil, kültürel temas alanları bağlamında da değerlendirilmelidir. Netflix'te yayımlanan Âşıklar Bayramı filmi gibi çağdaş üretimler, geleneğin popüler kültürde yeniden görünür olmasını sağlarken; Mabel Matiz ve İsmail Altunsaray gibi sanatçılar, geleneksel müzik anlayışını modern yorumlarla harmanlayarak “yeni âşık” profilinin ortaya çıkmasına katkı sunmaktadır (Fedakar & Duranlı, 2022). Bu gelişmeler, geleneğin sabit bir yapı olmadığını; aksine, kültürel dönüşümle birlikte yaşatılabildiğini göstermektedir.

Bu çalışmanın amacı, somut olmayan kültürel miras unsurlarından biri olan âşıklık geleneğinin turizm sektörüyle entegrasyonunu inceleyerek sürdürülebilirliğini destekleyecek stratejiler önermektir. Âşıklık geleneğinin turizmde değerlendirilmesi, yalnızca kültürel mirasın korunmasına değil, aynı zamanda yerel ekonominin gelişimine ve kültürel turizmin çeşitlenmesine de katkı sağlamaktadır (Smith, 2009).

Araştırma, nitel bir literatür taramasına dayanmaktadır. Ulusal ve uluslararası düzeyde yayımlanan akademik çalışmalar, UNESCO belgeleri, kültür politikaları ve örnek uygulamalar incelenmiştir. Ayrıca, âşıklık geleneğinin UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi'ne dahil edilmesi süreci değerlendirilmiş ve geleneğin turizm bağlamında ele alınabileceği stratejik alanlar belirlenmiştir.

Âşıklık geleneği, kökleri Orta Asya'ya uzanan ve Anadolu'da geniş bir coğrafyada (Kars, Erzurum, Sivas, Artvin, Malatya, Erzincan) yaşatılan bir kültürel mirastır (Yardımcı, 1999). Bu geleneğin UNESCO'nun 2003 tarihli Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi kapsamında yer alması, onun kültürel değerinin uluslararası ölçekte tanınmasını sağlamıştır (Özünel, 2019). Sözleşmede vurgulandığı üzere, kültürel mirasın korunması dinamik bir süreçtir; geleneklerin yaşatılarak geleceğe taşınması gerekmektedir (Özdemir, 2012). Âşıklık geleneği, UNESCO'nun kültürlerarası diyalog ve barış idealleriyle örtüşmektedir. Bu geleneğin korunması yalnızca estetik bir mesele değil, aynı zamanda kültürel sürdürülebilirliğin bir gereğidir (Briggs, 2007). Ancak Marco D'eraimo'nun (2014) ifade ettiği gibi, UNESCO listesine alınan bazı miras unsurları, "UNESCOcide" olarak adlandırılan aşırı ticarileşme tehlikesiyle karşı karşıyadır. Bu nedenle, âşıklık geleneğinin turizm aracılığıyla yaşatılması sürecinde kültürel otantikliğin korunması büyük önem taşımaktadır. Âşıklık geleneği turizm açısından değerlendirildiğinde, hem kültürel mirasın korunmasına hem de bölgesel kalkınmaya katkı sunabilecek bir potansiyele sahiptir.

Âşıklık geleneği, turizm açısından değerlendirildiğinde çeşitli alanlarda geliştirilebilecek uygulamalarla hem kültürel mirasın korunmasına hem de yerel ekonominin güçlenmesine katkı sağlayabilir. Bu bağlamda özellikle kültürel festivaller ve etkinlikler, geleneğin yaşatılması için önemli bir araçtır. Kars'ta düzenlenen "Uluslararası Âşıklar Bayramı" gibi etkinlikler, yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çekerek geleneğin canlı kalmasına katkı sağlamakta; aynı zamanda katılımcılara otantik kültürel deneyimler sunarak bölge ekonomisine doğrudan fayda yaratmaktadır (Yıldırım, 2015). Bununla birlikte, âşıklık müzeleri ve kültür merkezleri, âşıkların yaşamlarını, eserlerini ve tarihsel miraslarını sergileyerek hem eğitimsel hem de turistik işlev üstlenmektedir. Bu kurumlar, geleneğin kayıt altına alınarak yeni kuşaklara aktarılması açısından da kritik öneme sahiptir (Ergun, 2002). Ayrıca, okul ve üniversitelerde düzenlenecek eğitim programları ve atölyeler, genç nesillerin âşıklık geleneğiyle tanışmalarını sağlayarak kültürel bilinç oluşturur. Modern eğitim yöntemleriyle desteklenen bu etkinlikler, geleneğin sürdürülebilirliğine katkıda bulunurken aynı zamanda yeni âşıkların yetişmesine de olanak tanır (Ertürk, 2021). Dijitalleşme süreci, âşıklık geleneği için yeni fırsatlar yaratmaktadır. YouTube, sosyal medya ve çevrim içi müzik platformları, âşıkların eserlerini geniş kitlelerle buluşturarak dijital koruma ortamı sağlamaktadır. Ayrıca belgesel ve animasyon gibi medya projeleriyle geleneğin görünürlüğü artırılabilir (Ertürk, 2021).

Âşıklık geleneği, Türk kültürünün temel taşlarından biri olarak hem korunması hem de turizmle entegre edilmesi gereken bir değerdir. Geleneğin sürdürülebilirliğini sağlamak için şu öneriler geliştirilmiştir:

1. **Eğitim ve Aktarım:** Âşıklık geleneği okul müfredatlarına entegre edilmeli; ilköğretimden üniversiteye kadar farklı düzeylerde ders, seminer ve atölyeler düzenlenmelidir.

2. **Ekonomik Destek:** Aşıklar devlet ve yerel yönetimler tarafından maddi olarak desteklenmeli; performanslarını sürdürebilmeleri için özel fonlar oluşturulmalıdır.
3. **Kültürel Rotalar:** Aşıkların yaşam öykülerine dayalı turistik rotalar oluşturulmalı; bu rotalarda rehberli turlar aracılığıyla âşık performansları sergilenmelidir.
4. **Dijital Arşiv:** Âşıkların eserleri dijital ortamlarda kayıt altına alınarak açık erişimli veri tabanlarında paylaşılmalıdır.
5. **Kamu-Özel Sektör İş Birliği:** Kültürel etkinliklerin sürekliliği için kamu kurumları ile özel sektör arasında iş birliği mekanizmaları oluşturulmalıdır (Yıldırım, 2015).

Bu öneriler doğrultusunda âşıklık geleneği, turizmin önemli bir bileşeni olarak hem kültürel mirasın korunmasına katkı sağlayacak hem de yerel ekonomilere sürdürülebilir fayda sunacaktır.

Anahtar Sözcükler: Aşıklık geleneği, kültürel miras, sürdürülebilirlik

Kaynakça

- Albayrak, M. (2007). Türk Halk Şiiri Üzerine İncelemeler. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Artun, E. (2001). Aşıklık Geleneği ve Âşık Edebiyatı. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Briggs, A. (2007). Kültür (Çev. S. Kebeli). Millî Folklor, 74, 99–103.
- D’eramo, M. (2014). UNESCOcide. New Left Review, 88, 47–53.
- Düzgün, D. (2009). Âşıklık Geleneğinin Değişim ve Dönüşüm Sürecinde Barış Manço Olgusu. Millî Folklor, 84, 42–50.
- Ergun, S. (2002). Türk Halk Edebiyatında Âşıklık Geleneği. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Ertürk, Z. (2021). Dijital Çağda Kültürel Miras ve Tanıtım Stratejileri. Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Fedakar, S. & Duranlı, M. (2022). Türk Kültüründe Geleneksel Sanatın Günümüzdeki Yansımaları. Ege Üniversitesi Yayınları.
- Kabaklı, A. (2008). Âşık Edebiyatı. İstanbul: Türk Edebiyatı Vakfı Yayınları.
- Kaya, D. (2001). Âşıklık geleneğinin geleceği ile ilgili düşünceler ve yapılması gerekenler. Millî Folklor, 7(52), 87–92.
- Köprülü, M. F. (2004). Edebiyat Araştırmaları I. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Öger, M. (2010). Âşıklık Geleneğinde Değişim Süreci. Millî Folklor, 86, 1755–1756.
- Özdemir, N. (2012). Âşıklık Geleneği ve Seyahat/Göç: Âşık Şenlik Örneği. Kafkas Üniversitesi Âşık Şenlik Sempozyumu (25–27 Mart).

- Özünel, E. Ö. (2019). Geleneğin Geleceği: Somut Olmayan Kültürel Miras Unsuru Olarak Âşıklık. AHBV Edebiyat Fakültesi Dergisi, 1, 39–45.
- Smith, M. (2009). Issues in Cultural Tourism Studies. London: Routledge.
- Yardımcı, M. (1999). Başlangıcından Günümüze Halk Şiiri – Âşık ve Tekke Şiiri. Ankara: Ürün Yayınları.
- Yıldırım, A. (2015). Kültürel Miras ve Sürdürülebilirlik: Âşıklık Geleneği. İstanbul: İletişim Yayınları.

Beş Bin Yıldır Süren Kültür: Tandır

*Mehmet Fatih PULLU¹**

¹Sanat Tarihci
Bağımsız Araştırmacı

Özet

Yapılan araştırmalar ve arkeolojik kazılar sonucunda tandırın bir çok medeniyet tarafından kullanıldığı anlaşılmaktadır. Tandır ilk olarak neolitik devrim ile başlayan yerleşme konutlaşma türü içinde pişirme ve ısınma fonksiyonları olarak kullanılmıştır. Tandır kullanım amacına göre taşınabilir veya duvara bitişik yapıldığı görülmektedir. Arkeolojik verilerde Çatalhöyükte kare, dikdörtgen veya yuvarlak biçimli, kültepede at nalı şeklindeki iç içe geçmiş Norsuntepede U biçimli ; Hitit mimarisinde duvara dayalı yuvarlak veya dikdörtgen şeklindedir.

Demir çağı ile birlikte tandır ve ocakların bölgesel olarak yaygınlaştığı görülür. Bu durum özellikle Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde hatta Suriye ve Filistin bölgelerinde demir çağı itibari ile tandırın yaygınlaştığını doğrular. Aynı şekilde Güneydoğuda yer alan Kenantepe’de de tandırın varlığı erken demir çağı taban kazısında görmekteyiz. Bu tandırın varlığı günümüzde hala devam etmektedir. Güneydoğu Anadolu Bölgesinde de tandırın ortaçağda oldukça yaygın olduğu görülür. Lidar höyükte en üstteki tabaka havalandırma delikleri olan tandır bulundurulmuştur. Diyarbakır kavuşan höyükün I. Yapı katında ortaçağa tarihlenen tandır ortaya çıkartılmıştır. Diyarbakır Salat camii yanı kazısında 2006 yılında yapılan çalışmada 60 adet tandır yapısı ortaya çıkmıştır. Yere kazılan çukurların dipleri ince çakıl taşlarıyla döşenmiştir ve ateş çukurları olarak da adlandırılmışlardır. Bunların kullanım amaçları hakkında kesin bir fikir söylenememesine karşın özellikle tandırın pişirme (ekmek pişirme) amaçlı olarak kullanıldığı düşünülmektedir. Bazı tandır yapıların diplerinde yanmış bitkilerin bulunması bu görüşü desteklemektedir. Ayrıca yerleşmede ki buluntular farklılık ve özgünlük açısından önemlidir.

İnsanoğlunun beslenme rutininde ekmek günümüzde olduğu gibi geçmişte de önemli bir yer tutmaktadır. Temel besin maddelerinden biri olan ekmek eski çağlardan bu yana sıklıkla tüketilmektedir. Mayanın bulunması ile sindirimi daha kolay hale gelen söz konusu ürün içine farklı katkı maddeleri ile hemen her toplumun sofrasının baş tacıdır. Ekmek toplumların en yaygın şekilde ürettikleri aynı zamanda en eski fermente tahıl ürünlerinden biri olan besindir. Modern ekmek yapımının ise Mısırlılar tarafından gerçekleştirildiği ve nerdeyse bundan 3500 yıl öncesine dayandığı bilinmektedir. Eski Mısırlılar olası şekilde ekmek hamurunun uzun saatler bekletilmesinin ardından oluşan mayalanmayı gözlemleyerek fark eden ilk toplum olmuştur. Aynı zamanda ekmeğin Eski mısırlıların temel besin maddesi olduğu üstelik işçilere ödenmesi gereken ücret yerine verildiği de bilinmektedir. Tandır geleneğinin geniş bir coğrafyaya yayılarak Anadolu, İran, Kafkasya Azerbaycan Suriye , Irak Levant bölgeleri gibi tüm yakındoğuyu içine alan geniş bir kullanım alanı sergilediği bilinmektedir. Günümüzde Diyarbakır ve çevresinde hala aktif şekilde kullanılmaktadır. Ayrıca Diyarbakırda üretilen tandır bu işle meşgul olanlara geçim kapısı olmaktadır. Ayrıca komşu illere pazarlanmakta ve kullanımının devamı sağlanmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Tandır, Tandır yapımı, Tandırın tarihçesi, Diyarbakır,,Ekmek ,Türkiye

Kaynakça

James Mellaar,” Çatalhöyük: Anadoluda bir Neolitik kent”,Yapı Kredi Yayınları ,İstanbul 2003, s,38-39

Hamit Zübeyir koşay - K, turfan “Erzurum Kzısı Raporu “ Belleten, Ankara 1959 s 349262

Bekir Özgür; “Eskiçağda Doğu Anadolu Medeniyetlerinde Tandır, Ocak kültürleri ve gelişimleri “EBYÜ Sosyal Bilimler Enstütüsü Tarih Anabili Dalı Yüksek lisan TEZİ 2019

Bekir Özgür; “Eskiçağda Doğu Anadolu Medeniyetlerinde Tandır, Ocak kültürleri ve gelişimleri “EBYÜ Sosyal Bilimler Enstütüsü Tarih Anabili Dalı Yüksek lisans,32 TEZİ 2019

Mehmet Yılmaz,” Başlangıçtan İlk Tunç Çağına Kadar Anadoluda Pişirme Geleneği” Çanakkale Üniversitesi 18 Mart Üniversitesi Sosyal bilimler Enstütüsü Yüksek Lisan Tezi 2012 s,49

Yerel Mirasın Sürdürülebilir Tanıtımı: Geleneksel Kavurganın Çeşitlendirilmesi ve Gastronomik Hediye Olarak Turizme Sunulması

Yaren BAYAR^{1*}, Zilan ARSLAN², Nursel ABA³, Osman KESKİN⁴

Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu/Gastronomi ve Mutfak Sanatları

Bitlis Eren Üniversitesi, Türkiye

¹yaren.bayar@gmail.com

ORCID: 0009-0004-2157-1803

Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu/Gastronomi ve Mutfak Sanatları

Bitlis Eren Üniversitesi, Türkiye

²zilanq121@gmail.com

ORCID: 0009-0002-0519-0926

Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu/Gastronomi ve Mutfak Sanatları

Bitlis Eren Üniversitesi, Türkiye

³nursellaba94@gmail.com

ORCID: 0009-0004-3970-765X

Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu/Gastronomi ve Mutfak Sanatları

Bitlis Eren Üniversitesi, Türkiye

⁴okeskin@beu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-9354-2065

Özet

Bu çalışma, Bitlis'in Ahlat ilçesine özgü geleneksel bir ürün olan kavurganın, yöresel kimliği korunarak modern gastronomi yaklaşımlarıyla yeniden yorumlanmasını ve gastronomik bir hediye ürünü olarak turizme kazandırılmasını amaçlamaktadır. Ahlat kavurgası, tahılın sütte bekletilip daha sonra kavrulmasıyla elde edilen, uzun ömürlü ve besin değeri yüksek bir üründür. Ahlat yöresinde geçmişte sık tercih edilen bir çerez olmasına rağmen, günümüzde hem üretimi hem de tüketimi azalmış, turizmle bütünleşememiştir. Ahlat'ın Yavaş Şehir (Cittaslow) unvanı, yöresel ürünlerin sürdürülebilir gastronomi politikalarıyla değerlendirilmesi için önemli bir fırsat sunmaktadır. Bu bağlamda proje, kavurganın kültürel miras niteliğini koruyarak, sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında yeniden ele alınmasını hedeflemektedir.

Yerel ürünlerin turizmle bütünleşmesi, kırsal kalkınma ve sürdürülebilir turizm politikalarının önemli bir bileşenidir (Şalvarcı & Sarı Gök, 2020). Özellikle gastronomi turizmi, yöresel ürünlerin ekonomik değer kazanmasını ve kültürel mirasın yaşatılmasını sağlar (Çağlı, 2012). Literatürde, geleneksel ürünlerin modern gastronomi teknikleriyle geliştirilmesine ve gastronomik

hediyeleşme kavramına yönelik sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Çelik, Yılmaz ve Ersoy (2020), yerel ürünlerin gastronomi turizminde kullanılmasının yaratıcı tariflerle desteklenmesi gerektiğini vurgulamıştır. Bu doğrultuda, kavurganın alternatif ve özellikle yerel malzemelerle çeşitlendirilmesi ve modern sunum biçimleriyle yeniden konumlandırılması, hem ürünün bilinirliğini artıracak hem de yerel ekonomiye katkı sağlayacaktır. Ayrıca, Çapar ve Yenipınar (2016), yöresel yiyeceklerin somut olmayan kültürel mirasın bir parçası olarak turizm endüstrisinde değerlendirilebileceğini belirtmiştir. Bu perspektif, çalışmanın kuramsal temelini oluşturmaktadır.

Araştırma nitel yöntem çerçevesinde yürütülmektedir. Nitel araştırmalar, toplumsal ve kültürel olguların anlamını derinlemesine inceleme olanağı sunar (Yıldırım & Şimşek, 1999; Karataş, 2015). Bu kapsamda, veri toplama sürecinde yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler ve katılımcı gözlem teknikleri kullanılmaktadır. Görüşmeler, Ahlat'ta yaşayan yerel üreticiler, gastronomi uzmanları, turizm işletmecileri ve bölgeyi ziyaret eden turistlerle gerçekleştirilecektir. Elde edilen veriler, içerik analizi yöntemiyle tematik olarak değerlendirilecektir (Toker, 2022).

Bu çalışma halen devam etmektedir. Araştırmanın uygulama aşamasında, kavurganın farklı ürünlerle (örneğin kayısı, çikolata vb.) geliştirilen alternatif prototiplerinin hazırlanması planlanmaktadır. Bu ürünlerin, Bitlis Eren Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümü Uygulama Mutfağı'nda geliştirilmesi ve ilerleyen süreçte duyuşal değerlendirme analizlerine tabi tutulması öngörülmektedir. Bu aşama, planlama sürecinde olup katılımcı beğenilerinin, tat, doku ve görünüm gibi duyuşal parametreler üzerinden incelenmesi hedeflenmektedir. Henüz analiz aşaması tamamlanmamış olmakla birlikte, ön gözlemler kavurganın alternatif malzemelerle yeniden yorumlanmasının hem ürün çeşitliliğini artırabileceğini hem de modern gastronomi sunumlarına uyulanabileceğini göstermektedir.

Elde edilecek sonuçların, kavurganın gastronomik hediyeleşme kültürü kapsamında değerlendirilmesine katkı sağlaması beklenmektedir. Çevre dostu ambalaj tasarımlarıyla hazırlanacak kavurğa paketlerinin Ahlat Selçuklu Mezarlığı gibi turistik bölgelerde satışa sunulması planlanmaktadır. Böylelikle, ürün hem yerel halkın katılımını destekleyecek hem de turistlere otantik bir deneyim sunarak Ahlat'ın gastronomi markalaşmasına katkıda bulunacaktır. Ayrıca, Ahlat'ın yavaş şehir kimliği, projenin sürdürülebilirlik ve yerel kalkınma ilkeleriyle bütünleşmesini desteklemektedir (Karatepe, 2021; Karadeniz, 2014).

Sonuç olarak, bu çalışma geleneksel bir ürünün modern gastronomi anlayışıyla yeniden yorumlanmasının, hem kültürel mirasın korunması hem de ekonomik değer yaratımı açısından önemli olduğunu göstermektedir. Kavurganın çeşitlendirilmesi, yöresel üretimin sürdürülebilir hale getirilmesi ve turizmle bütünleştirilmesi, Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları (SKA) ile doğrudan ilişkilidir. Çalışma, SKA 8 (İnsana Yakışır İş ve Ekonomik Büyüme), SKA 11 (Sürdürülebilir Şehirler ve Topluluklar) ve SKA 12 (Sorumlu Üretim ve Tüketim) hedeflerine katkı sağlayacak niteliktedir. Bu yönüyle proje, Ahlat'ın gastronomik kimliğini güçlendiren, yerel kalkınmayı destekleyen ve geleneksel ürünlerin geleceğe taşınmasını hedefleyen özgün bir model ortaya koymaktadır.

Anahtar Sözcükler: Kavurğa, Yöresel ürün geliştirme, Gastronomik hediyeleşme, Gastronomi turizmi, Ahlat

Kaynakça

- Bozok, D., & Kahraman, K. (2015). Kırsal turizmde yöresel yemek kültürünün rolü: Balıkesir. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 5(1), 85–90.
- Çapar, G., & Yenipınar, U. (2016). Somut olmayan kültürel miras kaynağı olarak yöresel yiyeceklerin turizm endüstrisinde kullanılması. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 4(Special Issue 1), 100–115.
- Çağlı, I. B. (2012). *Türkiye'de yerel kültürün turizm odaklı kalkınmadaki rolü: Gastronomi turizmi örneği*.
- Çelik, M., Yılmaz, S., & Ersoy, A. (2020). Yerel ürünlerin gastronomi turizminde kullanımı: Yaratıcı tariflerin geliştirilmesi. *Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(2), 134–148.
- Karadeniz, C. B. (2014). Sürdürülebilir turizm bağlamında sakin şehir Perşembe. *Journal of International Social Research*, 7(29).
- Karataş, Z. (2015). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62–80.
- Karatepe, B. (2021). *Cittaslow hareketi ve yöresel gastronomik ürünlerin sürdürülebilirliği: Seferihisar örneği* (Master's thesis, Pamukkale Üniversitesi).
- Şalvarcı, S., & Sarı Gök, H. (2020). Turizmde kırsal kalkınma aracı olarak gastronomi turizmi: Samandağ gastronomi köyü örneği. *Journal of International Social Research*, 13(73).
- Toker, A. (2022). Sosyal bilimlerde nitel veri analizi için bir kılavuz. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (51), 319–345.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (1999). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (11. baskı). Seçkin Yayıncılık.

Teşekkür

Bu çalışma, TÜBİTAK 2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destekleme Programı kapsamında 1919B012465351 numaralı proje olarak desteklenmiştir.

Gastronomi; Barışın Sofrası Olabilir mi?

Sedat ÇELİK^{1*}

Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu/Turizm İşletmeciliği
Şırnak Üniversitesi, Türkiye
s.celik@sirnak.edu.tr

ORCID: 0000-0002-4541-6355

Özet

Yeme-içme olgusu insan için hayati bir önem taşımakla birlikte yeme-içmeye bakış açısının son dönemlerde değiştiği görülmektedir. Önceden karın doyurma veya beslenme ihtiyacını gideren yeme-içme, günümüzde sosyalleşme aracı, haz duygusunu giderme vb. farklı amaçları da barındırmaktadır. Özellikle yeme-içmenin ve gıdanın gittikçe önemli hale geldiği günümüzde gastronominin önemi de artmaktadır. Gastronomiyi sadece yeme içmenin üretilmesi değil, aynı zamanda kültürel mirasın aktarımı, sağlıklı beslenme, ekonomik getiri, toplumsal dayanışmayı sağlayan sosyal psikolojik bir araç ve uluslararası ilişkilerde yumuşak bir güç olarak ele almak mümkündür. Bu çalışmada derleme tekniği kullanılarak gastronominin toplumlar ve ülkeler arasında barışı inşaa etme sürecinde nasıl bir rol oynayabileceği araştırılmıştır. Araştırma sonucunda gastronomi ve barış ilişkisinin; gastronominin kültürel bir kimlik inşaa etmesi, uluslararası ilişkilerde yumuşak bir güç (Hussin, 2018) ve diplomatik bir araç olması (gastrodiplomasi) (Morgan, 2012), topluma dokunan yönleri ile sosyal bir olgu olması (sosyal gastronomi) (King, 2025) toplumsal etkileşime katkı sunması öngörülmektedir. Ayrıca gıda krizleri, kültürün ticarileştirilmesi, ekonomik eşitsizliği artırması gibi nedenlerle de çatışma ortamı doğurabileceği literatürde tartışılmaktadır. Özellikle farklı mutfak kültürlerinin tanıtılmasına, yemek ve gıda yardımlarına, dezavantajlı grupların yeme-içme üretimine katılımına, tarımsal üretim ve sosyal bütünleşmeye katkı sunan gastronomi; bunun yanında sınıfsal bir ayrışmaya, özgünlüğün yok edilmesine ve kültür emperyalizmine hizmet edebilmektedir. Dolayısı ile gastronominin barışı üretme potansiyeli olmakla birlikte, gastronomik unsurların(yeme-içme, etkinlik, üretim vs.) bunun kim(ler) adına, niçin ve kime/neye hizmet için üretildiği önem taşımaktadır. Bu noktada özellikle dezavantajlı grupların toplumla entegrasyonu için gastronomi alanında üretim işletmeleri kurulabilir. Uluslararası düzeyde gıda üretimi konusunda markalaşmaya gidilerek ülke imajının geliştirilmesi ile ülke ile ilgili olumsuz tutumların azaltılması ve tutumların daha olumlu hale evrilmesi sağlanabilir. Gastronomik unsurlar birer kültürel kimlik olarak korunarak ve bilinirliği artırılarak gelecek nesillere aktarımları sağlanabilir. Ulusal/Uluslararası düzeyde çatışmalı olan toplumlar bir sofraya etrafında buluşarak birbirlerini anlama ve çatışmaları azaltma yollarını konuşabilir ve başarı elde edebilirler.

Anahtar Sözcükler: Gastronomi, Toplumsal Barış, Yumuşak Güç, Gastrodiplomasi, Sofra

Kaynakça

- Hussin, H. (2018). Gastronomy, tourism, and the soft power of Malaysia. *Sage Open*, 8(4), 2158244018809211.
- King, E. (2025). Hypotheses on food and peace: five ways to use social gastronomy for peacebuilding. *Nationalism and Ethnic Politics*, 31(2), 276-294.
- Morgan, L. (2012). Diplomatic gastronomy: style and power at the table. *Food and Foodways*, 20(2), 146-166.

Examining The Role of Foreign Language Education in the Development of Professional and Cultural Competencies of Gastronomy Tourism Students

Mehmet Veysi BABAYİĞİT^{1*}, Meryem AKÇAYOĞLU²

School of Foreign Languages, Department of Foreign Languages
Batman University, Türkiye

¹ m.veysi.babayigit@gmail.com

ORCID: 0000-0003-4136-7434

Faculty of Arts and Sciences, Department of Translation and Interpreting
Mardin Artuklu University, Türkiye

² meryemakcayoglu@artuklu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-4761-4160.

Abstract

Contemporary approaches to foreign language education not only lay the groundwork for understanding diverse cultures and lifestyles and fostering intercultural communication, but also provide opportunities for employment, international study, and travel (Hubackova, 2016). In this context, in a globalizing world, foreign language education not only develops communication skills but also enhances individuals' cultural competence, enabling effective interaction with diverse cultures. Although gastronomy tourism is defined as a type of travel aimed at experiencing the culinary culture of a destination, the development of students' cultural competence skills is critical for making this experience effective and meaningful (Kurnaz, 2024). Also, gastronomy tourism offers local culinary experiences and provides opportunities for deeper engagement with local traditions, economic structures, and identities. It is also a dynamic form of cultural tourism with the potential to contribute to the United Nations Sustainable Development Goals within the principles of sustainable development, thereby offering strategic opportunities for policymakers, educators, and tourism planners (Kök et al., 2021).

Therefore, it is of great significance for students to grasp different cultures, overcome prejudices and stereotypes, and develop the ability to empathize (Küçükkömürler et al., 2019). In this process, foreign language education emerges as a fundamental tool for acquiring intercultural communication skills, enabling students to engage in more conscious and effective cultural interactions. Gastronomy tourism, as a form of travel focused on experiencing and tasting local culinary culture, renders the development of foreign language proficiency and professional competencies a basic requirement. Through effective communication skills, students are able to interact with local communities, gain a deeper understanding of cultural and culinary values, and,

within the framework of sustainable and responsible gastronomy tourism policies, support local producers, contribute to diversity, responsible consumption, and economic development, thereby strengthening the region's cultural heritage (Mwangi & Mwalongo, 2023; Yılmaz & Akay, 2025). In this regard, the role of foreign language education in the development of gastronomy tourism students' professional and cultural competencies represents a crucial factor that should be considered in educational policies and curriculum development processes. Moreover, foreign language education and multilingualism not only enhance students' cultural and communicative skills but also strengthen critical thinking, creative thinking, and analytical abilities, enabling more conscious and effective communication in intercultural and tourism contexts.

The current study was designed as qualitative research to examine the role of foreign language education in the development of professional and cultural competencies of gastronomy tourism students. Within the scope of the research, several articles providing directly relevant and academically sufficient findings were analysed through a document analysis framework. Data collection focused on keywords such as "foreign language education," "gastronomy tourism," "professional competence," and "cultural competence." Based on the examined publications, the contribution of foreign language education to students' professional knowledge and skills as well as their cultural competence, the methodologies employed, the themes emphasized, and the findings reported were evaluated. During the analysis process, the contents of the articles were systematically examined, common themes and trends were identified, and the findings were interpreted regarding qualitative data. This approach allowed for an in-depth understanding of the current state of the literature and provided a more comprehensive perspective on the professional and cultural impacts of foreign language education within the context of gastronomy tourism.

The findings of the present study indicate that foreign language competence plays a central role in the development of professional and cultural competencies of gastronomy and tourism students. The reviewed articles and curriculum analyses demonstrate that the emphasis placed on foreign language education is a decisive factor in the processes of professionalization. In this context, foreign language competence is regarded as a critical component that enhances students' competitiveness in the international labour market and strengthens their communication skills. Furthermore, the findings posit that, for students enrolled in gastronomy programs, foreign language functions not only as a tool for linguistic proficiency but also as a fundamental means for developing intercultural communication, persuasion, negotiation, self-expression, and other interpersonal interaction skills. It is further understood that foreign language education is essential for enabling students to interact effectively and consciously with diverse cultures, perform professional tasks efficiently, and improve service quality. Analyses reveal that foreign language instruction is integrated with professionally oriented courses in the curriculum, systematically supporting communication and intercultural competencies, thereby facilitating the simultaneous development of both professional and cultural competencies. Consequently, the role of foreign language education in the professionalization process emerges as a critical factor in helping students adapt to the global work environment and enhance their professional performance.

Keywords: Foreign language education, Gastronomy tourism, Professional competence, Cultural competence, Intercultural communication.

References

- Hubackova, S. (2016). The importance of foreign language education. *New Trends and Issues Proceedings on Humanities and Social Sciences*, 2(5), 98-101.
- Kök, A., Karahan, S., Kurnaz, H. A., & Kurnaz, A. (2021). Turizm rehberliği öğrencilerinin gastronomi rehberliğine bakış açısı. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 4(1), 1-18.
- Kurnaz, H. A. (2024). Gastronomi rehberliği. *Anatolia: Turizm araştırmaları dergisi*, 35(1), 129-132.
- Küçükkömürler, S., Şırvan, N. B., & Sezgin, A. C. (2018). Dünyada ve Türkiye’de gastronomi turizmi. *Uluslararası Turizm Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(2), 78-85.
- Mwangi, G., & Mwalongo, J. (2023). Exploring the role of communication in enhancing the gastronomic tourism experience. *Journal of Digital Marketing and Communication*, 3(1), 28-35.
- Yılmaz, B., & Akay, E. (2025). A Recipe for Success: The Benefits of CLIL in Gastronomy and Culinary Arts Education. *Technoarete Transactions on Language and Linguistics*, 4(1).

Gastronomic Lexicon Across Time: A Historical and Linguistic Analysis

Mehmet Veysi BABAYİĞİT^{1*}, İhsan PİLATİN²

School of Foreign Languages, Department of Foreign Languages

Batman University, Türkiye

¹ m.veysi.babayigit@gmail.com

ORCID: 0000-0003-4136-7434

Social Sciences Institute, History Department

Harran University, Türkiye

² nasuhiplatin9@gmail.com

ORCID: 0000-0002-5744-1849

Abstract

Throughout history, one of the most fundamental concerns of humankind has been “nourishment”. Over time, societies have developed distinctive culinary traditions and food cultures, each creating their own vocabulary and terminology in this domain. As societies interacted throughout history for various reasons, gastronomic language transmission occurred alongside culinary exchanges (Faber & Vidal Claramonte, 2017). The historical development of gastronomy offers a unique perspective for analysing linguistic evolution, reflecting patterns of cultural interaction, social structures, and historical transformation within human civilizations (Gillespie & Cousins, 2012). Countries situated along the crossroads of different human communities have often been the regions where gastronomic cultures and linguistic exchanges reached their peak, contributing significantly to the transmission and development of gastronomic terminology, with Anatolia standing out as one of the most remarkable examples (Şat, Sezen, & Doğdubay, 2023). The present study examines the evolution of culinary terminology, gastronomic expressions, and food-related narratives across various historical periods and linguistic contexts. Beginning with the earliest documented food-centred vocabularies of ancient civilizations such as Mesopotamia, Egypt, and Greece, the research traces the development of specialized culinary terms shaped by factors such as trade, migration, and imperial expansion (Gillespie & Cousins, 2012). During the medieval and early modern periods, the interaction among Arabic, Persian, and European languages fostered the creation of a rich and fluid culinary lexicon that transcended regional boundaries (Newman, 2024). Furthermore, the study explores the impact of colonialism and globalization on the language of cuisine, emphasizing the emergence of hybrid expressions and the transformation of food identities. In contemporary times, the widespread influence of media, tourism, and digital communication has accelerated linguistic innovation in gastronomy, contributing to the creation of a global culinary vocabulary that merges authenticity with adaptation (Kerubo, 2024).

The current study adopts a qualitative research design to explore the historical development of language within the field of gastronomy. The primary method applied is historical document analysis, through which cookbooks, recipe collections, and culinary lexicons belonging to civilizations that cultivated advanced cultural traditions across different historical periods were systematically examined (Faber & Vidal Claramonte, 2017; Gillespie & Cousins, 2012). Additionally, a comparative linguistic analysis was conducted to trace the evolution and intercultural transmission of gastronomic terminology throughout time (Norenzayan, 2024). The study also analyses the transformation of modern gastronomic language and terminology shaped by globalization and media, using contemporary culinary literature and digital sources (Culinary Institute of America, 2020). This multi-method approach provides a comprehensive and integrative perspective on the evolution of gastronomic language across both historical and modern contexts.

The investigation on language development throughout the history of gastronomy provides significant contributions to both historical and linguistic disciplines. The historical evolution of culinary terminology serves as a valuable tool for understanding cultural interactions, migration patterns, and commercial relations among different societies (Faber & Vidal Claramonte, 2017). Besides, gastronomic language functions as a cultural indicator reflecting the social structures and identities of communities, thereby observing the linguistic and cultural transformation processes (Norenzayan, 2024). Through comparative linguistic analyses, similarities and differences among culinary terms across different periods can be identified, providing tangible evidence of intercultural exchanges (Gillespie & Cousins, 2012). In the modern era, the globalization of gastronomic language, driven by media, tourism, and digital communication, introduces new perspectives to the literature on linguistic adaptation and hybridization processes (Culinary Institute of America, 2020). In this context, the historical analysis of gastronomic language offers unique insights and original contributions to both linguistic and cultural studies. Ultimately, this study argues that the historical development of gastronomic language not only mirrors the transformation of taste and culture but also serves as an archive of intercultural interaction and linguistic creativity.

Keywords: Gastronomy, Language development, Culinary terminology, Linguistic change, Cultural change.

References

- Çakıcı, S., Mercan, O., Moumin, E., Sünnetçioğlu, S. (2020). Profesyonel Mutfaklarda Kullanılan Dil, Yabancı Terimler ve Türkçe Kullanımı Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 127-142. <https://doi.org/10.37847/tdtad.780048>
- Culinary Institute of America. (2020). *The Professional Chef*. 10th Edition. Wiley.
- Faber, P., & Vidal Claramonte, M. C. (2017). "Food terminology as a system of cultural communication: Expressing sensory experience in several languages." *Terminology*, 23(1), 107-130.
- Fitrisia, D., Sibarani, R., & Ritonga, M. U. (2018). *Traditional food in the perspective of culinary linguistics*. *All Subject Journal*, 5(2), 24–27.

- Gerhardt, C. (2013). Food and language–language and food. In *Culinary Linguistics: The chef's special* (pp. 3-50). John Benjamins Publishing Company.
- Gillespie, C., & Cousins, J. (2012). *European Gastronomy into the 21st Century*. Routledge.
- Kerubo, K (2024). The Impact of Globalization on Cultural Identity. *International Journal of Philosophy*.3(4):58-72. DOI:10.47941/ijp.2097.
- Newman, D. (2024). Food in the Medieval Islamic World (9th–15th Centuries). Oxford Research Encyclopedia of Food Studies. Retrieved 15 Oct. 2025, from <https://oxfordre.com/foodstudies/view/10.1093/acrefore/9780197762530.001.0001/acrefore-9780197762530-e-7>.
- Norenzayan, A. (2024). *The intersection of culture and cuisine: How food shapes our identity*. University of British Columbia.
- Şat, R., Sezen, T. S., & Doğdubay, M. (2023). Türkiye’de Gastronomi Eğitiminin Tarihi ve Gelişimi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 34(3), 318-334. <https://doi.org/10.17123/atad.1316644>

Coğrafi İşaretli Karacadağ Pirincinin Diyarbakır Mutfak Kültüründeki Öneminin Değerlendirilmesi

Şervan Kemal UZUN^{1*}, Serkan YIĞIT²

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü/Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye

¹servankmluzun@gmail.com

ORCID: 0009-0005-4228-6224

Turizm Fakültesi/ Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye

²serkanyigit@artuklu.edu.tr

ORCID: 0000-0003-1284-7236

Özet

Bölgesel kimliğin ve kültürel sürdürülebilirlik için araç olan coğrafi işaretli değerler, hem sosyo-ekonomik gelişme hem de kültürel tanıtım için büyük bir olanak sunmaktadır. Çalışmamızda, coğrafi işaretli ürünlerin genel nitelikleri ve bölgesel gelişmedeki rolü ele alınarak, Karacadağ pirinci kapsamında Diyarbakır mutfak kültürüne olan katkıları araştırılmıştır. Karacadağ pirinci, sadece besin değeri ve lezzetiyle değil, bununla birlikte yöresel yemeklerdeki kullanımıyla da dikkat çeken bir üründür. Diyarbakır mutfağının geleneksel dokusu içerisinde büyük değere sahip olan bu ürün, bölgenin gastronomi turizmi yönünden de değerlendirilmesi gereken bir değerdir. Çalışmanın sonucunda, Karacadağ pirincinin görünürlüğünün artırılması için reklam ve tanıtım etkinlikleri, üreticiye yönelik eğitimler, okullarda öğrencilere yönelik müfredat çalışmaları, yerel medyadan destek vurgulanmıştır. Bu doğrultuda, coğrafi işaretli değerlerin yalnızca ekonomik bir meta değil, bununla birlikte kültürel bir değer olduğu fikri vurgulanmıştır.

Anahtar Sözcükler: Coğrafi işaret, Diyarbakır mutfak kültürü, Karacadağ pirinci

Giriş

Coğrafi işaret, ürünün ait olduğu yöreyi, ürüne özgü niteliklerini coğrafi kökeni arasındaki bağı tanımlayan ve güvence altında tutan kalite işaretidir. Coğrafi teciller sayesinde; ürünün kalite seviyesi, geleneksel üretim şekli, yöresel maddeleri ve mahalli niteliklerine bağlı olarak popülerliğini kazanmış ürünlerin korunmasını desteklemektedir (TPE,2018). Bu doğrultuda, coğrafi işaretli ürünler kültürel kimliği sağlamlaştırma ve bölgesel mutfaklarla birleşen yönleriyle, özellikle köklü gastronomi geçmişine sahip şehirler açısından önemli avantajlar sunmaktadır. Bu şehirlerden biri de Diyarbakır'dır.

Geçmiş tarihiyle ve özgün kültürel dokusuyla gözleri üstüne çeken Diyarbakır'ın, zengin yönünü mutfak kültürüne de yansıttığı görülmektedir. Diyarbakır'a özgü yemek çeşitliliği, farklı yöresel lezzetleri deneyimlemek isteyen gastronomi turistleri için cazip deneyimler alanı sunmaktadır. Bölgeye ait yemekler, yörenin gastronomi turizmine olan katkısını arttırabilecek potansiyele sahiptir. Diyarbakır geçmişiyle, doğallığıyla ve kültürel varlıklarının yanında, coğrafi işaret alma pek çok gastronomik ürünle öne çıkmaktadır. Zahmet gerektiren yöresel lezzetleri, baharatlı ve yoğun lezzetleriyle Diyarbakır mutfağı, şehrin tanıtımı ve pazarlanması yönünden önemli bir değerdir ve bölgesel turizme katkı sağlayabilecek güçtedir (Özkanlı ve İşler, 2018).

Yukarıda genel hatlarıyla ele alınan coğrafi işaret kavramı ve Diyarbakır mutfağının özgün yapısı dikkate alındığında, bu bağlamın somut bir örneği olarak Karacadağ pirinci üzerine odaklanmak anlamlı olacaktır. Diyarbakır Karacadağ pirinci, uzunluk olarak 6-7 mm genişlik olarak ve 4-5 mm, taneleri orta büyüklüğe sahip, açık sarı ve dore kahverengi kavuzlu bir pirinç türüdür. Oryza sativa L. cinsine ait olup, 140-150 günlük bir bitki örtüsü gelişimine sahiptir. Karacadağ pirinci diğer cinslerden ayıran en temel fark, çevrenin volkanik kaynaklı, kahverengi-kırmızı taşlı ve derin taş tabakalarından oluşan zemin yapısına ve özgün sulama şartlarına adapta olmasıdır. Karacadağ'da pirinç üretim alanları, zemindeki taşların kısmen arındırılarak hazırlanır. Bu benzersiz yetiştirme şartları sayesinde Karacadağ Pirinci, kendine has aroma ve tadıyla Diyarbakır mutfağının en kıymetli öğelerinden biri haline olmuştur (Diyarbakır Valiliği, 2021).

Literatür Taraması

Coğrafi İşaret

Yöresel ürünlerin yalnızca o bölgeye özgü nitelikler barındırdığını belirten ad ve işaretler, coğrafi işaretler olarak bilinir. Bu özellikler, ürünün seçici özellikleridir. Belirli bir bölgede imal edilen bir ürün, bu yöreden kaynaklanan belirli nitelikler aracılığıyla diğer yerlerde yetiştirilen ürünlerden farklı kılan bir özellik olarak bilinir (Karaca, 2016). Ürünler, köklerine göre 'mahreç' ve 'menşe' adı verilen iki ayrı kategoride korunur. Korumanın uygulanabilmesi için ürünün, sınırları kesin olarak belirlenmiş bir bölge veya yöreye ait olması ve o bölgeye özgü karakteristik özellikler taşıması gerekir, popülerliği veya diğer karakteristik özellikleri nedeniyle belirli bir yöre alan veya bölge ile bütünleşen ürünün üretimi işlenmesi veya diğer işlemlerinden en az biri söz konusu bölge sınırları içinde tamamlandığında bu durum mahreç olarak tanımlanır. Bölgesel sınırlar belirlenmiş yöresel, bölgesel veya çok özel durumlarda ulusal kökenli olması bir ürünün bütün temel karakterlerini, ait olduğu çevrenin beşeri ve doğal unsurlarından kaynaklı üretiminin, işlenmesinin ve bütün aşamalarının hepsinin o bölge içinde gerçekleştirmesi durumuna menşe denir. Bu tür işaretlerin bir yöreye has yerel ürünlerde kullanımı, yöresel ürünlerin kimliğini ve özgünlüğünü koruma altına alır. Yerel ürünlerin unutulmasının önüne geçmek için coğrafi işaretleme kullanılabilir (TPE, 2019). Yerel değerlerin dünyayla buluşması olarak öne çıkan coğrafi işaret, yerel ürünleri korumak ve gelecek nesillere aktarmaktır (Hazarhun ve Tepeci, 2018). Bu, ürünün doğduğu bölgeye ve ürünün kökenine önemini arttıran ve dünya çapında benimsenen bir yaklaşımdır (Suna ve Uçuk, 2018). Bu yöntemde, sınavi mülkiyet hakları, bölgenin ürününü destekleyen ya da kalitesini, tanınmış olması ve diğer özellikleri sayesinde ait olduğu bölgeyi temsil eder (Kan ve Gülçubuk, 2008).

Yöresel malların ve hizmetlerin turistik imajının oluşturulmasında önemli bir rol oynayan coğrafi işaret, yerel ekonomiye katkıda bulunur (Polat, 2017). Ürünlerin benzersiz özellikleri sayesinde yerel ekonomiyi canlandırmak, üreticilerin ve tüketicilerin haklarını korumak ve bölgede üretilen ürünlerin kalitesini korumaktır (Kan, Gülçubuk ve Küçükçongar, 2012). İlgi ve talebin

fazlalaşmasıyla beraber, millî ve kültürel değerlerin tanıtımı ve korunması sağlanmakta, kırsal kalkınma, yöresel kurumsallaşma ve kalite muhafazası gibi çeşitli kazanımlar elde edilmektedir (Polat Üzümcü, Alyakut ve Akpulat, 2017). Korunan ürünlerin kalitesi, yörede mahsullerin telef olmasının önlenmesinde ve köylerden kente göçün önlenmesinde faydalı olmaktadır. Bunun yanı sıra, geleneksel özelliklere sahip ürünlerin sürekliliği sağlanarak hatalı üretim ve haksız kazançlar önlenabilir (Doğan, 2015).

Diyarbakır Mutfak Kültürü

Diyarbakır şehri Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu bölgesinde bulunan bir şehirdir. Diyarbakır Mezopotamya bölgesinin önemli bir şehridir. Bereketli Hilâl sınırlarında olan bu şehir Mezopotamyanın kuzeyinde yer almaktadır. Tarih boyunca Dicle ve Fırat Nehirlerinin sunduğu verimli topraklara sahip olmuştur. Diyarbakır, ilk yerleşim dönemine ait Hallam Çayı, Çayönü, Demirci Höyük ve Körtik Tepe'yi tarihi yerleşim alanlarını kapsamaktadır (Ateş, 2021). Bu nedenle köklü bir tarihe sahiptir. Diyarbakır'a geçmişte egemen olanlar; Asur, Urartu, İskit, Med, Pers, Selevkosv ve Part uygarlıkları ile Büyük İskender, Roma, Bizans egemenlikleri ve Osmanlılar yer almaktadır. Diyarbakır şehrine egemenlik yapan bu miktarda devletin olması, yörede yaşayan milletlerinde çok çeşiti olmasını sonuç olarak ortaya çıkmıştır. Yüzyıllardır Diyarbakır'da Türk, Kürt, Ermeni, Arap, Süryani ve Zaza birçok halk birlikte yaşamaktadır. Diyarbakır'ın etnik zenginliğine etkili bir nedendir.

Diyarbakır'ın verimli topraklara sahip olmasının sebebi bulunduğu coğrafi mevki ve iklim özellikleridir. Geçmişten bugüne verimli topraklara sahip olan ve şehirde devamlı güneş ışıkları sayesinde pek çok ürünün tarımı yapılmaktadır. Bu durum, şehrin özgün bir gastronomi kültürüne sahip olmasına olanak tanımıştır. Kentin antik ve kültürel kökenli çeşitliliği mutfak kültürüne de etkisini göstermiştir. Diyarbakır'da, Rum, Süryani, Kürt, Zaza, Türk ve Ermeni mutfağına ait çok çeşitli kültürlerin karışımını içerir. Yemekler bazen aynı isimlerle, bazen de farklı isimlerle yapılır. Örneğin, Diyarbakır mutfağında İrana özgü yemekler "tar halva", "helva", Arap kültürüne özgü yemekler "kousa mihshi bi laban" ve Diyarbakır'a ait mutfakta Ermenilerin "bdug" yemeğine "meftûne", "zadig çöreği", "bayram çöreği" denir (Öcal, 2019).

Tarım ve ticaret şehri olan Diyarbakır tarih boyunca İpek Yolu ve farklı ticaret koridorlarının kavşak noktasıdır. Hayvancılık olarak kuzu yaygın olarak beslendiği için, hayvansal yemeklerde kuzu eti önceliklidir. Yörede sakatat kullanımı yaygın olup, Diyarbakır ile bütünleşen ciğer yoğun şekilde tercih edilmektedir. Baklagil yemekleri arasında buğday ve pirinç sıkça tüketilir. Et yemekleri bölgede çok yaygın olsa da sebze ve meyve yemekleri de çok yaygındır. Diyarbakır halkı sıklıkla etli sebze yemekleri yapar ve zaman zaman yemeklerde sebze yerine meyve tercih edilebilmektedir (Özyılmaz & Akın, 2014). En çok tüketilen sebze ve meyveler arasında 'elma, nar, erik, , çağla, ayva, biber, soğan, havuç, domates, , taze yeşil fasulye, kabak, salatalık, bamya, patates ve patlıcan' yer almaktadır.

Kentin benzersiz ve öteki yerlerde pek bilinmeyen malzemeleri vardır. Urum dutu, kara dut, kıttı, kırmızı havuç, uçkun, Hasso Çerko kavun, Azizo, Sımmaki kavunu dutu cinsi olarak şire bunlardan bazılarıdır. "Glee-Sade Yağ", kazeini alınmış tereyağı olarak kullanılır. Diyarbakır'da üretimi yapılan peynirler erimiş peynir, otlu peynir, salamura, biberli ve çörek otlu peynir, çeşitleri öne çıkan ürünlerindendir. Diyarbakır'a has ekmek çeşitleri arasında Diyarbakır çöreği, tandır, çakıl, lavaş, bulgur, yağlı, bol baharatlı ve kıkırdaklı ekmek yer alır (Yazıcıoğlu, 2014). Diyarbakır'da, ekmekler tandırda ve saç üstünde pişirilir (Özyılmaz & Akın, 2014).

Türkiye'nin birçok yöresinde hala sürdürülen kışa hazırlıklar (domates, turşu, pestil, sucuk, kavurma vb.) da Diyarbakır'da mevcudiyetini sürdürmektedir. Geçmişte yiyecekleri saklama koşulları oldukça zor ve meşakkatli bir işlemdi. Bundan ötürü çeşitli saklama biçimleri geliştirilmiştir. Bu seçenekler arasında en çok bilinen kurutma yöntemidir. Bu yöntem şu anda çeşitli bölgelerde olduğu gibi Diyarbakır'da da devam etmektedir. Diyarbakır yöresinde çeşitli sebze ve meyvelere kurutma işlemi uygulansa da çok tercih edilen yiyecek domatestir. Bu teknik, kışlık sebze, meyve hazırlamak ve saklamak için önemlidir. Aynı zamanda sosyolojik olarak yardımlaşma ve finansal faydayı karşılar. Bölge insanı kış için planlamalar yaparken ortak çalışmayla hareket eder. Salça, sebze ve meyveler yıkandıktan sonra kurulanıp evlerin damlarında kurutulmaya bırakılır (Akın, Aluclu & Özyılmaz, 2014).

Son dönemde “coğrafi işaret” terimi önem kazanmıştır. Başlangıçta 1994'te gündeme getirilen bu terim, önemi artmıştır. Ülkenin farklı bölgelerinde çok sayıda coğrafi işaretli ve tescilli ürün mevcuttur. Diyarbakır, yöresel ve coğrafi işaretli ürünler açısından zengin bir merkezdir. 2025 yılına ait güncel veriler değerlendirildiğinde, ilde toplam 49 Menşe ve Mahreç işaretli ürün mevcuttur. Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı Diyarbakır İl Müdürlüğünün paylaştığı veri tablosu:

Tablo 1: Diyarbakır İlinin Coğrafi İşaretli Ürünleri

No	Coğrafi İşaretin Adı	Tescil Tarihi	Türü	Ürün grubu	Başvuru Yapan/Tescil Ettiren
1	“Diyarbakır Armut Tatlısı”	11.10.2021	“Mahreç İşareti”	“Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
2	“Diyarbakır Ayvalı Kavurma”	7.06.2022	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
3	“Diyarbakır Ayvalı Köfte”	24.01.2022	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
4	“Diyarbakır Babaganuç”	9.12.2021	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
5	“Diyarbakır Badem Ezmesi / Diyarbakır Lebzüniyesi”	11.10.2021	“Mahreç İşareti”	“Çikolata, şekerleme ve türevi ürünler”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
6	“Diyarbakır Boğazkere Üzümlü”	10.03.2021	“Menşe Adı”	“İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
7	“Diyarbakır Burma Kadayıfı”	30.10.2017	“Mahreç İşareti”	“Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
8	“Diyarbakır Cimili”	28.06.2022	“Mahreç	“Fırıncılık ve	“Diyarbakır

	Tatlısı”		İşareti”	pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar”	Ticaret ve Sanayi Odası”
9	“Diyarbakır Ciğer Kebabı”	31.05.2022	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
10	“Diyarbakır Dalak Dolması”	11.10.2021	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
11	“Diyarbakır Duvaklı Pilavı”	7.06.2022	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
12	“Diyarbakır Ekşili Dolması”	24.01.2022	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
13	“Diyarbakır Erikli Yaz Türlüsü”	11.10.2021	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
14	“Diyarbakır Et Eşkenesi Yemeği”	11.01.2022	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
15	“Diyarbakır Gebol Yemeği”	7.06.2022	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
16	“Diyarbakır Gendüme Aşı”	11.05.2022	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
17	“Diyarbakır Habenisk Çorbası”	11.05.2022	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
18	“Diyarbakır Hedik Yemeği”	11.05.2022	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
19	“Diyarbakır Hırçikli Meftunesi”	20.01.2022	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
20	“Diyarbakır Kabak Meftunesi”	20.08.2021	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
21	“Diyarbakır Kaburga Dolması”	20.12.2021	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
22	“Diyarbakır Karpuzu”	6.04.2009	“Menşe Adı”	“İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi

				sebzeler ile mantarlar”	Odası”
23	“Diyarbakır Kemikli Kebabı”	28.06.2022	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
24	“Diyarbakır Kenger Boranisi”	20.08.2021	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
25	“Diyarbakır Kenger Meftunesi”	19.06.2023	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
26	“Diyarbakır Kengerli Bulgur Pilavı”	7.06.2022	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
27	“Diyarbakır Kibe Mumbar”	28.06.2022	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
28	“Diyarbakır Kulak Çorbası”	7.06.2022	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
29	“Diyarbakır Kuru Dolması”	20.08.2021	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
30	“Diyarbakır Kürt Mustafa Çorbası”	28.06.2022	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
31	“Diyarbakır Lebenisi”	11.10.2021	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
32	“Diyarbakır Mastava Aşı Yemeği”	11.10.2021	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
33	“Diyarbakır Meyir Çorbası”	11.10.2021	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
34	“Diyarbakır Nardan Aşı”	10.03.2022	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
35	“Diyarbakır Patlıcan Meftunesi”	7.06.2022	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
36	“Diyarbakır Patlıcanlı Kazan Kebabı”	7.06.2022	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”

					Odası”
37	“Diyarbakır Pencegoşt Pilavı”	11.05.2022	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
38	“Diyarbakır Perdeli Ciğer Kebabı”	28.06.2022	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
39	“Diyarbakır Simindirik Çorbası”	20.08.2021	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
40	“Diyarbakır Tavuk Eşkenesi”	20.08.2021	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
41	“Diyarbakır Tirit Yemeği”	20.08.2021	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
42	“Diyarbakır Örgü Peyniri”	22.02.2013	“Mahreç İşareti”	“Peynirler”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
43	“Diyarbakır Üsküre Kebabı / Diyarbakır Tas Kebabı”	20.08.2021	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
44	“Diyarbakır İncaz Hoşafı”	11.10.2021	“Mahreç İşareti”	“Diğer ürünler”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
45	“Diyarbakır İçli Köftesi”	20.08.2021	“Mahreç İşareti”	“Yemekler ve çorbalar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
46	“Diyarbakır Şehriyesi”	20.08.2021	“Mahreç İşareti”	“Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
47	“Diyarbakır Şırdanlı Bastırma”	4.10.2022	“Mahreç İşareti”	“İşlenmiş işlenmemiş et ürünleri”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
48	“Karacadağ Pirinci”	28.03.2018	“Menşe Adı”	“Diğer ürünler”	“Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası”
49	“Çermik Biberi”	12.04.2021	“Menşe Adı”	“İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar”	“Çermik Kaymakamlığı”

Kaynak: (Kültür ve Turizm Bakanlığı Diyarbakır İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2025).

Karacadağ Pirinci

Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin zirvesi olan Karacadağ, Diyarbakır ve Şanlıurfa hudutları içindedir. Ülkede, yüz ölçümü bakımından en yaygın zemine sahip pasif volkanik dağlardan biri olan Karacadağ, yayılmış lav örtüsüyle dikkat çeker. Günümüzde bu eski lav kalıntılarının güneydoğuda Diyarbakır şehir merkezinde bulunduğu, Dicle nehrinin batısında bulunan toplum içinde Fiskaya olarak tanınan bölgeden başlayarak, Şanlıurfa iline bağlı Siverek ilçesinin kuzeybatısında, Cuma Kalesi köyü çevresinden başlayarak, güneyde Viranşehir ve kuzeyde Diyarbakır'a bağlı Çermik ile Ergani ilçelerinin bazı bölgelerine kadar uzanan geniş bir alanı kapsamaktadır. Bölgenin en yüksek yükseltisi olan Karacadağ, aynı zamanda bu çevredeki akarsuların kaynağını oluşturan önemli bir doğal yükselti konumundadır. Mera alanlarıyla hayvancılık için elverişli ve aynı zamanda önemli pirinç üretim merkezidir (Erpolat, 2013).

Volkanik Karacadağ eteklerinde yetişen Karacadağ pirinç hasat sonrası tanede %13-15 arasında düşük bir nem düzeyine sahiptir. Karacadağ pirincinin görünüş, aroma ve lezzeti, bölge insanı tarafından en çok arzulanan çeşididir çünkü bölge halkının damak lezzetine hitap ediyor. Pirinç taneleri pişirilirken su çekme kapasitesi oldukça yüksektir ve lapalaşma ve yapışkanlık özelliği göstermez (TPE, 2019). Karacadağ bölgesi, organik tarım için uygun iklim ve toprak şartlarına barındıran, bilhassa pirinç üretimi öncelik olmak üzere çeşitli tarım ürününün yüksek verimle imal edilmesine zemin sunmaktadır. Yöreyle has Karacadağ pirinci, ülke genelinde yoğun ilgi görmekte ve yıllık olarak yaklaşık 10.000 dekar alanda yetiştirilmektedir.

Karacadağ'ın kaynaklarından gelen soğuk sularla üretilen çeltiklerin unutulmaması zorunlu ve kritik unsurlardan biri de şudur: Pirinç ekiminde ilk olarak küçükbaş sürülerinden süt alım işlemleri yoğunlukla pirinç ekilecek zeminde yapılır. Haftalar süren sağım dönemi süresince hayvanların dinlenme alanı da aynı zemin olduğu için, doğal olarak gübre toprağa karışır. Bu şekilde, bilinçli olarak hayvan sağımı ve dinlenmesi için kullanılan pirinç tarlaları, kendiliğinden organik gübreyle zenginleşmiş olur. Hayvancılığın yaygın olduğu Karacadağ bölgesinde hayvan varlığının çok olması tohum ekim zamanında toprağın daha kolay işlenmesini sağlar. Ekimden önce çokça sulanan araziden hayvan sürülerinin geçirilmesi ise, hem suyla gübrenin birleşmesini hem de tohumun toprağı daha iyi yerleşmesini kolaylaştıran önemli bir uygulamadır. (Abakay, 2013)

SONUÇ ve ÖNERİLER

Bir ürünün yetiştirildiği bölgenin adıyla değinilmesi yörenin popülerliğini yükselmesinde etkili bir faktördür. Yöreyle bütünleşen ürünler bölge tanıtımı faaliyetlerinde de etkin bir biçimde kullanılabilir. Kıymetli ve tarihi Mezopotamya topraklarında konumlanan Diyarbakır, yerel ürünler ve gastronomik kültürüyle zenginlik barındıran şehirdir. Bölgede bulunan bu zenginlik, gastronomi turizmi açısından destinasyonun daha fazla ziyaretçi ağırlamasına imkan sunabilir. Çalışmamızda incelenen Karacadağ pirinci, iç ve dış pazardan tüketiciye temin edilmektedir. Tüketim miktarı bir hayli fazla olan Karacadağ pirincinin, Diyarbakır yemek kültürüne dair tanıtımında yol gösteren güce sahip olduğu beklenmektedir. Söz konusu Diyarbakır'a bağlı olan pirincin "Diyarbakır Karacadağ Pirinci" olarak hafızalara yer edinmesi gerekmektedir. Hedefe odaklı olarak medya kurumları duyurma noktasında iş birliği içinde çalışmalıdır. Böylelikle yörenin ve mutfak kültürünün görünürlüğü artırılmakta ayrıca üreticinin gelirinin artırılması sağlanabilmektedir. Diyarbakır Karacadağ pirincinin ülke içi ve yurt dışı tanıtımı gerçekleştirildiğinde, Diyarbakır kentinin tanınırlığını geliştirebilir. Tanıtım ve reklamların

devamında, mutfak kültürü açısından oldukça kapsamlı bir şehir olan Diyarbakır'ın artan biçimde turist ağırlaması umulmaktadır. Bu durumun turizm kazançlarından artış ve yeni istihdam olanaklarının oluşumu açısından olumlu etkiler yaratacağı öngörülmektedir. Çalışmamızın kapsamında elde edilen bulgular doğrultusunda aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir:

- Karacadağ pirinciyle alakalı yurtiçinde projeler yapılmalı. Yapılacak projelerin süreçlerinin uzman desteğiyle profesyonel biçimde takip edilmelidir. Bu sayede Diyarbakır Karacadağ pirincinin tanıtımı kısa sürede yapılabilir.
- Gastronomi turizminden gelen kazançların arttırılabilmesi için Diyarbakır'da hizmet sektörü işletmeleri, menülerinde yiyecekleri ön plana çıkarmalıdır. Böylece hem turist deneyimi zenginleşecek hem de yöresel ürünlerin değeri artacaktır.
- Ülkedeki basın yayın kuruluşlarının Diyarbakır Karacadağ pirincinin ve Diyarbakır mutfağı tanıtım çalışmaları yapılmalıdır.
- Bölgedeki eğitim kurumları(meslek liseleri, halk eğitim merkezleri, üniversite) Diyarbakır mutfağının yeni kuşaklara kültürel değerlerin etkili biçimde aktarılması için eğitim müfredatı geliştirilmelidir.
- **Tur düzenleyicileri ve turizm firmaları, Diyarbakır'a yönelik düzenleyecekleri tur programlarında mutfak kültürüne özel etkinlikler ve Karacadağ pirinci gibi yerel ürünlerin deneyimlenmesini içeren aktiviteler eklemelidir.**
- Diyarbakır'da bulunan aşçılık birlikleri ve dernekler hem ulusal hem de global çapta Diyarbakır Karacadağ pirinci ve Diyarbakır mutfağının tanıtımı için aktif bir şekilde görev almalıdırlar.
- Karacadağ pirinci üreticilerinin bilgi ve becerilerini artırmak amacıyla Diyarbakır'da eğitim seminerleri düzenlenmelidir.
- Diyarbakır Karacadağ pirincinin tanıtımına katkı sağlamak amacıyla festivaller ve atölye çalışmaları (workshoplar) düzenlenmelidir.
- Diyarbakır'da turizm faaliyetlerinin daha etkin ve sürdürülebilir şekilde yürütülebilmesi için, kamu ve özel sektör ile ilgili tüm paydaşların katılımıyla bütüncül bir tanıtım ajansı kurulması önerilmektedir. Bu çalışma, Karacadağ pirincinin gastronomi turizmine katkısını ortaya koyarak alanyazına katkı sunmayı hedeflemektedir. İlerleyen dönemlerde gerçekleştirilecek saha araştırmalarıyla bulguların derinleştirilmesi ve yeni çalışmalara temel oluşturması amaçlanmaktadır.

Kaynakça

- Abakay, M. A. (2013). *Dünden bugüne Diyarbakır Karacadağ pirinci* (s. 325). In Y. K. Haspolat (Ed.), *Diyarbakır Karacadağ* (480 s.). Uzman Matbaacılık.
- Akın, C., Aluclu İ & Özyılmaz H. (2014). Mutfak Kültürünün Geleneksel Diyarbakır Evlerine Sosyal ve Mekânsal Yansımaları. *Milli Folklor Dergisi*, Sayı 102.
- Ateş, C. (2021). *Diyarbakır'da Yemek Kültürü-Çağlar Öncesine Kısa Bir Yolculuk-Diyarbakır Dergisi*, 2021.

- Diyarbakır Coğrafi İşaret Tescilli Ürünler. (t.y.). Kaynak: [http://www.dtso.org.tr/diyarbakir-cografi-isaret-tescilli-urunler/](http://www.dtso.org.tr/diyarbakir-cografi-isaret-tescilli-urunler/Dünder Arıkan, Arslantaş, E., & İnce, E. K. (2023). Eski Mezopotamya Mutfak Kültürünün Günümüz Diyarbakır Mutfağı Üzerine Etkileri.)
- Doğan, B. (2015). Coğrafi İşaret korumasının gelişmekte olan ülkeler için önemi. *E-Journal of New World Sciences Academy*.
- Erpolat, M. S. (2013). *XVI. yüzyıl arşiv belgelerinde Karacadağ ve çevresine dair bazı notlar* (s. 219). İçinde Y. K. Haspolat (Ed.), *Diyarbakır Karacadağ*. Uzman Matbaacılık.
- Gökovalı, U. (2007). Coğrafi İşaretler ve ekonomik etkileri: Türkiye örneği. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2).
- Hazarhun, E., & Tepeci, M. (2018). Coğrafi İşarete sahip olan yöresel ürün ve yemeklerin gastronomi turizminin gelişimine katkısı. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1).
- Türk Patent Enstitüsü (TPE), 2019, Erişim adresi: <http://www.diyarbakir.gov.tr/karacadag-pirinci>
- Türk Patent Enstitüsü (TPE), 2019, Erişim adresi: <https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/resources/temp/533E7857-C773-461FB8DF-https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/resources/temp/6B3F914C-E72C-437C-8A30F50C51DE0A23.pdf>
- Kan, M., & Gülçubuk, B. (2008). Kırsal ekonominin canlanmasında ve yerel sahiplenmede coğrafi işaretler. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22(2).
- Kan, M., Gülçubuk, B., & Küçükçongar, M. (2012). Coğrafi işaretlerin kırsal turizmde kullanımla olanakları. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22).
- Karaca, O. B. (2016). Geleneksel Peynirlerimizin Gastronomi Turizminde Önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4 (2),17-39.
- Özkanlı, O. & İşler, Z. (2018). Gastronomi Turizminin Diyarbakır'ın Yemek Kültürünün Tanıtımına Etkisi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (68), 547-557.
- Türk Patent Enstitüsü (TPE), 2018 Erişim adresi: <https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/resources/temp/6B3F914C-E72C-437C-8A30-F50C51DE0A23.pdf> Erişim Tarihi: (10.10.2025).
- Kültür ve Turizm Bakanlığı Diyarbakır İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (t.y.). *Coğrafi işaret tescilli ürünler*. <https://diyarbakir.ktb.gov.tr/TR-358184/cografi-isaret-tescilli-urunler.html>
- Öcal, Y. (2019). *Diyarbakır Mutfağı ve Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi*. Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kent Çalışmaları, 5-12.
- Özyılmaz, H. & Akın C.T. (2014). Mutfak Kültürünün Geleneksel Diyarbakır Evlerine Sosyal ve Mekânsal Yansımaları. *Millî Folklor Dergisi*.
- Polat Üzümcü, T., Alyakut, Ö., & Akpulat, N. A. (2017). Coğrafi işaretleme kapsamında Kocaeli gastronomik ürünlerinin değerlendirilmesi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 19(28).

- Polat, E. (2017). Turizm ve coğrafi işaretleme: Balıkesir örneği. *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 1(1).
- Şahin, G. (2013). Coğrafi işaretlerin önemi ve Vize (Kırklareli)'nin coğrafi işaretleri. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (15).
- Suna, B., & Uçuk, C. (2018). Coğrafi işaret ile tescil edilmiş ürüne sahip olmanın destinasyon pazarlamasına etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 100-118. Doi: 10.21325/jotags.2018.274.
- Yazıcıoğlu, İ.R. (2014). *Diyarbakır Yemekleri*. Haspolat K. (Der.), Diyarbakır'ın Tarihi Yemek ve Gıda Mekanları – 2 içinde (ss.131-133). Diyarbakır.

Adıyaman Yöresel Çorbalarının Vejetaryen Beslenme Açısından Değerlendirilmesi

Emine YAZAN^{1*}, Çiğdem SABBAĞ²

Turizm Fakültesi/Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye

¹emine.yazan02@gmail.com

ORCID: 0000-0001-6751-5381

Turizm Fakültesi/Turizm İşletmeciliği Bölümü
Adıyaman Üniversitesi, Türkiye

²csabbag@adiyaman.edu.tr

ORCID: 0000-0003-1538-9437

Özet

Türk mutfağı, tarih boyunca farklı medeniyetlerle kurulan etkileşimler sonucunda şekillenmiş; iklimsel çeşitlilik, coğrafi koşullar ve tarımsal üretim olanaklarının etkisiyle son derece zengin bir yapıya ulaşmıştır. Bu birikimin güçlü bir temsilcisi olan Güneydoğu Anadolu mutfağı ise genellikle et ağırlıklı yemekleriyle tanınmakla birlikte, bölgenin beslenme kültüründe buğdaydan elde edilen ürünler de et kadar belirleyici bir rol üstlenerek mutfak geleneğinin temelini oluşturmaktadır. Adıyaman'da, mutfak kültüründe et yemekleri dışında sebzeler, mercimek, fasulye, nohut gibi baklagiller, buğday ürünleri ile doğadan toplanan yenilebilir otlar, günlük sofraların vazgeçilmez unsurları arasında yer almaktadır. Yöre mutfağında bu ürünler yalnızca etli yemekleri destekleyen yan ürünler olarak değil, birçok yemeğin ana malzemesini oluşturmaktadır. Adıyaman mutfağı, kendine has lezzet ve tarifleriyle, günlük yemek kültüründen özel gün sofralarına kadar her alanda kendine özgü bir yer edinmiştir. Özellikle çorba çeşitleri, bu mutfakta içerik zenginliği ve çeşitlilik açısından öne çıkmaktadır. Bu çalışma, Adıyaman'ın geleneksel yemek kültüründeki çorba çeşitlerini inceleyerek, bunların vejetaryen beslenmeye uygunluğunu değerlendirmeyi amaçlamıştır. Yapılan inceleme ve görüşmelerde vejetaryen beslenme türlerine uygun 26 farklı çorba tarifi belirlenmiştir. Bunlardan 18 tanesi vegan beslenmeye uygunken, 7 çorba lakto-vejetaryen, 1 çorba ise laktoovo vejetaryen beslenme türüne uygundur. Bölgedeki çorbalar, bitkisel içerikleri ve farklı lezzet seçenekleriyle, vejetaryenler için hem zengin hem de dengeli bir beslenme alternatifi sunmaktadır. Vejetaryenlik, temel olarak bitkisel kaynaklı gıdaların tercih edildiği bir beslenme biçimidir. Bu beslenme tarzını benimseyen kişiler genellikle sebze, meyve, baklagiller ve tahıllar gibi bitkisel ürünleri tüketirler. Bazı vejetaryenler ise hayvansal ürünlerden sadece süt ve süt ürünleri ile yumurtayı beslenmelerine dahil ederler (Marsh vd., 2009; Gökçen vd., 2019). Vejetaryen beslenmenin, obezite ve bazı kronik hastalıkların önlenmesinde olumlu etkiler sağlaması et temelli diyetlere kıyasla toprak, su ve hava kirliliğini azaltarak çevresel sürdürülebilirliğe katkıda bulunması nedeniyle son yıllarda daha fazla tercih edilmektedir (Zheng, 2023). Vejetaryen diyetler; vegan (hayvansal ürün tüketmeyen), lakto-vejetaryen (süt ürünleri), ovovejetaryen (yumurta), lakto-ovo-vejetaryen (hayvansal et tüketmeyen, ancak süt ve yumurta tüketen), pesko-vejetaryen (balık tüketen) ve semi vejetaryen (ara sıra et tüketen) olmak üzere çeşitlilik gösterir (Olfert ve Wattick, 2018, Parker ve Vadiveloo,

2019, Selinger, 2023). * Sorumlu yazar Vejetaryen yemek tercihleri; yemek zamanı, bulunulan yer, yalnızlık durumu, arkadaşların tercihleri ve kişinin ruh hali gibi fiziksel ve sosyal faktörlerden etkilenmektedir (Wensing, vd., 2024). Vegan ve vejetaryen yaşam tarzını benimseyen kişilerde, yalnızca yeme alışkanlıkları değil, aynı zamanda seyahat alışkanlıkları ve tercih ettikleri destinasyonlar da doğrudan etkilenmektedir (Fusté-Forné, 2021). Bu bağlamda, vejetaryen turistlerin kendi beslenme tercihleri ile uyumlu destinasyonları tercih etme eğilimi, turizm planlaması ve destinasyon yönetimi açısından önemli bir göstergedir (Yeşilçimen ve Akın, 2025). Günümüzde vejetaryen beslenmeyi benimseyen bireylerin tercihleri, yalnızca günlük gıda seçimleriyle sınırlı kalmayıp seyahat planlarını ve deneyim arayışlarını da şekillendirmektedir. Bu durum, yerel mutfakların bitkisel çeşitlilik sunabilme kapasitesini daha görünür ve değerli hâle getirmektedir. Bu çerçevede Adıyaman mutfağı, tarihsel yaşam pratikleri ve coğrafi koşulların etkisiyle bitki temelli beslenmeyi doğal olarak destekleyen bir yapıya sahiptir. Bölge halkının yüzyıllar boyunca geliştirdiği beslenme anlayışında buğday ve baklagiller başat bir konumda yer almış; bulgurun farklı formları ile çeşitli baklagiller günlük yemeklerin temelini oluşturmuştur. Bununla birlikte, doğada kendiliğinden yetişen ve mevsimsel olarak tüketilen yenilebilir otlar, et kullanımının sınırlı olduğu dönemlerde önemli bir besin kaynağı olmuş ve Adıyaman mutfağının çeşitliliğini büyük ölçüde bitkisel ürünler üzerinden şekillendirmiştir (Sabbağ, 2015; Sabbağ, 2024, Yazan, 2024). Adıyaman mutfağı, bitkisel çeşitliliği sayesinde hem yöresel yemekleri zenginleştirmekte hem de vejetaryen beslenmeye uygun, doğal ve sağlıklı seçenekler sunmaktadır. Tahıl temelli ürünlerin, yörede yetişen otların ve baklagillerin birlikte kullanılması özellikle çorbalarda belirginleşmekte; bu da besin öğeleri açısından dengeli, doyurucu ve bitkisel ağırlıklı bir sofraya köklü bir şekilde yer almaktadır. Bu özellikleriyle Adıyaman mutfağı, et tüketiminin sınırlı olduğu ya da tercih edilmediği beslenme biçimleri için çeşitlilik bakımından güçlü bir potansiyele sahiptir.

Anahtar Sözcükler: Yemek kültürü, Bitkisel ürünler, Vejetaryen beslenme, Çorbalar, Adıyaman

Kaynakça

- Fusté-Forné, F. (2021). Vegan food tourism: Experiences and implications. In *The Routledge handbook of vegan studies* (pp. 369-380). Routledge.
- Gökçen, M., Aksoy, Y. C., & Ateş Ozcan, B. (2019). Overview of vegan nutrition in regards to health. *Journal of Health and Life Science*, 1(2), 50-54.
- Marsh, K., Zeuschner, C., Saunders, A., & Reid, M. (2009). Meeting nutritional needs on a vegetarian diet. *Australian family physician*, 38(8), 600-602.
- Olfert, M. D., & Wattick, R. A. (2018). Vegetarian diets and the risk of diabetes. *Current diabetes reports*, 18(11), 101.
- Parker, H. W., & Vadiveloo, M. K. (2019). Diet quality of vegetarian diets compared with nonvegetarian diets: a systematic review. *Nutrition reviews*, 77(3), 144-160.
- Sabbağ, Ç. (2015). Adıyaman Yemek Kültürü, İçinde R. Yarullina Yıldırım (Edit. Ss. 104-115) *Fırat'tan Volgaya Medeniyetler kavşağı*, Adıyaman Üniversitesi Yayınları:13, 104-115.
- Sabbağ, Ç. (2024). Adıyaman Mutfacı, İçinde, Kozak, N. (Editör), *Online Türkiye Turizm Ansiklopedisi*, <https://Turkiyeturizmansiklopedisi.Com/Adıyaman-Mutfagi> (Erişim Tarihi: 24.10.2025).

- Selinger, E., Neuenschwander, M., Koller, A., Gojda, J., Kuehn, T., Schwingshackl, L., ... & Schlesinger, S. (2023). Evidence of a vegan diet for health benefits and risks—an umbrella review of meta-analyses of observational and clinical studies. *Critical reviews in food science and nutrition*, 63(29), 9926-9936.
- Wensing, J., Polman, D., Lopez-Rivas, J. D., Cremades, R., & Van Leeuwen, E. (2024). Green Meal? The role of situational contexts for real-time vegetarian Meal choices. *Journal of Environmental Psychology*, 98, 102403.
- Yazan, E. (2024). Ana Geçiş Dönemlerinde Mutfak Kültürü ve Yöresel Mutfak Uygulamaları: Adıyaman İli Örneği, İçinde Yayla Ö. (Edt, Ss.693-713) *Turizmde Güncel Gelişmeler ve Araştırmalar*, Çizgi Yayınevi, 693-713.
- Yeşilçimen, P., & Akın, H. B. (2025). The impact of eating behavior on destination choice: the case of vegetarianism. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 10(1), 35-47.
- Zheng, Y. (2023). Types of vegetarian dietary patterns and their impact on diabetes and its complications, *Theoretical and Natural Science* 3(1):789-795.

Zanaattan Tabağa, Mozaiklerden Sofra'ya, Medeniyetlerin İzi, Geleceğin Sözü: Gaziantep Kültüründen, Geleceğe Sürdürülebilir Bir Miras Yolculuğu

Sümeysra ŞİMŞEK KARA^{1*}

Turizm Fakültesi

Gaziantep Üniversitesi, Türkiye

¹sumeyrasimsek@gmail.com

ORCID: 0009-0004-6481-2021

Özet

Gaziantep, tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmasıyla, kültürel zenginliği ve derin tarihi ile Türkiye'nin en değerli şehirlerinden biri olarak dikkat çekmektedir. Şehrin kültürel yapısı; el sanatlarından mutfak kültürüne, mozaik sanatından savaş tarihine, müzelerden geleneksel miras uygulamalarına kadar geniş bir çeşitlilik göstermekte ve sürdürülebilirlik anlayışıyla entegre bir miras sunmaktadır. Bu çalışma, Gaziantep'in kültürel mirasının günümüzdeki sürdürülebilir turizm anlayışıyla ne şekilde bir araya geldiğini, şehir kimliğine nasıl katkı sağladığını ve uluslararası turizm potansiyelini nasıl artırdığını ayrıntılı bir şekilde incelemektedir. Gaziantep'in kültürel kimliğinin önemli unsurlarından biri olan geleneksel el sanatları, yüzyıllardır ustalar tarafından çıraklara aktarılan bir bilgi birikiminin sonucudur. Bakırcılık, kutnu dokumacılığı, sedef kakma, taş işçiliği ve ahşap oymacılığı gibi zanaatlar hem şehir ekonomisi hem de sosyal bellek açısından kayda değer bir yer tutmaktadır. Sanayi ve küreselleşmenin etkisiyle bu üretim şekillerinde bazı değişiklikler yaşansa da günümüzde doğal malzeme kullanımı, atık azaltma ve enerji verimliliği esasına dayanan sürdürülebilir üretim anlayışı bu zanaatların yeniden canlanmasına katkı yapmıştır. Böylece geleneksel el sanatları, ekonomik rekabet gücünü ve kültürel değerini koruyarak varlığını sürdürmektedir. "Zanaatten Tabağa" konsepti, Gaziantep'teki geleneksel üretim kültürünün mutfak kültürüyle birleşimini simgelemektedir. Gaziantep mutfağında kullanılan bakır kaplar, siniler, kahve araçları ve taş fırınlar hem işlevsel hem de estetik değeriyle gastronomi deneyimini etkilemektedir. Yerel restoranlar ve gastronomi festivalleri bu geleneksel unsurları kullanarak zanaatkârlığın turistik deneyime doğrudan katkısını sergilemektedir. Bu bağlamda zanaat ürünleri yalnızca iş gören nesneler değil, aynı zamanda kentin yemek kültürünün temel parçalarıdır.

Gaziantep'in uluslararası düzeyde bilinen bir diğer kültürel miras unsuru ise mozaik sanatıdır. Zeugma Mozaik Müzesi'nde sergilenen eserler, Roma dönemine ait estetik anlayışı yansıtırken, kentin tarihsel derinliği ve sanatsal birikimini de ortaya koymaktadır. Doğal taş ve seramik gibi dayanıklı malzemelerle üretilen mozaikler, sürdürülebilir sanat uygulamalarının antik dönem örneklerini temsil etmektedir. "Mozaiklerden Sofra'ya" teması, bu tarihi estetiğin günümüz gastronomi kültüründe görsel sunum teknikleri üzerinden nasıl yeniden değerlendirildiğini göstermektedir. Gaziantep mutfağındaki tabaklama estetiği, renk uyumu, simetri ve doğadan

esinlenen düzenlemeler, mozaiklerdeki stilistik unsurlarla benzerlikler taşımaktadır. Bu durum, kentin tarihsel sanat mirasının mutfak kültürü ile sürekli bir bağlantı kurduğunu gözler önüne sermektedir.

Gaziantep'in kültürel mirasının önemli bir yönünü de savaş tarihi oluşturmaktadır. Antep Savunması, şehrin toplumsal hafızasında önemli bir yer işgal etmekte; anıtlar, müzeler ve savunma hatları gibi mekânlar turizm açısından büyük bir çekim alanı oluşturmaktadır. Panorama 25 Aralık Müzesi ve Kahramanlık Panoraması gibi alanlar, ziyaretçilerine hem tarihi hem de duygusal bir deneyim sunmakta ve böylece savaş turizmi, kentin kültürel miras anlatımı içinde özgün bir yer bulmaktadır. Literatürde savaş alanı turizminin şehir kimliği, yerel hafıza ve turistik cazibe üzerinde kayda değer etkiler yarattığı belirtildiğinden, Gaziantep bu bağlamda güçlü bir örnek teşkil etmektedir.

Kentteki müze kültürü, sürdürülebilir turizm potansiyelini geliştirmede önemli bir yer tutmaktadır. Zeugma Mozaik Müzesi, Arkeoloji Müzesi, Gaziantep Şehir Müzesi, Savunma Müzesi ve Hamam Müzesi gibi kuruluşlar, kültürel değerlerin korunmasında etkin bir rol üstlenirken, aynı zamanda turistik ziyaret deneyimlerini de zenginleştirmektedir. Müzelerin sadece sergileme işleviyle sınırlı olmaması, toplumun geçmişle bağlantı kurmasını teşvik eden ve yerel kimliğin güçlenmesini destekleyen öğrenme alanları haline gelmesi, sürdürülebilir turizm planlarında müzelerin öncelikli bir unsur olarak ele alınmasını zorunlu kılmaktadır. Bunun yanı sıra 2023 Kahramanmaraş depreminin ardından kültürel mirasın felaketlere karşı dayanıklılığının önemi yeniden gündeme gelmiş; müzelerin ve tarihi yapıların korunmasına yönelik risk yönetimi stratejilerinin turizmin sürdürülebilirliği açısından ne kadar önemli olduğu vurgulanmıştır. Gaziantep'in mutfağı, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'nda gastronomi alanındaki varlığı sayesinde uluslararası alanda daha fazla tanınma fırsatı bulmuştur. Şehir mutfağındaki zengin çeşitlilik, yerel ürünlerin coğrafi işaretli oluşu, ustalık geleneğinin güçlü bir şekilde devam etmesi ve gastronomi festivallerinin dünya çapında görünürlük sağlaması, Gaziantep'i gastronomi turizminin önemli merkezlerinden biri yapmıştır. Kebaplardan baklavalara, çorbalardan yerel içeceklere kadar uzanan geniş mutfak yelpazesi, ziyaretçilere yalnızca lezzet sunmakla kalmayıp, aynı zamanda kültürel bir hikâyeye de anlatmaktadır. Menengiç kahvesi, zahter, katmer ve yuvalama gibi özgün ürünler hem somut hem de somut olmayan kültürel mirasın bir parçası olarak özel bir değer taşımaktadır. Kış hazırlıkları, kurutmalıklar, mevsimsel üretim uygulamaları ve aile içindeki mutfak gelenekleri, Gaziantep mutfağının sürdürülebilirlik temalı yönlerini ön plana çıkarmaktadır.

Gastronomik uygulamaların turizmle ilişkisi, yalnızca ürün çeşitliliği ile değil, aynı zamanda üretim yöntemlerinin ve yerel kültürün deneyimsel bir boyuta dönüştürülmesiyle sağlanmaktadır. Bu bağlamda, yerel üreticilerin desteklenmesi, gastronomi yollarının oluşturulması, geleneksel ustaların görünürlüğünün artırılması ve el sanatlarının gastronomi mekanlarında sergilenmesi, Gaziantep'in turizm politikaları açısından kritik stratejik adımları teşkil etmektedir. Ayrıca, restoranların pazarlama ve sunum stratejilerinde geleneksel mutfak uygulamalarının ön plana çıkarılması, gastronomi deneyimini zenginleştirmektedir. Gaziantep'in kültürel mirası yalnızca somut öğelerle sınırlı kalmamaktadır; sosyal normlar, yemek ritüelleri, misafirperverlik kültürü, dayanışma ve kolektif hafıza gibi soyut unsurlar da şehrin kimliğini oluşturmaktadır. Özellikle Antep savunması dönemi sırasında gelişen dayanışma kültürü ve zorlu koşullarda sürdürülen üretim yöntemleri, günümüz gastronomi geleneğinin toplumsal zeminini hazırlamaktadır. Bu uygulamaların turizm deneyimiyle bütünleştirilmesi, ziyaretçilere kültürel bir derinlik sunmaktadır.

Kültürel mirasın sürdürülebilir bir şekilde korunması, yalnızca fiziksel restorasyon ile sınırlı kalmamalıdır. Soyut mirasın belgelenmesi, genç nesillere yönelik eğitim programları, yerel toplulukların karar alma süreçlerine dâhil edilmesi ve yenilikçi koruma yöntemlerinin devreye sokulması gerekmektedir. Gaziantep'in kültürel mirasını korumak ve sürdürülebilir bir turizm vizyonu oluşturmak adına bütüncül politikalar gereklidir. Doğal kaynakların korunması, kentsel planlamada kültürel mirasa öncelik verilmesi, turistik yoğunluğun dengelenmesi ve yerel halkın ekonomik ve sosyal açıdan sürece entegre edilmesi, bu politikaların en önemli unsurlarındandır. Sonuç olarak, Gaziantep, tarih boyunca süregelen güçlü kültürel mirası, zanaatkarlık geleneği, gastronomik zenginliği, müze kültürü ve savaş tarihi ile sürdürülebilir turizm açısından eşsiz bir potansiyele sahiptir. Kentin kültürel öğelerinin korunma, tanıtım ve planlama süreçlerinde sürdürülebilirlik ilkelerinin benimsenmesi, Gaziantep'in geleceğe taşınmasında önemli bir strateji oluşturmaktadır. Bu çalışma, Gaziantep'in kültürel mirasının çok yönlü yapısının sürdürülebilir turizm ile birleşerek şehir kimliğini güçlendirdiğini ve uluslararası platformda rekabet gücünü artırdığını göstermektedir.

Anahtar Sözcükler: Gaziantep mutfak kültürü, Kültürel miras ve sürdürülebilirlik, Turizmde gelişim, Sürdürülebilir miras yönetimi.

Kaynakça

- Gümüşçü, O. (2018). Tarihi coğrafya ve kültürel miras. Erdem, (75), 99-120.
- Günaydın, A. S., & Altunkasa, M. F. (2019). Tarihî kent merkezlerinin koruma ve geliştirme stratejilerinin belirlenmesi: Gaziantep örneği. Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9(17), 51-70.
- Küplemez, B. (2022). Mozaik tekniği ve uygulamalar (Master's thesis, Dokuz Eylül Üniversitesi (Turkey)).
- Negiz, N. (2017). Kentlerin tarihsel sürdürülebilirliğinde kültürel miras: önemi ve değeri üzerine düşünmek. Akademia Doğa ve İnsan Bilimleri Dergisi, 3(1), 159-172.
- Yeşil, M. (2016). Doğa Koruma Yaklaşımlarındaki Değişimlerin Dünyada ve Türkiye 'deki Tarihsel Süreci. Turkish Journal of Agriculture-Food Science and Technology, 4(10), 867-876.

Teşekkür

Akademik ve kişisel gelişimime, özellikle yüksek lisans sürecimin ilk dönemlerinde; geniş bilgi birikimleri, kıymetli rehberlikleri ve çalışmalarımın altyapısına sağladıkları önemli katkılarla destek olan saygıdeğer hocam, Doç. Dr. Metin Sürme'ye içten teşekkürlerimi sunmayı bir sorumluluk olarak görüyorum.

Bilimsel tutumumun ve analitik düşünce yapımın oluşumundaki bu derin katkılar, bu çalışmanın temelini atılması ve gelişim süreci boyunca dolaylı ama etkili bir bilimsel rehberlik işlevi görmüştür. Kendilerine, yüksek lisans öğrenciliğime kazandırdıkları bilimsel disiplin ve düşünsel derinlik için en içten saygı ve şükranlarımı sunarım.

Trabzon'daki Yerel Restoranların Arap Turist Deneyimine Etkisi

Ahmet ÇAVUŞ¹, Ceren AKÇAY²

Turizm Fakültesi/Turizm Rehberliği Bölümü
Atatürk Üniversitesi, Türkiye
ahmetcavus@atauni.edu.tr

ORCID: 0000-0002-7359-1273

Sosyal Bilimler Enstitüsü \Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı,
Atatürk Üniversitesi, Türkiye
cerenakcy@hotmail.com

ORCID:0009-0001-8036-7536

Özet

Küresel turizmde kültürel deneyimin bir parçası haline gelen yeme-içme aktiviteleri, destinasyon imajını güçlendiren ve turist sadakatini artıran başlıca unsurlardan biri olarak öne çıkmaktadır (Keskin, Ardıç Yetiş & Sezen, 2022). Çalışma, Pine ve Gilmore'un (2011) "Deneyim Ekonomisi" yaklaşımı çerçevesinde şekillenmiş; restoranların yalnızca hizmet sağlayan yerler değil, aynı zamanda duygusal ve kültürel anlamlar taşıyan deneyim merkezleri olduğunu vurgulamaktadır. Restoran deneyiminde genel memnuniyetin yüksek olduğunu ve hem hizmet kalitesi hem de mekân unsurlarının bu memnuniyeti anlamlı şekilde güçlendirdiğini göstermektedir. Özellikle personelin güler yüzlü yaklaşımı ile temiz ve hoş bir atmosferin, ziyaretçilerin deneyimlerini olumlu yönde etkilediği anlaşılmaktadır. Ayrıca katılımcıların restoranı yeniden tercih etme ve başkalarına tavsiye etme eğilimleri, deneyimsel tatminin müşteri sadakatiyle doğrudan ilişkili olduğunu açıkça ortaya koymaktadır (Martínez-Ruiz et al., 2023; The Impact of Physical Environment on Customer Loyalty, 2025). Bu durum, Pine & Gilmore'un deneyim ekonomisi yaklaşımını destekleyerek; hizmet sektöründe duygusal ve deneyimsel kalitenin, sürdürülebilir başarı için temel bir unsur olduğunu vurgulamaktadır (Pine & Gilmore, 1999).

Restoran deneyiminin sadece fizyolojik değil, aynı zamanda duygusal ve kültürel bir anlam taşıdığı ortaya konmuştur. Turistler açısından yerel restoranlar, misafirperverlik, otantik atmosfer ve yerel kimliğin hissedilmesi bakımından bir "kültürel köprü" işlevi görmektedir (Quan & Wang, 2004; Özdemir & Seyitoğlu, 2017). Bu durum, "otantiklik" kavramının turist algısında çok boyutlu olduğunu göstermektedir. Kimi turistler için otantiklik geleneksel müzik, dekorasyon ve sunum biçimleriyle özdeşleşirken; kimileri yerel halkın tercih ettiği restoranları "gerçek" deneyim olarak değerlendirmektedir. Lebrun ve Bouchet (2024) de benzer biçimde, gastronomik destinasyonlarda yerellik algısının turist davranışlarında belirleyici rol oynadığını vurgulamıştır. Bu farklılık, restoran işletmecilerinin çok katmanlı bir deneyim tasarımı geliştirmesini zorunlu kılmaktadır.

Bu çalışma, gastronomi turizminin destinasyon pazarlamasındaki artan önemini Trabzon örneğinde ele alarak, yerel restoranların Arap turistlerin tatil deneyimi, memnuniyet düzeyi ve tekrar ziyaret niyetine etkisini analiz etmektedir. Araştırma evrenini, Trabzon'a gelen ve en az bir kez yerel restoranları deneyimlemiş 18–65 yaş arası Arap turistler oluşturmaktadır. Örneklem, bu

grubun Trabzon'a artan ilgisini temsil edecek şekilde belirlenmiştir. Restoranların yoğunluk gösterdiği bölgelerde, öğle ve akşam saatlerinde yüz yüze anket yöntemiyle veri toplanmıştır. Cinsiyet dağılımında denge gözetilmiş, erkek ve kadın katılımcılardan eşit oranda veri elde edilmiştir.

Araştırmada nicel yöntem tercih edilmiştir. Ölçeklerin güvenilirlik analizi sonucunda Cronbach's Alpha değeri ,972 olarak bulunmuş ve yüksek iç tutarlılık düzeyini göstermiştir. Verilerin analizinde SPSS Statistics yazılımı kullanılmış; tanımlayıcı istatistiklerin yanı sıra, ilişkisel analizlerde korelasyon ve varyans testlerinden yararlanılmıştır.

Çalışmanın bulguları, turistlerin tatmini yalnızca yemeğin kalitesiyle değil, aynı zamanda sosyal etkileşim, atmosfer ve statü göstergeleriyle ilişkili olduğunu göstermektedir. Arap turistlerin Trabzon'daki restoranlara yönelik olumlu değerlendirmeleri, şehir imajına ve destinasyon bağlılığına katkıda bulunmaktadır. Bulgular daha önceki araştırmalarla benzer (Alegre & Garau, 2010) şekilde, yerel gastronominin yalnızca bir tüketim alanı değil, aynı zamanda bir "deneyimsel pazarlama aracı" olduğunu göstermektedir (Kovalenko et al., 2023; Hernández-Rojas & Huete Alcocer, 2021; Yaman, 2025).

Sonuç olarak, Trabzon'daki yerel restoranlar, Arap turistlerin tatil deneyimini şekillendiren stratejik kültürel odak noktaları olarak değerlendirilebilir. Araştırma, gastronomik deneyimin destinasyon sadakati üzerinde doğrudan etkili olduğunu ortaya koyarak, turizm politikalarının kültürel özgünlük merkezli bir yaklaşımla geliştirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır (Keskin, Ardıç Yetiş & Sezen, 2022; Yaghi, Yaghi & Bayrak, 2025). Gelecekte yapılacak çalışmalarda, farklı milliyetlerden turist gruplarıyla karşılaştırmalı analizlerin yapılması, deneyimsel memnuniyetin kültürlerarası dinamiklerini daha kapsamlı biçimde açıklığa kavuşturabilir.

Anahtar Sözcükler: Trabzon, Restoran deneyimi, Arap turistler, Tekrar ziyaret niyeti, Turist memnuniyeti

Kaynakça

- Alegre, J., & Garau, J. (2010). Tourist satisfaction and dissatisfaction. *Annals of Tourism Research*, 37(1), 52–73. DOI:<https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.07.001>
- Hernández-Rojas, R. D., & Huete Alcocer, N. (2021). The role of traditional restaurants in tourist destination loyalty. *PLoS ONE*, 16(6): e0253088.
DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0253088>
- Keskin, E., Ardıç Yetiş, Ş., & Sezen, N. (2022). Destinasyon yiyecek imajı, algılanan değer, hatırlanabilir deneyimler ve memnuniyet arasındaki ilişkiler: Hatay örneği. *Turizm Akademik Dergisi*, 9(1), 55–82.
- Kovalenko, A., Dias, Á., Pereira, L. & Simões, A. (2023). Gastronomic Experience and Consumer Behavior: Analyzing the Influence on Destination Image. *Foods*, 12(2), 315.
DOI: <https://doi.org/10.3390/foods12020315>
- Lebrun, A.-M., & Bouchet, P. (2024). Dining-out preferences of domestic tourists at a gastronomic destination: The major influence of localness in France. *Tourism Management Perspectives*, 50, 101217. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101217>

- Martínez-Ruiz, M. P., et al. (2023). The influence of food values on satisfaction and loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100770>
- Özdemir, B., & Seyitoğlu, F. (2017). *Tourism Management Perspectives*, 23, 1–7. DOI: [10.1016/j.tmp.2017.03.010](https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.03.010)
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2011). *The Experience Economy*. Harvard Business Press. DOI: [10.4337/9781781004227.00007](https://doi.org/10.4337/9781781004227.00007)
- The Impact of Physical Environment on Customer Loyalty. (2025). *SAGE Open*. DOI: <https://doi.org/10.1177/21582440251376212>
- Yaghi, A., Yaghi, H. A., & Bayrak, M. (2025). Sustainable Tourism: Factors Influencing Arab Tourists' Intention to Revisit Turkish Destinations. *Sustainability*, 17(11), 5194. DOI: <https://doi.org/10.3390/su17115194>
- Yaman, Z. (2025). The Relationship Between the Development Level of Gastronomy Tourism and Gastronomic Identity Value Within the Scope of Destination Marketing. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*. DOI: [10.21325/jotags.2025.1642](https://doi.org/10.21325/jotags.2025.1642)
- 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. DOI: [10.1016/S0261-5177\(03\)00130-4](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00130-4)

Diyarbakır'ın Tarihi ve Kültürel Mekânlarında Ziyaretçi Deneyimi Üzerine Tematik Bir Analiz

Lezgin AYDIN¹, Filiz DURAN², Onur AKGÜL³*

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü/Turizm Rehberliği Anabilim Dalı
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye

¹ lezgin.aydin@hotmail.com

ORCID: 0009-0001-3902-6107

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü/Turizm Rehberliği Anabilim Dalı
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye

² duranfiliz816@gmail.com

ORCID: 0009-0002-9609-4293

Turizm Fakültesi/Turizm Rehberliği Bölümü
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye

³ onurakgul@yahoo.com

ORCID: 0000-0002-5229-2557

Özet

Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin tarihsel derinliği ve kültürel zenginliğiyle ön plana çıkan kadim şehri Diyarbakır, kültür turizmi bağlamında Türkiye'nin en önemli destinasyonlarından biri olarak kabul edilmektedir. Sahip olduğu somut ve somut olmayan kültürel miras değerleri, doğal güzellikleri ve özgün yaşam kültürüyle birleşerek ziyaretçilere benzersiz ve otantik deneyimler sunmaktadır (Yıldırım, 2017). Özellikle şehir merkezi, binlerce yıllık geçmişin izlerini taşıyan arkeolojik ve tarihî zenginlikleriyle bir açık hava müzesi niteliği taşımaktadır. Şehri çepeçevre kuşatan ve UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan anıtsal surlar, farklı inançlara ait camiler ve kiliseler, ticari hayatın canlı tanıkları olan hanlar, hamamlar ve diğer sivil mimari örnekleri, kente gelen ziyaretçilere Ortaçağ'dan günümüze kesintisiz ulaşan otantik bir kent dokusu sunmaktadır (Meşeli, 2025). Diyarbakır, Anadolu ile Mezopotamya arasındaki stratejik konumu sayesinde tarih boyunca pek çok farklı uygarlığın geçiş güzergâhı ve yerleşim alanı olmuş, bu durum kentün kültürel katmanlarını zenginleştirmiştir. Neolitik dönemden itibaren tarım ve hayvancılığın ilk kez deneyimlendiği "Verimli Hilal" bölgesinde yer alması; Hallan Çemi, Çayönü, Demirci Höyük ve Kortik Tepe gibi insanlık tarihine ışık tutan arkeolojik alanlarla birleşince, kent dünya uygarlık tarihi açısından eşsiz bir değer kazanmıştır. Bu eski yerleşimler, günümüzde kültür turizmi için büyük bir çekicilik unsuru oluşturmakta ve ziyaretçilere insanlık tarihinin en erken deneyimlerine tanıklık etme fırsatı sunmaktadır (Özdemir, 2017).

Tarihsel süreçte pek çok medeniyetin yaşam alanı haline gelen Türkiye, bu özelliği sayesinde kültür turizmi bakımından dikkate değer bir çeşitlilik ve zenginlik sunmaktadır. Arkeolojik alanlar, tarihi yapılar, dini ve geleneksel yaşam biçimleri, ülkenin turizm potansiyelini çeşitlendiren en önemli unsurlar arasında yer almaktadır (Çığ, 1996). Ancak, Türkiye'nin sahip olduğu bu muazzam potansiyele rağmen, uzun yıllar boyunca kültür turizmine yönelik ziyaretçi sayısı ve bu alandan elde edilen gelirlerin beklentilerin altında kaldığı gözlemlenmektedir. Bu durum, Türkiye'de kültür turizminin henüz tam anlamıyla, sürdürülebilir bir model çerçevesinde gelişmediğini göstermektedir. Dolayısıyla kültür turizmi, yalnızca ekonomik bir değer üreten bir sektör olarak değil, aynı zamanda kültürel mirasın korunması, yaşatılması ve gelecek nesillere aktarılması açısından da ülke için stratejik ve öncelikli bir alan olarak ele alınmalıdır (Özensel, 2013). Bu bağlamda, destinasyonların ziyaretçiler üzerindeki algısını anlamak ve yönetmek kritik bir önem taşımaktadır.

Günümüzde iletişim teknolojilerindeki dönüşümle birlikte insanlar, sosyal medya platformları aracılığıyla yaşadıkları olumlu ya da olumsuz deneyimlerini anlık olarak ve sıklıkla paylaşmaktadır. Çevrimiçi ortamda paylaşılan bu yorumlar, potansiyel turistlerin seyahat karar süreçlerinde belirleyici bir faktör hâline gelmiştir. Geleneksel "ağızdan ağıza" pazarlama yönteminin yerini alan bu dijital etkileşimlerde, sadece gidilen mekânlara ilişkin memnuniyet düzeyleri değil, aynı zamanda yaşanan duygular, öneriler, uyarılar ve detaylı bilgiler de yer almaktadır. Seyahat edenlerin internet ortamında paylaştıkları bu deneyimler, günümüzde turizm araştırmaları açısından zengin ve samimi bir veri kaynağı niteliği taşımaktadır. Bu nedenle ziyaretçi yorumlarının analizi, söz konusu turistik destinasyonların güçlü yönlerindeki potansiyelinin değerlendirilmesi, zayıf yönlerinin giderilmesi ve böylece ziyaretçi memnuniyeti ile sürdürülebilirliğin sağlanması açısından yol gösterici olmaktadır. Sosyal medya platformları, bir ürün ya da hizmet hakkında bilgi edinmeden önce kullanıcıların deneyimlerini video, fotoğraf, yorum gibi çeşitli yollarla paylaşmalarını sağlayarak dijital tüketici davranışlarını şekillendirmektedir. Bu platformlar sayesinde bireyler, fiziksel olarak bir mekâna gitmeden önce o yer hakkında fikir sahibi olabilmekte, kullanıcı yorumları ve görseller aracılığıyla bir kalite değerlendirmesi yapabilmektedir. Özellikle blog siteleri, forumlar ve TripAdvisor gibi seyahat değerlendirme siteleri, metin tabanlı etkileşimi ön plana çıkararak kullanıcıların düşüncelerini daha detaylı biçimde ifade etmelerine olanak tanır ve detaylı bilgi arayan bireyler için önemli bir kaynak niteliği taşır (Sezgin & Karagöz, 2023).

Bu teorik çerçeveden hareketle gerçekleştirilen çalışma, dünyanın en popüler seyahat platformlarından biri olan TripAdvisor üzerinde, Diyarbakır'ın tarihi ve kültürel mekânlarını ziyaret eden turistlerin yazdıkları yorumları inceleyerek, kentin destinasyon imajını ve ziyaretçi deneyimlerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Ürün pazarlamasının doğrudan kullanıcı deneyimine dayandığı günümüzde, tedarikçilerin hizmet kalitesini artırmaları yönünde çevrimiçi yorumlar önemli bir baskı ve motivasyon unsuru oluşturmaktadır (Akehurst, 2009). Çevrimiçi yorumlar, tüketicilerin alacakları hizmetlere hızlı erişim noktasında çok önemli faydalar sağlamaktadır (Bellman vd., 2006). Bu doğrultuda, Diyarbakır'da en çok yorum alan 10 ziyaret noktası belirlenmiş ve bu noktalara dair 7-14 Eylül 2025 tarihleri arasında yazılan Türkçe ve İngilizce toplam 1551 yorum, netnografi yöntemiyle analiz edilmiştir. Elde edilen veriler, açık kodlama tekniği kullanılarak "tarihi-mimari", "kültürel", "turistik deneyim", "yorumlama-bilgilendirme", "erişim-ulaşılabilirlik", "hizmet-işletme" ve "çevre-güvenlik" olmak üzere yedi ana tema altında sınıflandırılmıştır.

Araştırma bulgularına göre, ziyaret noktaları arasında en çok çeşitlilik gösteren yorumlar On Gözli Köprü için yapılmıştır. Yedi ana tema altında 15 alt temaya sahip olan bu mekân, "manzara-fotoğraf noktası" ve "köklü geçmiş" gibi özellikleriyle övülürken, "araçla ulaşım zorlukları", "bakımsız yollar", "yüksek fiyatlar" ve "aşırı ticarileşme" gibi konularda eleştirilerin odağı olmuştur. Diyarbakır Ulu Camii ve Surp Giragos Kilisesi gibi inanç turizmi merkezlerinde ise ziyaretçiler, mekânların "ruhani atmosferi" ve "taş işçiliği" gibi estetik ve manevi değerlerine odaklanmışlardır. Özellikle Surp Giragos Kilisesi'nde "inançlar arası hoşgörü vurgusu" ve "kültürel etkinlikler" (konserler, sergiler) öne çıkarken; Ulu Camii'de "ibadete teşvik" ve "harem-i şerif vurgusu" dikkat çekmektedir. Ancak her iki mekân için de "çevre güvenliği" ve "yönlendirme eksiklikleri" gibi sorunlar dile getirilmiştir. Hasan Paşa Hanı ve Sülüklü Han, kentin sosyal yaşamının ve gastronomik kültürünün kalbi olarak görülmekte; "yöresel kahvaltı", "etnik müzik" ve "otantik atmosfer" gibi deneyimler ziyaretçileri cezbetmektedir. Buna karşın, bu mekânlardaki "aşırı kalabalık", "hijyen sorunları", "nakit ödeme zorunluluğu" ve "yüksek fiyatlar" turistlerin memnuniyetini düşüren faktörler olarak tespit edilmiştir. Diyarbakır Surları, UNESCO Dünya Mirası statüsü ve görkemli yapısıyla hayranlık uyandırır da, surların çevresindeki "bakımsızlık", "kirlilik" ve "güvenlik endişeleri" en sık karşılaşılan şikâyet konularıdır. Cahit Sıtkı Tarancı Evi ve Arkeoloji Müzesi gibi müzelerde ise sergilenen eserlerin zenginliği ve yapıların mimari değeri takdir edilirken, "yetersiz bilgilendirme levhaları", "uzun süren restorasyonlar" ve "personel ilgisizliği" gibi yönetsel eksiklikler vurgulanmıştır. Dört Ayaklı Minare ise hem mimari özgünlüğü hem de "Tahir Elçi anıtı" ile toplumsal hafızada yer eden simgesel bir öneme sahip olup, çevresindeki dilencilik faaliyetleri ve bakımsızlık nedeniyle eleştirilmiştir.

Genel bir değerlendirme yapıldığında, Diyarbakır'ın ziyaretçi zihninde oluşan imajının çok boyutlu ve parçalı bir yapı sergilediği görülmektedir. Ziyaretçiler, kentin tarihi ve mimari değerleri, kültürel zenginliği ve manevi atmosferi karşısında büyülenmekte; bu unsurlar destinasyonun olumlu imaj bileşenlerini oluşturmaktadır. Ancak, bu güçlü çekim unsurlarının karşısında; hizmet kalitesindeki düşüklük, altyapı yetersizlikleri, çevre kirliliği ve güvenlik kaygıları gibi "olumsuz imaj bileşenleri" yer almaktadır. Özellikle "güvenlik endişesi" ve "çevre kirliliği" temalarının baskınlığı, Diyarbakır'ın potansiyelini tam olarak yansıtmamasının önündeki en büyük engellerden biri olarak durmaktadır. Ayrıca, "yorumlama ve bilgilendirme eksikliği" temasının sıklıkla tekrarlanması, kentin sahip olduğu zengin hikâyenin ziyaretçilere aktarılmasında ciddi boşluklar olduğunu, tanıtım ve eğitim boyutunun zayıf kaldığını göstermektedir. Marine-Roig'in (2019) de vurguladığı üzere, çevrimiçi ziyaretçi içerikleri destinasyon imajının bir yansımasıdır ve bu içeriklerdeki olumsuzluklar, potansiyel turistler için caydırıcı bir etki yaratabilir.

Sonuç olarak, Diyarbakır'ın sahip olduğu eşsiz kültürel mirasın sürdürülebilir bir turizm değerine dönüşmesi için ziyaretçi deneyimlerini merkeze alan bütüncül bir yönetim anlayışına ihtiyaç duyulmaktadır. Ziyaretçi yorumlarında dile getirilen altyapı sorunları, güvenlik kaygıları ve hizmet kalitesi eksiklikleri hızla giderilmelidir. Tarihi alanlardaki bilgilendirici tabelaların sayısı ve niteliği artırılmalı, çok dilli ve dijital rehberlik uygulamaları hayata geçirilmelidir. Ulaşım ve otopark sorunlarına kalıcı çözümler üretilmeli, tarihi alanların temizliği ve güvenliği konusunda taviz verilmemelidir. Ayrıca, engelli ziyaretçiler için rampalar, el tutamakları, dinlenme alanları ve dokunsal yüzeyler gibi evrensel tasarım ilkelerinin uygulanması, kentin erişilebilirliğini artırarak modern bir turizm destinasyonu olma yolundaki adımlarını güçlendirecektir. İşletmelerde çalışan personelin eğitimi, fiyat politikalarının

denetimi ve hijyen standartlarının yükseltilmesi de ziyaretçi memnuniyetini doğrudan etkileyecek faktörlerdir. Bu çalışmanın ortaya koyduğu tematik çerçeve, Diyarbakır'ın çevrimiçi imajını şekillendiren unsurları net bir şekilde gözler önüne sermektedir. Gelecekte yapılacak çalışmalarda, bu bulguların Mardin, Şanlıurfa veya Antakya gibi benzer kültürel dokuya sahip destinasyonlarla karşılaştırılması veya ziyaretçilerle yüz yüze yapılacak mülakatlarla derinleştirilmesi, bölge turizminin gelişimi adına önemli katkılar sağlayacaktır. Diyarbakır, ancak bu yapısal ve hizmet odaklı iyileştirmelerle dijital dünyadaki imajını güçlendirebilir ve hak ettiği turizm potansiyeline ulaşabilir.

Anahtar Sözcükler: Diyarbakır, Kültür turizmi, Ziyaretçi deneyimi, Tripadvisor.

Kaynakça

- Bellman, S., Johnson, E. J., Lohse, G. L., & Mandel, N. (2006). Designing marketplaces of the artificial with consumers in mind: four approaches to understanding consumer behavior in electronic environments. *Journal of Interactive Marketing*, 20(1), 21-33.
- Çığ, M. İ. (1996). Atatürk ve Türkiye'de Arkeoloji. *Erdem*, 9(26), 621-628.
- Marine-Roig, E. (2015). Religious tourism versus secular pilgrimage: The basilica of La Sagrada Família. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 3(1), 25-37.
- Meşeli, A. (2025). Diyarbakır'da kültür turizmi ve diğer çekicilikler, tespitler, sorunlar ve çözüm önerileri. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 13 (160), 131-165.
- Özdemir, M. (2017). Neolitik dönem Anadolu mimarisinden bir kesit: Çayönü. *Tarih ve Gelecek Dergisi*, 3(3), 248-265.
- Özensel, E. (2013). Doğu Toplumlarında ve Türkiye'de Birlikte Yaşama Arayışı: Çokkültürlülük Mü? Yoksa Yeni Bir Model Mi?. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 8(3), 1-17.
- Sezgin, M., & Karagöz, B. S. (2023). Turistik Destinasyon Tanıtımında Sosyal Medyanın Rolü: Göbeklitepe Örneği. *Alanya Akademik Bakış*, 7(3), 1161-1176.
- Yıldırım, M. (2017). Kültürel turizm ve kültürel mirası koruma: Diyarbakır Hasan Paşa Hanı örneği. *Mühendislik Dergisi*, 8 (2-Özel sayı), 335-344.

Akıllı Lezzetler Çağı: Turizm ve Gastronomi 4.0 Eksenine Üzerine Modern Restoran Yönetimi

Serkan GÜN^{1*}, Mehmet Nuri SEVGİN²

Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu/Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
Siirt Üniversitesi, Türkiye
serkan.gun@siirt.edu.tr

ORCID: 0000-0002-2501-1078

Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu/Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
Siirt Üniversitesi, Türkiye
²nurisevgin@siirt.edu.tr

ORCID: 0000-0002-6409-4814

Özet

Bu çalışma, Gastronomi 4.0 bağlamında modern restoran yönetiminin ve gastronomi turizminin ilişkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmada, dijitalleşme, akıllı mutfak teknolojileri ve yenilikçi tatların sektörel etkileri ele alınmıştır. Veri derleme aracı olarak literatür taraması yöntemi kullanılmıştır; sektörel raporlar ve akademik çalışmalar temel alınmıştır. Örnekleme, modern restoranların sürdürülebilirlik hedefleri ve müşteri memnuniyeti üzerine olan güncel verileri içermektedir. Analiz biçimi, bu unsurların stratejik planlamalara olan katkısı üzerinden gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak, restoranların yerel tatları küresel trendlerle birleştirerek sunduğu çok katmanlı deneyimlerin hem gastronomi turizmine hem de yerel mutfakların uluslararası tanıtımına büyük katkı sağladığı belirlenmiştir. Bu dönüşüm, ekonomik ve kültürel sürdürülebilirliği desteklemektedir.

Anahtar Sözcükler: Akıllı lezzetler çağı, Gastronomi 4.0, Modern restoran yönetimi

Abstract

This study aims to examine the relationship between modern restaurant management and gastronomy tourism in the context of Gastronomy 4.0. The study addresses the sectoral effects of digitalization, smart kitchen technologies and innovative tastes. The literature review method was used as a data collection tool; sectoral reports and academic studies were taken as basis. The sample includes current data on sustainability goals and customer satisfaction of modern restaurants. The analysis method was carried out based on the contribution of these elements to

strategic planning. As a result, it was determined that the multi-layered experiences offered by restaurants by combining local tastes with global trends make a great contribution to both gastronomy tourism and the international promotion of local cuisines. This transformation supports economic and cultural sustainability.

Keywords: Smart Taste Era, Gastronomy 4.0, Modern Restaurant Management

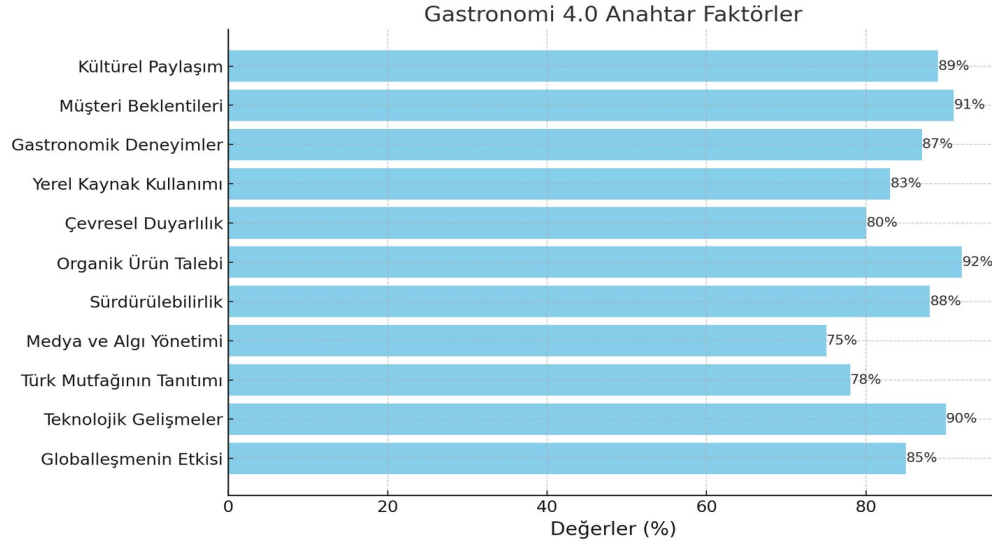
GİRİŞ

Bu çalışma, Gastronomi 4.0 çerçevesinde modern restoran yönetimi ile gastronomi turizminin ilişkisini ele almaktadır. Çalışmanın amacı, dijitalleşme, akıllı mutfak teknolojileri ve yenilikçi tatların sektördeki etkilerini incelemektir. Araştırma, literatür taraması yöntemiyle gerçekleştirilmiş olup, sektörel raporlar ve akademik çalışmalar temel alınarak yerel tatların modern yorumları, müşteri memnuniyeti, süreç optimizasyonu ve sürdürülebilirlik hedeflerine katkıları üzerinde durulmuştur. Giriş bölümünde, gastronominin ve turizmin birleşimi ile modern restoran yönetiminin evrimi anlatılmakta; özellikle akıllı tatlar kavramı çerçevesinde restoranların nasıl dönüştüğü vurgulanmaktadır. Restoranlar, yerel lezzetleri küresel trendlerle harmanlayarak çok katmanlı deneyimler sunmakta ve bu durumun gastronomi turizminin sürdürülebilir gelişimine olumlu etkileri olduğu kanıtlanmaktadır. Dijitalleşme ve akıllı teknolojilerin benimsenmesi, restoranların operasyonel verimliliğini artırmakta ve müşteri deneyimlerini çeşitlendirmektedir. Araştırma sonucunda, yerel tatların tanıtımının hem yerel mutfakların uluslararası bilinirliğe ulaşmasını sağladığı hem de yerel ekonomilere katkı sağladığı tespit edilmiştir. Bu tüm süreçler, gastronominin kültürel ve ekonomik sürdürülebilirliğinin altını çizmektedir. Sonuç olarak, bu çalışma, Gastronomi 4.0 döneminin modern restoran yönetimindeki önemini ve gastronomi turizminin gelecekteki fırsatlarını ortaya koymaktadır. Restoranlar için başarılı bir stratejinin, yerel kültürleri ve tatları koruyarak global pazarda fark yaratan deneyimler sunmak olduğu belirtilmektedir.

Kuram

Gastronomi 4.0 ve Akıllı Tatlar kavramı, dijital teknolojilerin restoran yönetimine entegrasyonu ile yerel lezzetleri küresel trendlerle birleştirerek müşteri deneyimlerini derinleştirmekte ve kişiselleştirmektedir. Modern restoranlar, teknolojik yenilikler sayesinde yemek hazırlama süreçlerini otomatikleştirip müşteri taleplerine hızlı yanıt vererek rekabet avantajı sağlarken, sosyal medya ve dijital platformları kullanarak müşteri katılımını artırmakta ve global pazarda varlıklarını güçlendirmektedir. Gastronomi 4.0, sürdürülebilirlik ve çevresel bilinç odaklı uygulamalarla yerel malzemelerin daha etkili kullanılmasını sağlayarak çevresel etkileri azaltırken gastronomik ve turistik deneyimleri zenginleştirmektedir. Özellikle Türk mutfakları gibi geleneksel mutfaklar, Gastronomi 4.0'ın sunduğu araçlarla uluslararası alanda daha geniş kitlelere ulaşma ve kültürel değerlerini tanıtmaya fırsatı bulmaktadır. Yemek gastronomi anlayışı artık sadece yemek sunumu değil, kültürel ve sosyal bir fenomen haline gelmiş, müşteri beklentilerinin artması ve gastronomik çeşitliliğin talep edilmesiyle restoran sahipleri yenilikçi yaklaşımlarla unutulmaz deneyimler sunma çabasına girmiştir. Sonuç olarak Gastronomi 4.0, hem gastronomik hem de turistik açıdan dönüm noktası sunarak yeni tatların ve kültürel deneyimlerin zenginleşmesine imkân tanımakta, bu da gastronomi turizmini geliştiren ve yerel kültürleri öne çıkaran toplumsal-

kültürel bir dönüşüm katkıda bulunmaktadır.2).



Bu grafik, Gastronomi 4.0 kapsamında belirlenen anahtar faktörlerin önem derecelerini göstermektedir. Her bir faktörün değerlilik yüzdeleri, gastronominin gelişiminde etkili olan unsurları vurgulamaktadır.

Modern turizm dinamikleri ve Gastronomi 4.0 kavramı, restoranların sadece yemek hizmeti sunmakla kalmayıp yerel kültürü ve kimliği sergileyen, gastronomik mirası sürdürülebilir şekilde aktaran vitrinler haline gelmesini sağlamıştır. Teknolojik gelişmeler, akıllı tatlar ve dijitalleşme, restoran yönetiminde veri analitiğinden yararlanma, müşteri deneyimlerini kişiselleştirme ve maliyetleri azaltma gibi yeni fırsatlar sunarken, tüketicilerin sadece lezzet değil aynı zamanda deneyim, estetik ve sürdürülebilirlik beklentileri de gastronomi sektörünün dönüşümünü hızlandırmıştır. Yerel mutfakların dünya ile paylaşılması ve özel gastronomi turlarının düzenlenmesi, turistlerin memnuniyetini artırırken bölgesel gastronomi ve kültür turizminin bilinirliğini yükselterek restoranlara rekabet avantajı sağlamakta ve müşteri sadakatini artırmaktadır. Modern restoran yönetimi, gastronomi ile etkileşimli bir ilişki kurarak turizm sektörünün merkezinde yer alırken, deneyim odaklı yaklaşımlarla hem gastronomik deneyimleri zenginleştirmekte hem de yerel ekonomilerin büyümesine katkıda bulunmaktadır. Bu bağlamda restoran yönetiminin önemi, gastronomiyi turizm aracı olarak kullanan destinasyonların yerel kültürel değerlerini daha geniş kitlelere ulaştırması ve uzun vadeli sürdürülebilir büyüme için kritik bir rol oynaması açısından giderek artmaktadır.

Yıl	Restoran Sayısı	Dijitalleşme Oranı (%)	Yemek İhtiyaçları Değişimi (%)
2020	300000	45	30
2021	320000	55	35
2022	350000	65	40
2023	370000	75	50

Gastronomi ve Turizm Sektöründeki Değişim Verileri

Antik dönemlerde yemek pişirme yolları ve malzeme kullanımı toplumların sosyal, ekonomik ve kültürel yapılarına bağlı olarak gelişirken, gastronomi ve yerel malzemelerin birleşimi günümüz gıda turizmi ve gastronomi 4.0 için örnek oluşturmaktadır (Karagiannis vd., 2015). Zengin gastronomik geleneklerin sergilendiği restoranlar ziyaretçilere kültürel deneyimler sunarken

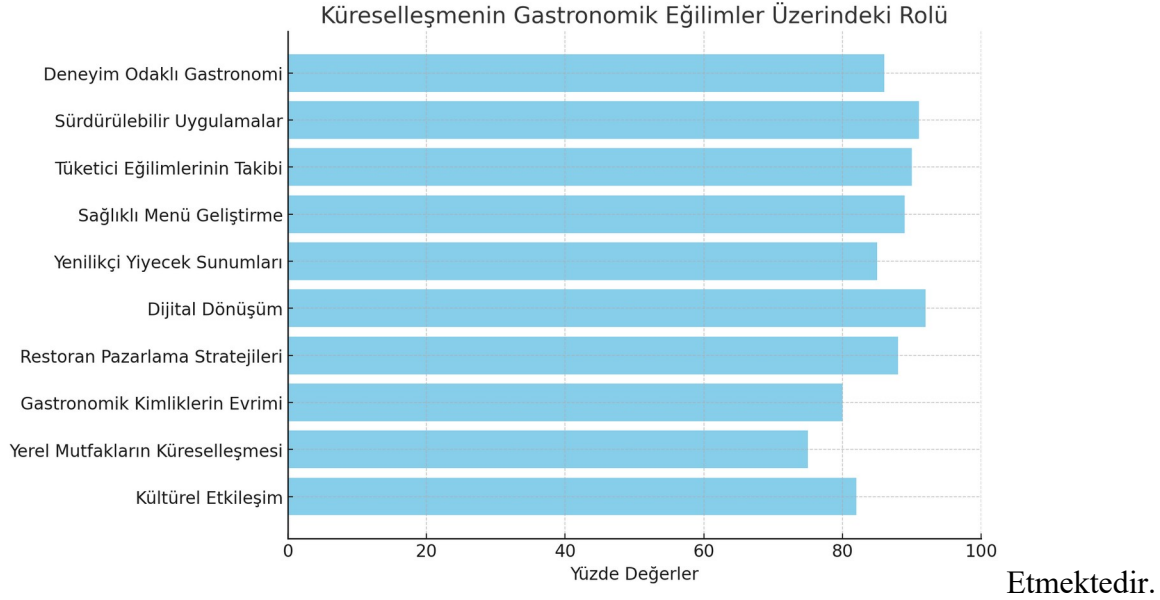
ekonomik faydalar sağlamakta, modern restoran yönetimi yerel tatların ve tariflerin sunumunu ön plana çıkararak hem yerel halkın hem de turistlerin ilgisini çekmektedir. Akıllı tatlar döneminde gastronomik deneyimler modern teknolojilerle birleşerek gastronomi ve turizm alanında yaratıcılığı artırmakta, bu da yerel kimlikler ve geleneksel tatların korunması için fırsat sunmaktadır (Karagiannis vd., 2015). Yerel mutfakların tanınması, yemek festivalleri ve gastronomik turlar gibi etkinlikler bölgelerin turizm potansiyelini artırırken yerel ekonomiyi güçlendirmekte, gastronomik deneyimlerin yerel unsurlarla birleştirilip yenilikçi çözümlere dönüştürülmesi hem turizmde rekabet avantajı sağlamakta hem de toplumsal bellek ve değerlerin korunmasına katkıda bulunmaktadır. Gastronominin tarihsel bağlamını anlamak modern restoran yönetiminde başarılı olmak için önemlidir, bu nedenle iş dünyası ve akademik çevreler, gastronominin derin geçmişine ve onunla ilgili kültürel mirasa önem vermelidir.

Dönem	Özellikler	Verimlilik	Ticaret	Turizm	Kaynak
Antik Dönem	Yerel malzemelerin kullanımı, basit pişirme teknikleri.	Sınırlı, el ile üretim ve sınırlı tarım uygulamaları.	Şehir-devletler arası değişim.	Yerel festivaller ve hac organizasyonları.	Kaygıt, 2021
Orta Çağ	Gelişmiş tarım teknikleri, baharat ve yeni tatların keşfi.	Tarımsal devrimler sayesinde artış.	İpek Yolu ve baharat ticareti.	Hac ve ticaret sebebiyle artış.	Aksu ve Yılmaz, 2022
Sanayi Devrimi	Masa düzeni, yemek sunumu standartları.	Endüstriyel üretim ile artan verim.	Globalleşme ve büyük ölçekli gıda üretimi.	Oteller ve restoran sayısında artış.	Özdemir, 2023
Modern Dönem	Dijitalleşme, farklı kültürlerden tatlar.	Teknoloji kullanımıyla optimize edilmesi.	Online sipariş ve teslimat sistemleri.	Gastronomi turizminin yükselişi.	Kaya, 2023

Gastronominin Tarihsel Bağlamı Verileri

Teknolojik yenilikler ve küreselleşme, restoran yönetiminde veri analizi ve yapay zekâ gibi dijital araçların kullanımını yaygınlaştırarak müşteri deneyimini kişiselleştirmiş, gıda güvenliğini artırmış ve sürdürülebilirlik hedeflerine katkı sağlamıştır. (Privitera vd., 2020)'te belirtildiği gibi, Sicilya gibi yerler yemek miraslarıyla hem ziyaretçiler hem de yerel ekonomiler için değer sunarken, dijital platformlar yerel tatların uluslararası pazarda tanıtımına fırsat vererek gastronomi turizmi açısından önemli rol oynamakta ve kültürel mirasın korunmasına olanak tanımaktadır. (Editörler: Kaya vd., 2021)'te ifade edilen değişim, özellikle Covid-19 pandemisi gibi olağanüstü durumlarda restoranları teknolojik yaklaşımları benimsemeye zorlayarak modern restoran yönetimi için yeni fırsatlar sunmuş, sağlık ve sürdürülebilir menülere olan ihtiyacı artırmıştır. Küreselleşme süreci yerel mutfakların dünya genelinde tanınmasına olanak sağlarken, İtalya gibi yemek destinasyonları bu etkileşimlerden yararlanarak ziyaretçileri ve yerel halkı besleyen bir döngü oluşturmaktadır. Malzeme tedarikinden müşteri hizmetine kadar uzanan teknolojik uygulamalar işletmelerin daha verimli çalışmasını sağlarken, professional mutfaklara yeni nesil

uygulamaların entegrasyonu sadece iş süreçlerini değil, gıda kültürünü de dönüştürmektedir.



İlk grafik, küreselleşmenin gastronomik eğilimler üzerindeki rolünü göstermektedir. Veriler, çeşitli anahtar eğilimlerin yüzdeleriyle birlikte sunulmuş olup, en yüksek yüzdeleri Dijital Dönüşüm ve Sürdürülebilir Uygulamalar gibi eğilimler almaktadır. Bu eğilimler, gastronomi dünyasında küreselleşmenin etkilerini ve dönüşüm süreçlerini vurgulamaktadır.

İlgili Çalışmalar

Gastronomik yerlerin başarısı, yalnızca ünük yemek deneyimleriyle değil, aynı zamanda bu deneyimlerin yönetim biçimleriyle de ilişkilidir. Dijitalleşmenin etkisi, restoran yönetimini tüketici beklentilerine cevap vermede değiştirir. Gastronomi 4.0 dönemi, yerel lezzetlerin uluslararası pazarlarda öne çıkmasına imkân tanır. Bu çerçevede, gastronomik deneyimlerin kalitesinin artırılması, turistlerin memnuniyetine doğrudan etki eder. Örneğin, başarılı bir yerde yerel ürünlerin ulaşılabilirliği ve sunumu, ziyaretçilerin unutulmaz deneyimler yaşamasına katkıda bulunur. Gastronomi deneyimi, sadece tadı değil, aynı zamanda kültürel bağ kurmayı da içerir; bu bağ, misafirlerin yeri tercih etme bağlılıklarını artırır. Bunun yanı sıra, gastronomik yerlerin marka değerlerinin artırılması, doğru stratejilerin uygulanmasıyla mümkündür. Yönetimciler, gastronomik deneyimleri geliştirmek için yerel topluluklarla iş birliği yaparak daha fazla katılım sağlayabilirler. Mesela, yerel çiftçilerle kurulan ilişkiler, malzeme tedarikini güvence altına almakla kalmaz, aynı zamanda ziyaretçilere taze ve gerçek lezzetler sunma fırsatı yaratır. Bunun yanında, gastronomik etkinliklerin yapılması ve yerel festivallerin desteklenmesi, turistlerin ilgisini çekmede önemli rol oynar. Gastronomik deneyimlerin tanıtımı, hedef pazarın beklentilerine uyum sağlamak için etkin bir şekilde yapılmalıdır; aksi halde, yer, global rekabette geri kalabilir. Son olarak, başarılı gastronomik yerlerin vaka incelemeleri, bu stratejilerin uygulanabilirliği ve etkilerini göstermek açısından değerlidir. Farklı bölgelerde gerçekleştirilen çalışmalar, yerel kültürlerin tüketici deneyimi üzerindeki etkilerini açıklarken, gastronomi yöneticilerine pratik bilgiler sunar. Örneğin, (Dias vd., 2023) üzerinde durulduğu gibi, gastronomik deneyimlerin artırılması; turistlerin memnuniyeti ve yer marka algısı ile doğrudan bağlantılıdır. Bu durum hem teori hem uygulama açısından gastronomik yerlerin yönetiminde önemli çıkarımlar sağlar. Ayrıca, bu tür örneklerin incelenmesi, işletmelerin misafir deneyimlerini geliştirmek için ihtiyaç duyduğu yenilikçi çözümleri bulmaları için kritik bir zemin oluşturur. Bu

açından, gastronomik yerlerin vaka incelemeleri, sadece akademik bir materyal değil, aynı zamanda uygulayıcılara rehberlik eden bir kaynak görevi görmektedir.

Destinasyon	Yıl	Ziyaretçi Sayısı	Gastronomi Deneyimi	Öne Çıkan Yemekler
Bologna, İtalya	2022	3000000	Yerli mutfakla yapılan turlar	Tagliatelle al Ragù, Tortellini
Tokyo, Japonya	2022	15000000	Sushi atölyeleri, geleneksel pazarlara ziyaretler	Sushi, Ramen
San Sebastián, İspanya	2022	5000000	Pintxos tadımı ve yürüyüş turları	Pintxos, İspanyol omleti
Lyon, Fransa	2022	2000000	Geleneksel bouchon restoranlarını keşfetme	Quenelles, Tarte Tatin
Bangkok, Tayland	2022	20000000	Sokak yemekleri turları ve pişirme dersleri	Pad Thai, Tom Yum

Başarılı Gastronomik Destinasyonlar Vaka Çalışmaları

Yöntem

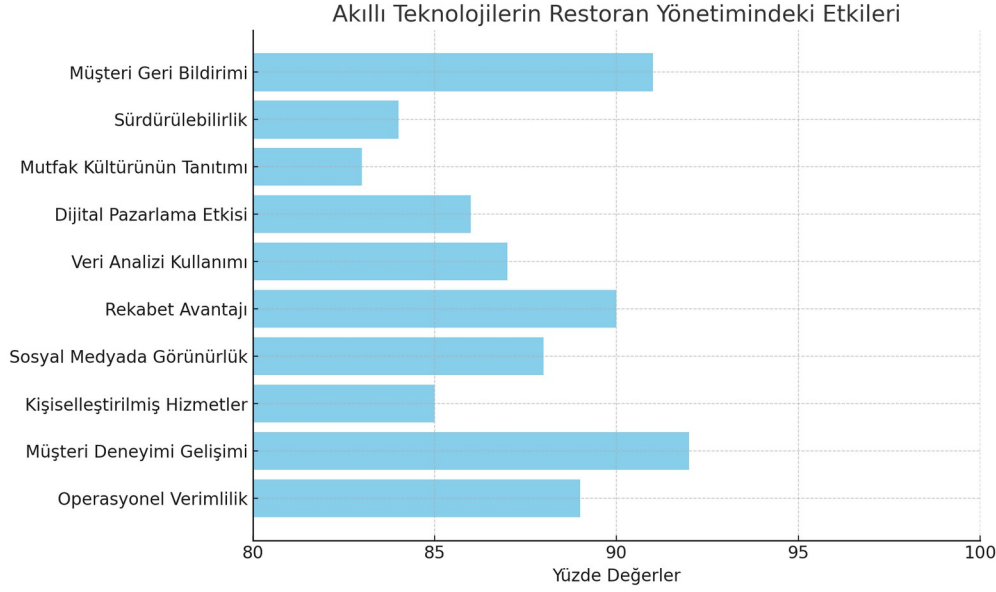
Günümüz restoran yönetiminde akıllı teknolojilerin kullanımı süreç verimliliğini artırırken müşteri deneyimini geliştirmekte, otomasyon sistemleri ve veri analizi gibi modern uygulamalar restoranların iş süreçlerini optimize etmesine ve müşterilere özel hizmetler sunmasına olanak tanırken, Yogyakarta ve çevresi gibi gastronomi merkezlerinde bilgi teknolojileri kullanımı daha fazla müşteri çekmekte, işletmelerin sürdürülebilirliğini sağlamakta ve sektörün gelişmesine katkıda bulunmaktadır (Asrihapsari vd., 2020). Teknolojinin entegrasyonu restoran sahiplerinin sosyal medya ve dijital pazarlama araçları aracılığıyla büyük kitlelere ulaşmasını sağlayarak gastronomi ve turizm alanında daha fazla görünürlük ve erişim imkânı sunarken, yerel mutfakların ve kültürel değerlerin tanıtımı için önemli fırsatlar yaratmakta, müşteriyle etkileşimin arttığı bu yeni uygulamalar restoranları yemek sunan yerlerden sosyal etkileşim ve deneyim alanlarına dönüştürmektedir. Veri toplama ve analiz yöntemleri restoranlara iş süreçlerini daha iyi anlama ve stratejik kararlar alma imkânı sağlarken, Türkiye gibi gastronomi odaklı ülkelerde akıllı uygulamaların yaygın kullanımı hem yerli hem de yabancı turistlerin ilgisini artırmakta, böylece akıllı teknolojilerin restoran yönetimindeki rolü verimlilikten öteye geçerek geniş bir kültürel ve

ekonomik

etki

alanı

yaratmaktadır.



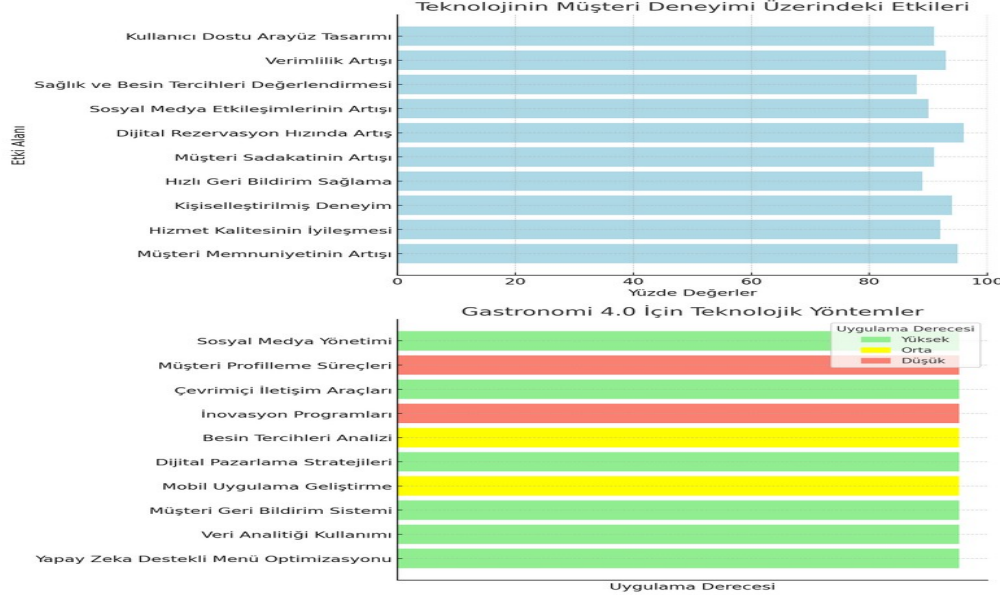
Aşağıdaki grafik, akıllı teknolojilerin restoran yönetimindeki etkilerini göstermektedir. Her bir etki alanının yüzde değerlerini görsel olarak özetlemekte, özellikle müşteri geri bildirimi ve müşteri deneyimi gelişimi gibi alanların öne çıktığını vurgulamaktadır.

Modern restoran yöneticiliğinde yapay zekâ ve veri analitiğinin kullanımı, müşteri deneyimini iyileştirmenin yanında, rezervasyon sistemleri ve envanter yönetimi gibi alanlarda otomasyon sağlayarak insan hatasını azaltmakta, işletme süreçlerini daha etkin hale getirmekte ve maliyetleri düşürmektedir. Bu teknolojilerin etkili olması için işletmelerin yeterli altyapıyı kurması ve verilerin doğru yorumlanması gerekir; özellikle Rusya'da restoran sektörünün dijital modele geçişi, müşteri deneyimi yönetiminin dönüşümünü zorunlu kılmıştır (Akhmedova Rimma, 2024), böylece rekabetçi pazarda yapay zekâ ve veri analitiği gibi yenilikçi unsurları benimseyen işletmeler sürdürülebilir büyüme stratejileri geliştirirken, özgün deneyimler sunarak müşteri bağlılığını artırmakta ve Akıllı Tatlar Döneminde gastronomi ve turizm arasında güçlü bir iş birliği yaratmaktadır. Restoranların müşteri tercihleri hakkında daha fazla bilgiye ulaşarak menü tasarımından pazarlama stratejilerine kadar hedefli hizmet sunabilmesi, yapay zekâ destekli sistemlerin entegrasyonu ile müşteri sadakatinin artması ve karlılığın olumlu etkilenmesi, bu dijital araçların günümüz restoranlarının gelişimi için önemli bir gereklilik haline gelmesini sağlamıştır.

Analiz ve Bulguların Yorumlanması

Günümüz restoran işletmeleri teknolojiyi kullanarak hizmet süreçlerini geliştirip müşteri bağlılığını artıran stratejiler geliştirirken, mobil uygulamalar, çevrimiçi rezervasyon sistemleri ve Gastronomi 4.0 düşüncesinin temelinde yer alan akıllı lezzetler, teknoloji ile müşteri deneyimini birleştirerek veri analitiği ve yapay zekâ gibi ileri düzey teknolojiler sayesinde müşteri tercihlerini analiz edip kişiselleştirilmiş hizmetler sunmaktadır. Covid-19 gibi dışsal faktörlerle hızlanan dijital dönüşüm süreçleri, restoranların teknolojiyi bir araç olarak değil kapsamlı bir müşteri deneyimi stratejisi olarak benimsemesini zorunlu hale getirmiş, bu durum hem müşteri memnuniyetini artırmakta hem de işletme verimliliğini olumlu yönde etkileyerek modern

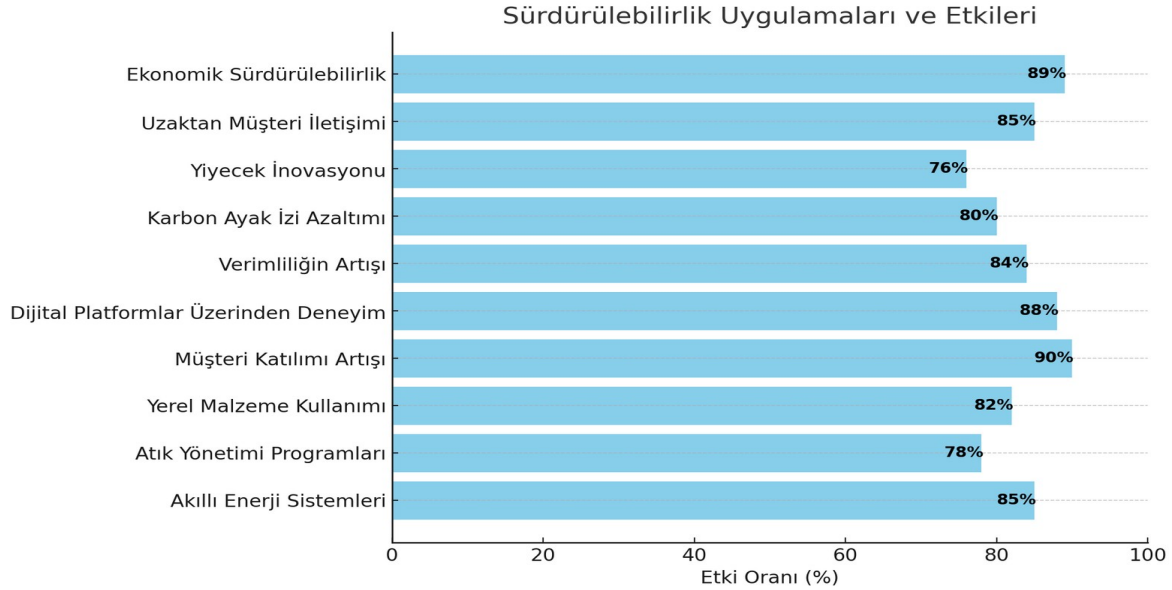
restoranların daha dinamik, esnek ve müşteri odaklı olmasını sağlamaktadır. Teknolojinin restoran yönetiminde ve müşteri ilişkilerinde merkezi rolü, restoranların rekabet avantajı kazanmasını sağlarken, müşteri geri bildirimleri, sosyal medya etkileşimleri ve satış verilerinin analizi menü geliştirme süreçlerine katkıda bulunmakta, böylece müşterinin görüşünün daha fazla duyulması işletmelerin sürdürülebilir gelişimine yardımcı olmaktadır.



Yukarıdaki grafikler, teknolojinin müşteri deneyimi üzerindeki etkilerini ve Gastronomi 4.0 için kullanılan teknolojik yöntemlerin uygulama derecelerini göstermektedir. İlk grafik, çeşitli etki alanlarının yüzde değerlerini sunarken, ikinci grafik ise farklı yöntemlerin uygulama derecelerine göre sınıflandırılmasını yapmaktadır.

Dijital dönüşüm, gastronomi ve turizm alanlarında sürdürülebilir uygulamaları sağlamak için önemli bir faktör olarak dikkat çekmektedir. Akıllı çözümler, restoran yönetimini daha verimli hale getirmek ve çevre üzerindeki etkileri azaltmak için büyük bir rol oynamaktadır. Örneğin, enerji verimliliği sağlayan akıllı enerji sistemleri ve atık yönetimi programları, restoranların karbon ayak izlerini azaltmalarına yardım etmektedir. Ayrıca, bu teknolojilerin kullanımı, restoranların sürdürülebilir malzeme seçimlerini desteklemekte ve yerel tedarik zincirleriyle etkileşimlerini artırmaktadır. Böylece, gastronomi ve turizmde oluşan ekosistemlerin çevresel sürdürülebilirliğe katkısı artmakta ve marka itibarı güçlenmektedir. Başka bir önemli konu ise akıllı çözümlerin müşteri katılımını artırma üzerindeki etkisidir. Modern restoran yönetimi, yemek deneyimlerini sadece pişirme ve sunum aşamalarıyla sınırlı bırakmayıp, dijital platformlarda interaktif deneyimler oluşturarak geliştirmektedir. Özellikle sanal gerçeklik uygulamaları, COVID-19 sonrası dönemde sanal yemek deneyimleri sunarak fiziksel mekân sınırlamalarını aşmayı başarmıştır ((Babolian Hendijani vd., 2024)). Bu yenilikler, tüketicilere daha kişisel ve etkileşimli bir deneyim sunarak gastronomi turizmini değiştirmektedir. Ayrıca, akıllı uygulamalar üzerinden toplanan veriler, işletmelerin müşteri tercihleri hakkında stratejiler geliştirmesine yardımcı olmakta ve rekabet gücünü artırmaktadır. Son olarak, bu akıllı uygulamaların restoranların iş modelleri üzerindeki etkisi de önemlidir. Araştırmalar, dijitalleşmenin işletmelerin verimliliğini artırma potansiyelinin olduğunu göstermekte ve yenilikçi iş modellerinin benimsenmesini teşvik etmektedir ((Barandiaran vd., 2021)). Gastronomi ve turizm 4.0 çağında, restoranların sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmaları için akıllı çözümleri benimsemeleri zorunlu

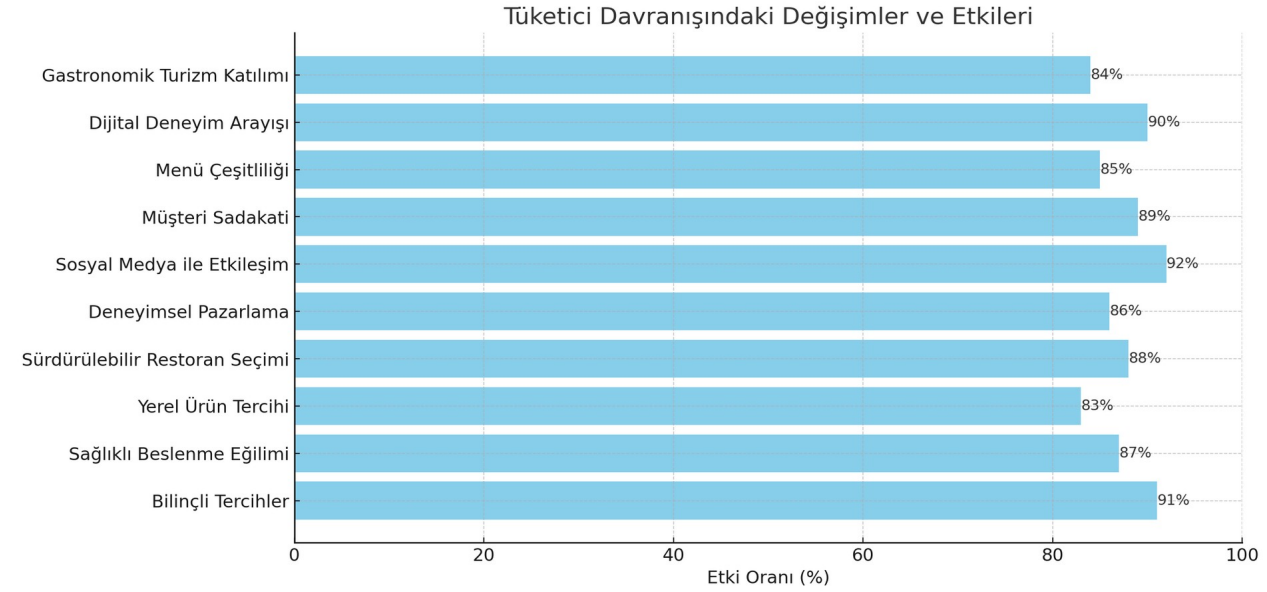
hale gelmiştir. Bu yüzden, işletmelerin akıllı teknolojilere yatırım yaparak hem çevresel hem de ekonomik sürdürülebilirliklerini geliştirmeleri önemlidir. Sonuç olarak, akıllı çözümler, gastronomi ve turizm endüstrisinde bir zorunluluk değil, sürdürülebilir bir gelecek için kritik bir strateji olarak görülmelidir.



Bu görsel, sürdürülebilirlik uygulamalarının etki oranlarını göstermektedir. Her bir uygulama türü, sağlanan etki oranı yüzdesi ile sıralanmıştır. En yüksek etki, müşteri katılımı artışı ile %90 olarak belirlenirken, en düşük etki ise yiyecek inovasyonu ile %76 olarak kaydedilmiştir.

Akıllı tatlar döneminde gastronomik deneyimler değişim gösterirken, tüketiciler restoran seçimlerinde sağlık, sürdürülebilirlik ve yerel ürünlerin önemini vurgulayan daha bilinçli seçimler yapmakta, bu da restoranların menü tasarımı ve pazarlama stratejilerini etkilemektedir. Ham madde seçiminden sunuma kadar her ayrıntı tüketici beklentileriyle ilişkilendirilirken, sosyal medya ve dijital platformların etkisiyle yayılan gastronomik deneyimler, teknoloji ile bütünleşik bir restoran yönetimi anlayışını zorunlu kılmakta ve çevresel sürdürülebilirliği destekleyen işletmelere rekabet avantajı sağlamaktadır. Tüketici davranışlarındaki bu değişim deneyimsel pazarlama stratejilerini öne çıkarırken, (Detay Yayıncılık, 2024) ifadesinde belirtilen değişiklikler, sektör profesyonellerinin yerel ve mevsimsel ürünleri vurgulayan, veri analitiği kullanan ve müşteri taleplerini daha iyi anlamaya yönelik yaklaşımlar geliştirmesi gerektiğini göstermektedir. Sonuç olarak modern restoran yönetimi, tüketicilerin akıllı tatlar döneminde beklediği kapsamlı bilgi ve deneyim talebini karşılamak için stratejik planlarını sürekli güncellemeli ve gastronomi

turizmindeki yenilikçi yaklaşımları takip etmelidir.



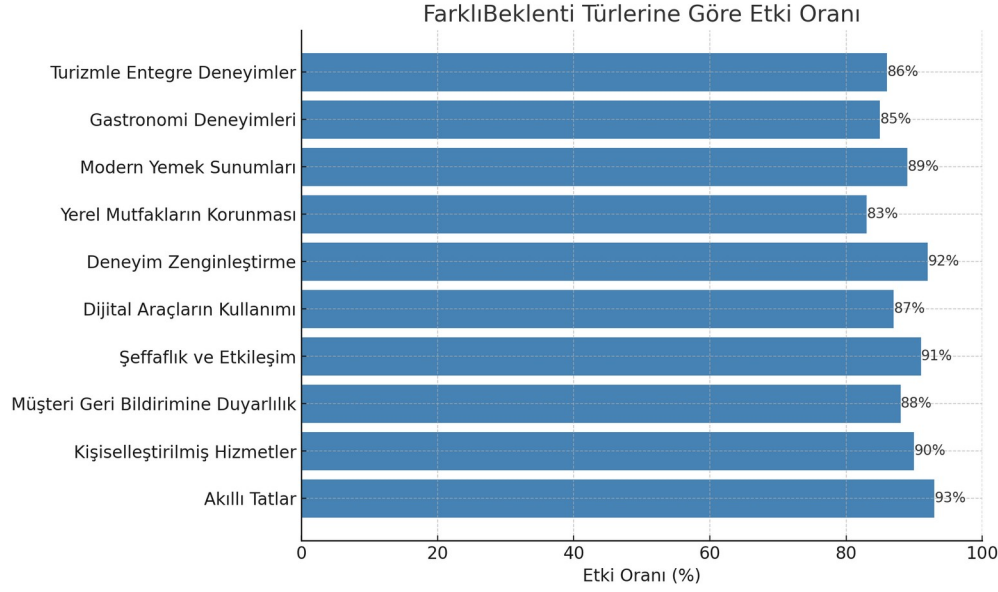
Bu grafik, Tüketici Davranışındaki Değişimler ve Etkileri konusundaki farklı davranış türlerinin etki oranlarını göstermektedir. En yüksek etki oranı yüzde 92 ile sosyal medya ile etkileşimde gözlemlenmekte, bunu yüzde 91 ile bilinçli tercihler takip etmektedir. Bu davranış türlerinin tümü, tüketici tercihlerini ve alışkanlıklarını önemli ölçüde etkilemektedir.

Modern restoran yönetiminde akıllı tatlar, tüketici beklentilerindeki değişiklikleri karşılama konusunda önemli bir rol oynarken, günümüz tüketicileri doyurucu bir deneyimin ötesinde tatların bir hikâye sunmasını istemekte, bu durum restoranların menü tasarımı ve hizmet yöntemlerini yeniden gözden geçirmesini gerektirmektedir. Gastronomi 4.0 döneminde dijitalleşmenin etkileriyle restoranlar müşteri geri bildirimlerine hızlıca ulaşıp menülerini buna göre ayarlayabilirken, tüketicilerin daha fazla şeffaflık ve etkileşim beklentisi, sektörde hizmet standardı değişimine yol açmakta, misafirlerin deneyimlerini zenginleştirmek için akıllı tatlar ve kişiselleştirilmiş hizmetler öncelik kazanmaktadır. Modern yemek sunumları ve akıllı tatlar, turistlerin gözünde bir yerin kültürel kimliğini zenginleştirirken yerel mutfakların korunmasına katkı sağlamakta, böylece restoranlar yemek sunan yerlerden öte, yerel kültürlerin ve değerlerin tanıtımını yapan hem yerel hem de uluslararası turistlerin beklentilerini karşılayarak destinasyonların rekabetçiliğine katkıda bulunan kurumlar haline gelmektedir. Sonuç olarak değişen tercihler ve beklentiler, gastronomi endüstrisinde işletmeler için zorluklar ve fırsatlar yaratırken, gastronomi turizminin dinamiklerini şekillendirmekte ve restoran yönetiminde

yenilikçi

yaklaşımları

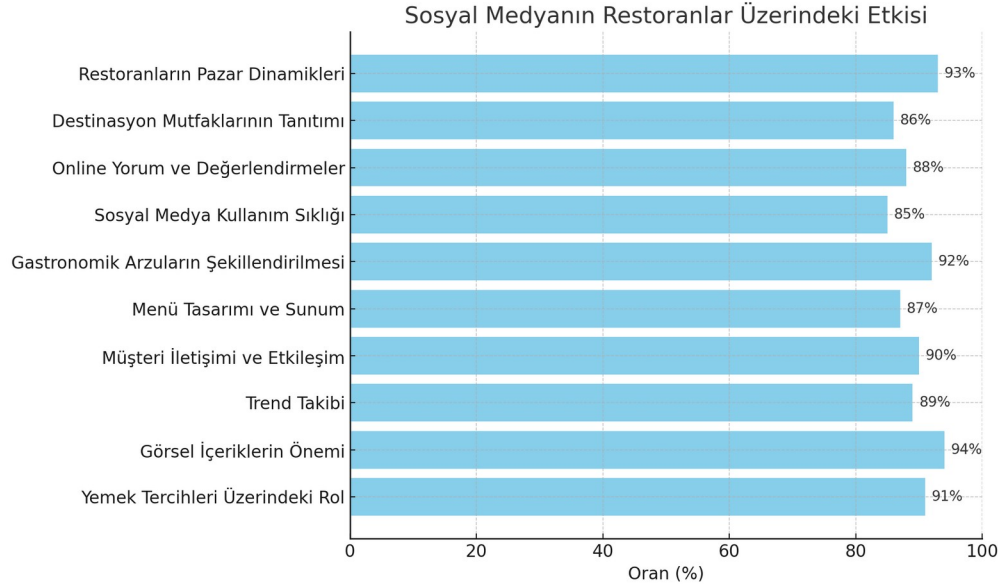
gerektirmektedir.



Bu grafik, farklı beklenti türlerinin etki oranlarını göstermektedir. Akıllı tatlar yüzde 93 ile en yüksek etki oranına sahipken, yerel mutfakların korunması yüzde 83 ile en düşük etki oranını almaktadır. Bu veriler, işletmelerin hangi alanlarda daha fazla dikkat göstermeleri gerektiğini vurgulamaktadır.

Sosyal medya platformları, yemek deneyimlerinin paylaşılmasına olanak tanıyarak kullanıcıların yiyecek-içecek tercihlerini şekillendiren bir alan haline gelmiş ve "akıllı tatlar" kavramıyla birleşince restoran yönetimi ve gastronomik turizm açısından dikkate değer sonuçlar vermiştir. Kullanıcılar gastronomi ile ilgili içerikleri izleyerek popüler lezzetler ve trendlerle ilgili bilgi almakta, sosyal medyadaki görsel içerikler ise gastronomi alanındaki estetik algıyı artırarak yemeğin deneyimlenmesini ve algısını doğrudan etkilemektedir. Kitlelerin beğenilerine ve paylaşımlarına göre oluşan trendler, restoranların menü tasarımlarını ve sunumlarını etkilemekte, bu da işletmeleri sosyal medyayı etkili bir pazarlama aracı olarak kullanmaya ve müşteri beklentilerini karşılama stratejileri geliştirmeye yönlendirmektedir. Restoranların sosyal medya stratejilerini ve iletişim yollarını yeniden düzenlemeleri, müşteri deneyimlerini zenginleştirmeyi amaçlayan bir yaklaşım halini almış ve bu süreç hem gastronomik turizmin gelişimine katkıda

bulunmakta hem de yenilikçi tatların ta



Sosyal medya etkisinin restoranlar üzerindeki farklı alanlardaki oranlarını gösteren çubuk grafik. Restoranların pazar dinamikleri %93 ile en yüksek orana sahipken, sosyal medya kullanım sıklığı %85 ile en düşük oranı temsil etmektedir.

Sağlık bilinci ve diyet eğilimleri modern restoran yönetiminde önem kazanırken, (Editörler: Kaya vd., 2021) çalışmasında belirtildiği gibi vegan, vejetaryen, glütensiz gibi beslenme stilleri işletmelerin menülerini ve hizmetlerini şekillendirmekte, akıllı tatlar ve teknoloji entegrasyonu da bu süreci desteklemektedir. Restoran sahipleri dijitalleşme süreçlerinin hızlanmasıyla iş gücü ve hizmet kalitesi arasında denge kurmaya çalışırken, dünya genelindeki ekonomik belirsizlikler ve pandemi gibi olağanüstü durumlar, mali sürdürülebilirliği tehdit etmekte ve müşteri alışkanlıklarını değiştirmektedir. Sürdürülebilirlik ve çevre dostu uygulamalar modern restoran yönetiminin vazgeçilmez parçası haline gelirken, (Detay Yayıncılık, 2024) kaynaklarının belirttiği gibi sağlık bilincine dayalı menü stratejileri, restoranların hem inovasyon yapmasına hem de çevresel sürdürülebilirliğe katkıda bulunmasına olanak sağlamaktadır. Teknolojik yenilikler, sosyal medyanın artan etkisi ve değişen müşteri beklentileri karşısında işletmelerin esnek kalarak bütünleşmiş çözümler geliştirmeleri, atık yönetimi, enerji verimliliği ve çevre dostu ambalajlama konularında öncülük etmeleri gerekmektedir. Sonuç olarak, Gastronomi 4.0 döneminde başarılı olabilmek için restoranların sadece kâr odaklı olmayıp toplumsal ve çevresel sorumlulukları da hesaba katan, sağlık bilinci ve diyet eğilimlerine uyumlu stratejiler benimsemeleri, yerel ve uluslararası düzeyde tüketicilerin taleplerini karşılayarak uzun vadeli rekabet avantajı kazanmaları hayati önem taşımaktadır.

Zorluk	Yüzde	Kaynak
Yüksek İşgücü Maliyeti	68	Küresel Restoran Endüstrisi Raporu 2023
Tedarik Zinciri Sorunları	54	Dünya Gıda ve İçecek Derneği 2023
Dijitalleşme Yetersizliği	62	Restoran Teknolojileri Araştırması 2023
Sürekli Müşteri Değişimleri	59	Müşteri Deneyimi ve Sadakati Raporu 2023
Sürdürülebilirlik Talepleri	71	Sürdürülebilir Restoran Gelişimi Raporu 2023

Modern Restoran Yönetiminin Zorlukları

Gastronomi sektöründeki doymuş pazarda benzer yiyecek ve içecek sunan işletmeler arasında artan rekabet, menü çeşitliliğini ve misafir deneyimini etkileyerek restoranların sadece ürün sunumlarıyla kalmayıp yaratıcı ve yeni deneyimler sunma zorunluluğunu ortaya çıkarmaktadır. Modern tüketicilerin geleneksel tatların dışına çıkma arayışı, restoranların dijital teknolojileri kullanarak, müşteri geri bildirimlerine dayalı menü güncellemeleri yaparak ve yerel-mevsimsel ürünleri tercih ederek pazardaki konumlarını güçlendirmelerine yol açmaktadır. Yoğun rekabet ortamında başarı, gastronomik özelliklerin yanı sıra müşteri deneyimi ve teknolojik yeniliklerle şekillenirken, güçlü bir marka hikayesi oluşturmanın ve deneyimleri ön plana çıkarmanın önemi artmaktadır. Gastronomi 4.0 çerçevesinde rekabetin doğası sadece maliyet ve kaliteyle değil yaratılan deneyimlerin derinliğiyle de ilişkili olduğundan, restoranların turizm sektöründe tercih edilme oranlarını artırmak için yenilikçi ve akıllı tatlar yaratmaları başarı için temel gereklilik haline gelmektedir. Sonuç olarak modern restoran yönetimi, değişen tüketici beklentilerini karşılamak için sürekli dönüşüm içinde olmalı, gastronomi-turizm ilişkisini güçlendirerek rekabet avantajı elde etmek amacıyla teknolojik yenilikleri ve yaratıcı pazarlama stratejilerini etkili biçimde kullanılmalıdır.

Yemek Türü	Restoran Sayısı	Pazar Payı (%)	Yıllık Büyüme Oranı (%)
İtalyan Mutfağı	150	25	5
Türk Mutfağı	120	20	4
Asya Mutfağı	100	15	6
Fast Food	180	30	3
Vejetaryen Seçenekler	30	10	7

Doymuş Bir Pazardaki Rekabet Verileri

Geleneksel yemek unsurları ve yerel malzemeler modern restoran yönetiminde önemli bir yer tutarken, turistlerin beklentileri doğrultusunda geleneksel mutfakların korunması ve yeni sunum biçimleriyle birleştirilmesi, işletmelere özel bir değer yaratma fırsatı sunmaktadır. Akıllı lezzet yaklaşımlarını benimseyen restoranlar, geleneksel tatları modern yorumlarla bir araya getirerek misafirlerine farklı deneyimler sunarken, müşterilerin sağlıklı ve sürdürülebilir seçenekler arayışını karşılamak için düzenleyici sağlık standartlarına uyum sağlamak ve şeffaf olmak hem yerel hem de uluslararası düzeyde işletmelerin sürdürülebilirliği ve rekabet gücü açısından önem kazanmaktadır. Teknolojik yeniliklerin entegrasyonu, sağlık denetim verilerinin dijital platformlarda izlenmesi ve hijyen yönetimi süreçlerinin otomatikleştirilmesi gibi uygulamalarla restoranlar müşteri memnuniyetini artırırken, gastronomi sektöründe bilinçli tüketim eğilimleri ve müşteri tercihlerinin evrimi iş yapma biçimlerini değiştirmekte, sağlıklı menü seçenekleri sunan işletmeler rekabet avantajı elde etmektedir. Gelenek ve yenilik arasındaki denge sürdürülebilir bir restoran yönetimi için gerekli olduğundan, gastronomi 4.0 ile gelen yenilikler ve dinamik sağlık standartları yaklaşımı sektörde esneklik sağlarken, işletmelerin yerel kültürleri ve geleneksel lezzetleri öne çıkarıp aynı zamanda yeniliği de benimsemeleri, gelecekteki gastronomik alanlarda yer edinmelerine yardımcı olmaktadır.

Yıl	Restoran Sayısı	Düzenleyici Denetimler	Uygulanan Para Cezası (TL)	Sağlık Standartları Uygulama Oranı (%)
2022	25000	15000	5000000	85
2023	27000	18000	6000000	88
2024	30000	20000	7000000	90

Düzenleyici ve Sağlık Standartları İstatistikleri

Gelişmekte olan teknoloji ve değişen müşteri beklentileri gastronomi ve turizm alanlarında yeni ve sürdürülebilir yenilikler yaratırken, (Editörler: Kaya vd., 2021) Covid-19 pandemisinin etkisiyle hızlı bir dönüşüm yaşandığını göstermekte, artık müşteriler sadece fiziksel yemek deneyimleri aramamakta, aynı zamanda teknolojinin sunduğu imkanları da değerlendirmektedir. Küresel rekabetin arttığı sektörde (Chan vd., 2023) yerel gastronomi ve kültürel unsurların global trendlerle birleştirilmesinin sürdürülebilirliğe katkıda bulunduğunu belirtirken, sanal ve artırılmış gerçeklik (SAG) uygulamaları müşteri deneyimini geliştirmekte, (Babolian Hendijani vd., 2024) araştırmaları dijital platformlarda sunulan sanal gastronomi deneyimlerinin geleneksel turizm anlayışını dönüştürdüğünü göstermektedir. Modern restoran yönetiminde büyük veri ve yapay zekâ uygulamaları menü tasarımıyla müşteri geri bildirimlerinin analizine kadar birçok alanda önem kazanırken, gastronomik yeniliklerin sürdürülebilirlikle birleştirilmesi çevresel etkileri azaltıp maliyetleri düşürürken, yerel ve organik malzemelerin teknoloji yardımıyla daha verimli kullanılmasını sağlamaktadır. Gastronomi alanında sürdürülebilirlik stratejilerine odaklanması ve etik değerlendirmeler tüketici bilincinin arttığı bu dönemde yemek ve turizm alanında yeni bir anlayış getirirken, işletmelerin rekabet avantajı kazanmasına yardımcı olmakta ve sadece gastronomik deneyimlerin dijitalleşmesini değil aynı zamanda restoranların sürdürülebilir büyüme ve başarı için gerekli olan uyum yeteneklerini de artırmaktadır.

Yıl	Sektör	Sürdürülebilir Uygulama Oranı (%)	Etik Kaynak Kullanım Oranı (%)
2021	Restoran	65	45
2022	Restoran	72	50
2023	Restoran	80	60

Sürdürülebilirlik ve Etik Değerlendirmeler

SONUÇ

Yemek sektörü, teknoloji ve modern yönetim yöntemlerinin birleşmesiyle Gastronomi 4,0 olarak adlandırılan yeni bir döneme girmiştir ve bu süreçte (Özgönül vd., 2022) eğitim unsurlarının restoranların yaratıcılığını artırması gerektiğini vurgularken, dijitalleşme ve hikâye anlatımı gibi unsurlar modern restoranların müşterilerle etkileşimlerini köklü bir şekilde değiştirmiştir. (Andreas Kallmuenzer vd., 2022) başarılı restoranların web sitelerinde şeflerin rolü ve aile geçmişine vurgunun azalmasının müşteri algısı üzerindeki etkisini gösterirken, akıllı tatların kullanımı yiyeceklerin hazırlanması ve sunumunda yenilikçi yöntemler getirerek müşteri memnuniyetini artırmakta ve restoranların rekabet gücünü güçlendirmektedir. Turistler gittiği yerlerin kültür ve yemek mirasıyla etkileşimde bulunmayı beklerken, restoranların yerel tatları akıllıca sunması bu beklentileri karşılamada etkili olup, yerel malzemelerin kullanımı ve yenilikçilik bir araya gelerek gastronomi turizminin dinamiklerini yeniden tanımlamaktadır. Akıllı tatların uygulanması, restoranların daha rekabetçi olmalarına yardımcı olmanın yanı sıra çalışanların eğitimine yatırım yaparak hizmet kalitesini artırmalarını teşvik ederken, modern restoran yönetiminin Gastronomi 4.0 ile birleşmesi günümüz seyahat ve turizm dinamiklerini değiştirmektedir. (Chan vd., 2023) ve (Ko vd.) referansları bu değişimlerin ardındaki kullanıcı beklentilerini ve deneyim seviyesini anlamak için değerli bir zemin sağlarken, gelecek araştırmalarda özellikle akıllı lezzetler konseptinin nasıl oluştuğu ve bu süreçte yerel gastronomik unsurların rolü detaylı bir şekilde incelenmelidir. Restoran yönetiminde geleceğe yönelik stratejiler sadece teknoloji ile sınırlı kalmamalı, sürdürülebilirlik ve yerel kaynak kullanımı gibi unsurlar da dikkate alınmalı, böylece yerel lezzetlerin akıllı teknolojilerle birleşmesi, restoranların hem tüketici deneyimlerini hem de sürdürülebilirlik uygulamalarını geliştirmesi sağlanmalıdır.

Araştırma Tur	Yüzyıl	Öneri	Potansiyel Büyüme	Kaynak
Gastronomi Uygulaması	4.021. Yüzyıl	Akıllı tatların entegrasyonu	15%	Dünya Gastronomi Derneği, 2023
Sanal Gerçeklik Etkileşimi	21. Yüzyıl	Restoran deneyimlerinde VR kullanımı	10%	Uluslararası Turizm Araştırmaları Dergisi, 2023
Dijital Menü Sistemleri	21. Yüzyıl	Akıllı telefonlarla etkileşimli menü	20%	Restoran Yönetimi Raporu, 2023

Gelecek Araştırmalar için Çıkarımlar Verileri

Modern restoran yönetimi, Turizm ve Gastronomi 4.0 entegrasyonunu sağlarken, teknoloji ve sürdürülebilirlik kavramları birleşmektedir. Bu durumda, zeki tatlar çağında gastronomi yönetimini etkileyen önemli unsurlardan biri, müşteri deneyimini artırmaya yönelik dijital çözümlerin eklenmesidir. Restoranlar, yapay zekâ tabanlı sistemlerle müşteri tercihlerini inceleyerek, akıllı menüler ve özel öneriler sunabilmektedir. Böylece, gastronomik deneyim zenginleşmekte ve maliyet yönetimi sürdürülebilir hale gelmektedir. Bu süreçte, gastronomi ve turizm sektörü arasındaki iş birliği, daha çok kırsal ve kentsel alanların tanıtımını sağlamakta ve bu alanlardaki yerel tatların keşfedilmesine olanak tanımaktadır; bu da genel olarak gastronomi turizminin ilerlemesine katkı yapmaktadır. Kullanıcı dostu dijital platformlar, restoranların müşteri geri bildirimlerini toplamasını ve incelemesini kolaylaştırarak, yenilikçiliği teşvik etmektedir. 4.0 dönemi ile müşterilerin dijital etkileşimde bulunabilmesi, gastronomik hizmetlerin kalitesini artırırken, turizm deneyimlerini de zenginleştirmektedir. Bu sürecin bir parçası olarak, çevrimiçi rezervasyon sistemleri ve sosyal medya üzerinden yapılan tanıtımlar, gastronomi turizminin görünürlüğünü artırmakta ve restoran işletmecilerine farklı kitlelere ulaşma şansı vermektedir. Restoranların bu rekabetçi ortamda kalması için yenilikçi çözümler üretmesi ve müşteri taleplerini karşılaması gereklidir. Bu açıdan, Turizm ve Gastronomi 4.0 entegrasyonu, yalnızca sektörün sürdürülebilir gelişimi için değil, yerel kültürel değerlerin korunması için de fırsatlar sunmaktadır. Son olarak, Turizm ve Gastronomi 4.0 entegrasyonu, yalnızca teknik bir dönüşüm değil, kültürel ve toplumsal bir değişim sürecini de göstermektedir. Yerel mutfakların global gastronomi trendleriyle bir araya gelmesi, zengin lezzet deneyimleri sunmakta ve farklı kültürler arasında bağlantılar kurmaktadır. Bu durum, restoranların menülerini çeşitlendirmekte ve yerel malzemelerin ve tariflerin ön plana çıkmasını sağlamaktadır. Böylece, gastronomik deneyimler, müşterilerin damak zevklerini değil, aynı zamanda kültürel kimliklerini yansıtan unsurlar olmaktadır. Restoranların bu tür yaratıcı birleşmelerle güçlenmesi, onları sadece tüketim alanları olmaktan çıkartarak, kültürel etkinlikleri ve sosyal etkileşimleri destekleyen merkezler haline getirmektedir. Bu işlev, ekonomik ve sosyal sürdürülebilirlik sağlamada önemli bir rol oynamaktadır.

Yıl	Turizm_geliri_milyar_dolar	Gastronomi_istihdam_sayı	Akıllı_restoran_oranı	Yatırım_miktarı_milyar_dolar
2021	700	9000000	25%	50
2022	800	9500000	30%	70
2023	900	10000000	35%	90

Turizm ve Gastronomi 4.0 Entegrasyonu Üzerine Veriler

Kaynakça

- (2024). "Advances in managing tourism across continents volume 4". Detay Yayıncılık. <https://wlv.openrepository.com/bitstream/2436/625738/1/MTCON%2724%20PROCEEDINGS%20FULL%20PAPER.pdf>
- (2024). "Advances in managing tourism across continents volume 4". Detay Yayıncılık. <https://wlv.openrepository.com/bitstream/2436/625738/1/MTCON%2724%20PROCEEDINGS%20FULL%20PAPER.pdf>
- (2024). "Advances in managing tourism across continents volume 4". Detay Yayıncılık. <https://wlv.openrepository.com/bitstream/2436/625738/1/MTCON%2724%20PROCEEDINGS%20FULL%20PAPER.pdf>
- (2024). "Advances in managing tourism across continents volume 4". Detay Yayıncılık. <https://wlv.openrepository.com/bitstream/2436/625738/1/MTCON%2724%20PROCEEDINGS%20FULL%20PAPER.pdf>
- (2024). "Advances in managing tourism across continents volume 4". Detay Yayıncılık. <https://wlv.openrepository.com/bitstream/2436/625738/1/MTCON%2724%20PROCEEDINGS%20FULL%20PAPER.pdf>
- (2024). "Advances in managing tourism across continents volume 4". Detay Yayıncılık. <https://wlv.openrepository.com/bitstream/2436/625738/1/MTCON%2724%20PROCEEDINGS%20FULL%20PAPER.pdf>
- (2024). "Advances in managing tourism across continents volume 4". Detay Yayıncılık. <https://wlv.openrepository.com/bitstream/2436/625738/1/MTCON%2724%20PROCEEDINGS%20FULL%20PAPER.pdf>
- (2024). "Advances in managing tourism across continents volume 4". Detay Yayıncılık. <https://wlv.openrepository.com/bitstream/2436/625738/1/MTCON%2724%20PROCEEDINGS%20FULL%20PAPER.pdf>
- (2024). "Advances in managing tourism across continents volume 4". Detay Yayıncılık. <https://wlv.openrepository.com/bitstream/2436/625738/1/MTCON%2724%20PROCEEDINGS%20FULL%20PAPER.pdf>
- (2024). "Advances in managing tourism across continents volume 4". Detay Yayıncılık. <https://wlv.openrepository.com/bitstream/2436/625738/1/MTCON%2724%20PROCEEDINGS%20FULL%20PAPER.pdf>
- (2024). "Advances in managing tourism across continents volume 4". Detay Yayıncılık. <https://wlv.openrepository.com/bitstream/2436/625738/1/MTCON%2724%20PROCEEDINGS%20FULL%20PAPER.pdf>
- (2024). "Advances in managing tourism across continents volume 4". Detay Yayıncılık. <https://wlv.openrepository.com/bitstream/2436/625738/1/MTCON%2724%20PROCEEDINGS%20FULL%20PAPER.pdf>
- Afrizal, Teuku, Md. Ramli, Adilah, Mohd Noor, Harifah (2022). "Globalisation's Impact on Local Food Identity in Kota Kinabalu, Sabah, Malaysia". 'e-IPH Ltd.'. <https://core.ac.uk/download/539335357.pdf>
- Akhmedova Rimma (2024). "Transformation of customer experience management in the restaurant business in the context of digitalization". EDP Sciences. <https://core.ac.uk/download/616919161.pdf>
- Andreas Kallmuenzer, Nathalie Montargot, Sascha Kraus (2022). "Haute cuisine three-star restaurants' representation on websites and dining guides: a lexicometric analysis". <https://core.ac.uk/download/589962769.pdf>
- Andreas Kallmuenzer, Nathalie Montargot, Sascha Kraus (2022). "Haute cuisine three-star restaurants' representation on websites and dining guides: a lexicometric analysis". <https://core.ac.uk/download/589962769.pdf>

- Arizankovska, Jadranka, Jasmina, Majstoroska, Lazarov, Darko (2021). "Qualitative Analysis of preliminary priority areas in the smart specialization process in the Republic of North Macedonia". <https://core.ac.uk/download/491219046.pdf>
- Asrihapsari, Andi, Setiawan, Doddy (2020). "The use of information technology by restaurants in Joglosemar, the mainstay city of Indonesian culinary". 'Universitas Trisakti'. <https://core.ac.uk/download/347647589.pdf>
- Babolian Hendijani, Roozbeh, Jaszus, Kathrin (2024). "The rise of virtual food tourism experiences: integrating diffusion of innovation theory and self-determination theory". University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management. <https://core.ac.uk/download/613208038.pdf>
- Babolian Hendijani, Roozbeh, Jaszus, Kathrin (2024). "The rise of virtual food tourism experiences: integrating diffusion of innovation theory and self-determination theory". University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management. <https://core.ac.uk/download/613208038.pdf>
- Barandiaran, Xabier, Lakidain Artieda, Asier, Unceta Satrústegui, Alfonso (2021). "Digitalisation of Creative Industries Fostered by Collaborative Governance: Public Innovation Labs in Gipuzkoa". 'MDPI AG'. <https://core.ac.uk/download/395211385.pdf>
- Campos Ibáñez, Luis Miguel, Viñán-Ludeña, Marlon S. (2021). "Analyzing tourist data on Twitter: a case study in the province of Granada at Spain". 'Emerald'. <https://core.ac.uk/download/395154412.pdf>
- Campos Ibáñez, Luis Miguel, Viñán-Ludeña, Marlon S. (2021). "Analyzing tourist data on Twitter: a case study in the province of Granada at Spain". 'Emerald'. <https://core.ac.uk/download/395154412.pdf>
- Chan, Ching Han, Sciacca, Angelo, Singh, Sonal Hukampal, von Schomberg, vd. (2023). "The 3-M framework of circular entrepreneurship in the tourism and hospitality sector". University of South Florida, M3 Publishing. <https://core.ac.uk/download/604030328.pdf>
- Chan, Ching Han, Sciacca, Angelo, Singh, Sonal Hukampal, von Schomberg, vd. (2023). "The 3-M framework of circular entrepreneurship in the tourism and hospitality sector". University of South Florida, M3 Publishing. <https://core.ac.uk/download/604030328.pdf>
- Chan, Ching Han, Sciacca, Angelo, Singh, Sonal Hukampal, von Schomberg, vd. (2023). "The 3-M framework of circular entrepreneurship in the tourism and hospitality sector". University of South Florida, M3 Publishing. <https://core.ac.uk/download/604030328.pdf>
- Chan, Ching Han, Sciacca, Angelo, Singh, Sonal Hukampal, von Schomberg, vd. (2023). "The 3-M framework of circular entrepreneurship in the tourism and hospitality sector". University of South Florida, M3 Publishing. <https://core.ac.uk/download/604030328.pdf>
- Chan, Ching Han, Sciacca, Angelo, Singh, Sonal Hukampal, von Schomberg, vd. (2023). "The 3-M framework of circular entrepreneurship in the tourism and hospitality sector". University of South Florida, M3 Publishing. <https://core.ac.uk/download/604030328.pdf>
- Chan, Ching Han, Sciacca, Angelo, Singh, Sonal Hukampal, von Schomberg, vd. (2023). "The 3-M framework of circular entrepreneurship in the tourism and hospitality sector". University of South Florida, M3 Publishing. <https://core.ac.uk/download/604030328.pdf>
- Chan, Ching Han, Sciacca, Angelo, Singh, Sonal Hukampal, von Schomberg, vd. (2023). "The 3-M framework of circular entrepreneurship in the tourism and hospitality sector". University of South Florida, M3 Publishing. <https://core.ac.uk/download/604030328.pdf>
- Chan, Ching Han, Sciacca, Angelo, Singh, Sonal Hukampal, von Schomberg, vd. (2023). "The 3-M framework of circular entrepreneurship in the tourism and hospitality sector". University of South Florida, M3 Publishing. <https://core.ac.uk/download/604030328.pdf>
- Chan, Ching Han, Sciacca, Angelo, Singh, Sonal Hukampal, von Schomberg, vd. (2023). "The 3-M framework of circular entrepreneurship in the tourism and hospitality sector". University of South Florida, M3 Publishing. <https://core.ac.uk/download/604030328.pdf>
- Chan, Ching Han, Sciacca, Angelo, Singh, Sonal Hukampal, von Schomberg, vd. (2023). "The 3-M framework of circular entrepreneurship in the tourism and hospitality sector". University of South Florida, M3 Publishing. <https://core.ac.uk/download/604030328.pdf>
- Chan, Ching Han, Sciacca, Angelo, Singh, Sonal Hukampal, von Schomberg, vd. (2023). "The 3-M framework of circular entrepreneurship in the tourism and hospitality sector". University of South Florida, M3 Publishing. <https://core.ac.uk/download/604030328.pdf>
- Chan, Ching Han, Sciacca, Angelo, Singh, Sonal Hukampal, von Schomberg, vd. (2023). "The 3-M framework of circular entrepreneurship in the tourism and hospitality sector". University of South Florida, M3 Publishing. <https://core.ac.uk/download/604030328.pdf>

- Dias, Á., Kovalenko, A., Pereira, L., Simões, vd. (2023). "Gastronomic experience and consumer behavior: Analyzing the influence on destination image". 'MDPI AG'.
<https://core.ac.uk/download/554500816.pdf>
- Dias, Á., Kovalenko, A., Pereira, L., Simões, vd. (2023). "Gastronomic experience and consumer behavior: Analyzing the influence on destination image". 'MDPI AG'.
<https://core.ac.uk/download/554500816.pdf>
- Dias, Á., Kovalenko, A., Pereira, L., Simões, vd. (2023). "Gastronomic experience and consumer behavior: Analyzing the influence on destination image". 'MDPI AG'.
<https://core.ac.uk/download/554500816.pdf>
- Editörler: Kaya, Alper, Uslu, Sinan, Yetiş, Zekeriya, Zafer Kavacık, vd. (2021). "International Congress of Emerging Trends in Tourism (ICETT 2021)". NEÜ Yayınları.
<https://core.ac.uk/download/568287409.pdf>
- Editörler: Kaya, Alper, Uslu, Sinan, Yetiş, Zekeriya, Zafer Kavacık, vd. (2021). "International Congress of Emerging Trends in Tourism (ICETT 2021)". NEÜ Yayınları.
<https://core.ac.uk/download/568287409.pdf>
- Editörler: Kaya, Alper, Uslu, Sinan, Yetiş, Zekeriya, Zafer Kavacık, vd. (2021). "International Congress of Emerging Trends in Tourism (ICETT 2021)". NEÜ Yayınları.
<https://core.ac.uk/download/568287409.pdf>
- Editörler: Kaya, Alper, Uslu, Sinan, Yetiş, Zekeriya, Zafer Kavacık, vd. (2021). "International Congress of Emerging Trends in Tourism (ICETT 2021)". NEÜ Yayınları.
<https://core.ac.uk/download/568287409.pdf>
- Editörler: Kaya, Alper, Uslu, Sinan, Yetiş, Zekeriya, Zafer Kavacık, vd. (2021). "International Congress of Emerging Trends in Tourism (ICETT 2021)". NEÜ Yayınları.
<https://core.ac.uk/download/568287409.pdf>
- Fontefrancesco, Michele Filippo, Pieroni, A., Vandebroek, I. (2021). "Traditional Food Knowledge: New Wine Into Old Wineskins?". Place: Losanna. <https://core.ac.uk/download/611867610.pdf>
- Hoang, Dang Minh Hang, Le, Phuong Khanh Linh (2020). "Developing Culinary Tourism Experiences for Inbound Travellers in Vietnam". <https://core.ac.uk/download/323462222.pdf>
- Ismoilov, Jasur (2017). "Stated and Revealed Preferences on Gastronomic Tourism in Santiago de Compostela". <https://core.ac.uk/download/87073792.pdf>
- Janzen, Jennifer (2011). "The Design of Food". 'University of Waterloo'.
<https://core.ac.uk/download/144144891.pdf>
- Karagiannis, Dimitris, Metaxas, Theodore (2015). "Culinary Tourism in Greece: Can the past define the future? A comparative analysis by using 10 case studies".
<https://core.ac.uk/download/213976545.pdf>
- Karagiannis, Dimitris, Metaxas, Theodore (2015). "Culinary Tourism in Greece: Can the past define the future? A comparative analysis by using 10 case studies".
<https://core.ac.uk/download/211618079.pdf>
- Karagiannis, Dimitris, Metaxas, Theodore (2015). "Culinary Tourism in Greece: Can the past define the future? A comparative analysis by using 10 case studies".
<https://core.ac.uk/download/213976545.pdf>
- Karagiannis, Dimitris, Metaxas, Theodore (2015). "Culinary Tourism in Greece: Can the past define the future? A comparative analysis by using 10 case studies".
<https://core.ac.uk/download/211618079.pdf>
- Ko, Sanha. "Food tours in Korea: an investigation of foreign tourists' perceptions of food tour service attributes". <https://core.ac.uk/download/pdf/48500199.pdf>
- Ko, Sanha. "Food tours in Korea: an investigation of foreign tourists' perceptions of food tour service attributes". <https://core.ac.uk/download/pdf/48500199.pdf>
- Ko, Sanha. "Food tours in Korea: an investigation of foreign tourists' perceptions of food tour service attributes". <https://core.ac.uk/download/pdf/48500199.pdf>

- Özgönül, Sedef, Öztürk, Betül (2022). "Fatores Ambientais que Influenciam a Criatividade Culinária sob a Perspectiva de Profissionais da Cozinha Turca". Universidade Federal de Juiz de Fora/UFJF. <https://core.ac.uk/download/552588068.pdf>
- Özgönül, Sedef, Öztürk, Betül (2022). "Fatores Ambientais que Influenciam a Criatividade Culinária sob a Perspectiva de Profissionais da Cozinha Turca". Universidade Federal de Juiz de Fora/UFJF. <https://core.ac.uk/download/552588068.pdf>
- Özgönül, Sedef, Öztürk, Betül (2022). "Fatores Ambientais que Influenciam a Criatividade Culinária sob a Perspectiva de Profissionais da Cozinha Turca". Universidade Federal de Juiz de Fora/UFJF. <https://core.ac.uk/download/552588068.pdf>
- Privitera, Donatella (2020). "A view on culinary tourism- case study of Catania, Italy". Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego. <https://core.ac.uk/download/576820447.pdf>
- Sahoo, Debasis (2020). "Promoting Culinary Heritages as a Destination Attraction: A Case Study of Ancient Temple Food ‘Mahaaprasaada’". Dublin Institute of Technology. <https://core.ac.uk/download/301314530.pdf>
- Seaman, Alana N. (2022). "“When you mix the best of high society with the best of high society”: culinary cannabis and the US hospitality industry". NISC Pty Ltd. <https://core.ac.uk/download/551548794.pdf>
- Seidel, Sarah (2019). "Zooming out — Local food at the border: the case of the Emsland and Veenland". NISC Pty Ltd. <https://core.ac.uk/download/478442142.pdf>
- Traynor, Mark (2013). "Innovative Food Product Development using Molecular Gastronomy: a Focus on Flavour and Sensory Evaluation". Dublin Institute of Technology. <https://core.ac.uk/download/301307718.pdf>

Dijital İzlerde Kültürel Miras Algısı: TripAdvisor Üzerinden Diyarbakır Surları Üzerine Nitel Bir Analiz

Taner NUR^{1*}, Gülseren ÖZALTAŞ SERÇEK²

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü/ Turizm İşletmeciliği
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye

^{1*} tanernur@gmail.com

ORCID: 0000-0002-2599-7375

Turizm Fakültesi/Turizm İşletmeciliği
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye

² gulserenozaltassercek@artuklu.edu.tr

ORCID: 0000-0001-6552-4559

Özet

Bu çalışmanın temel amacı, UNESCO (2025) Dünya Mirası Listesi'nde yer alan Diyarbakır Kalesi ve Hevsel Bahçeleri Kültürel Peyzajı içinde yer alan ve TripAdvisor çevrimiçi platformunda Diyarbakır Surları başlığı altında paylaşılan ziyaretçi yorumlarını tematik analiz yöntemiyle detaylıca inceleyerek, surların ziyaretçi algısındaki yerini ve deneyim dinamiklerini ortaya koymaktır. Surlar, hem mimari ihtişamıyla hem de bölgenin kültürel kimliğini temsil eden yapı unsurları olarak algılanmaktadır (Geçikli, vd., 2024; Çaylak vd., 2024).

Dijitalleşme ile birlikte sosyal medya platformları, kullanıcıların deneyimlerini paylaşımlarını kolaylaştırarak hem iletişim hem de bilgi edinme süreçlerinin merkezine yerleşmiştir. Çevrimiçi yorumlar, bu dönüşümde kritik bir rol oynamaktadır ve tüketicilere önceki kullanıcı deneyimlerini doğrudan aktarma imkânı sunmaktadır, Çevrimiçi yorumlar kurumların itibarı ile güvenilirliğini şekillendirirerek hem kurumların hemde tüketicilerin karar verme sürecini etkilemektedir (Pocchiari vd., 2025). Sosyal medya araçları ve çevrimiçi yorum platformları, gezginlerin bilgi arama süreçlerinin ayrılmaz bir parçası hâline gelmiştir. Aynı zamanda kültürel miras yönetiminde kullanıcı yorumlarının kullanımı, koruma ile kullanım arasındaki kritik dengeyi kurmada yöneticilere de yol göstermektedir (Alipour vd., 2024). Literatürde çevrimiçi yorumların kültürel miras alanlarının sürdürülebilir yönetimi, tanıtımı ve dolayısıyla, ziyaretçi memnuniyetinin de artırılması açısından değerli veri kaynakları olduğu vurgulanmaktadır (Xu, vd., 2024; Contu, vd., 2024). Buna karşın Türkiye'de, kültürel miras alanlarına yönelik kullanıcı merkezli nitel analizlerin sınırlı olması, Diyarbakır Surları gibi çok katmanlı destinasyonların yönetim ihtiyaçlarının tam olarak anlaşılmasını zorlaştırmaktadır. Bu noktada, TripAdvisor gibi platformlarda paylaşılan kullanıcı yorumları, destinasyon yöneticileri için yol gösterici veriler sunmaktadır (Özdemir ve Topaloğlu, 2023)

Bu bağlamda, araştırmada Ekim 2011– Mayıs 2025 yılları arasında TripAdvisor’da Diyarbakır Surları başlığı altında paylaşılan tüm dillerde yaklaşık 278 yorum arasından ayıklanan 191 Türkçe yorum analiz edilmiştir. Analiz sürecinde Braun ve Clarke’ın (2006) altı aşamalı tematik analiz yaklaşımı kullanılmış; yorumlar anlam birimlerine ayrılmış, kodlanmış ve ortak anlamsal özelliklere göre dört ana temada toplanmıştır. Kodlamanın güvenilirliğini artırmak amacıyla, her kodun frekans analizi de yapılmıştır.

Tablo 1: Temalar ve Kodlar

Tema	Kodlar (Alt Kategoriler)	Frekans (n)	Açıklama / Örnek Yorum Vurgusu
1.Ziyaretçi Deneyimi ve Duygusal Algı	Olumlu Duygusal Deneyim, Büyülenme, Hayranlık, Mekânsal Hafıza / Tarih Yolculuğu	130	Ziyaretçilerin surlara karşı “hayran kaldım”, “büyüleyici”, “tarihle yüzleşme hissi” gibi duygusal tepkileri.
2.Tarihi ve Kültürel Değer	Genel Tarihi Vurgu, Dünya Mirası / Değer, Kültürel Kimlik, Tarihi Atmosfer	157	Diyarbakır Surları’nın tarihi geçmiş, UNESCO miras değeri ve kültürel sembol oluşuna dair vurgular.
3.Turizm Olanakları ve Çevre Etkileşimi	Manzara ve Konum (Hevsel Bahçeleri, Dicle Nehri), Yerel Halk Etkileşimi, Fotoğraf Deneyimi	96	Ziyaretçilerin doğal çevreyle etkileşimi, manzara fotoğrafları, yerel halkla iletişim.
4.Fiziksel Durum ve Yönetim	Bakım ve Temizlik Sorunları, Yönlendirme Eksiklikleri, Erişim / Güvenlik Problemleri, Belediyecilik Eleştirileri	63	“Bakımsız”, “kötü koku”, “bilgilendirme tabelası yok” gibi yönetsel eleştiriler.

Analiz bulguları, yorumların dört ana tema altında toplandığını göstermektedir: Ziyaretçi Deneyimi ve Duygusal Algı, Tarihi ve Kültürel Değer, Turizm Olanakları ve Çevre Etkileşimi, ve Fiziksel Durum ve Yönetim. Ziyaretçi Deneyimi ve Duygusal Algı, en baskın tema olarak öne çıkmıştır; “olumlu duygusal deneyim” kodu (n = 104), katılımcıların surlara yönelik “hayranlık” ve “büyülenme” ifadeleriyle güçlü bir duygusal bağ kurduklarını göstermektedir. Bu bağ, “mekânsal hafıza / tarih yolculuğu” koduyla (n = 26) desteklenmiş; bu da surların fiziksel varlığını aşan bir duygusal-kültürel bağ kurma mekânı olarak algılandığını ortaya koymaktadır. Tarihi ve Kültürel Değer teması altında “genel tarihi vurgu” (n = 98) ve “Dünya Mirası / değer” (n = 59) kodları sıkça dile getirilmiştir.

Buna karşın, Fiziksel Durum ve Yönetim teması altında yer alan eleştirel bulgular dikkat çekicidir. “Bakım ve temizlik sorunları” (n = 35) kodu, ziyaretçilerin “bakımsızlık”, “kötü koku” ve “belediyecilik eksikliği” gibi olumsuz deneyimleri paylaştıklarını göstermektedir. Turizm Olanakları ve Çevre Etkileşimi temasında, “manzara ve konum” (n = 68) kodu Hevsel Bahçeleri ile Dicle Nehri manzarasının sur deneyimini önemli ölçüde zenginleştirdiğini göstermektedir; “yerel halk etkileşimi” (n = 28) ise ziyaretçilerin deneyimini sosyal düzeyde olumlu etkileyen unsurdur.

Bu araştırmanın sonuçları, Diyarbakır Surları’nın tarihsel ve estetik değerlerinin güçlü bir kültürel çekicilik yarattığını doğrulamaktadır. Ancak ziyaretçi memnuniyeti ve mirasın sürdürülebilirliği açısından, operasyonel yönetim kalitesini artırıcı stratejiler geliştirilmesi zorunludur. Özellikle temizlik ve koku sorunlarına kalıcı çözümler getirilmesi, erişim ve güvenlik sorunlarının

giderilmesi ve ziyaretçilerin bilgi erişim beklentilerini karşılayacak LLM tabanlı (Large Language Model) Büyük Dil Modeli gibi dijital rehberlik araçlarının entegrasyonu önerilmektedir (Guidotti, vd., 2025). Bu öneriler, surların küresel miras niteliğini koruyarak ziyaretçi deneyimini bütüncül biçimde iyileştirmeye katkı sağlayabilir.

Anahtar Sözcükler: Diyarbakır surları, TripAdvisor, Kültürel miras, Tematik analiz, Ziyaretçi deneyimi, LLM

Kaynakça

- Alipour, A., Olyaei, S., Tizani, S., & Bazi, M. (2024). Balancing Conservation and Tourism in Cultural Heritage Sites: A Sustainable Management Framework Based on Stakeholder Engagement. *Journal of Cultural Heritage*, 65, 1024-1038.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Çaylak, N., Karaca, G., & Düzgün, E. (2024). Kültürel Miras Yönetiminde Ziyaretçi Deneyimi, Bilgilendirme Stratejileri ve Toplumsal Katılımın Önemi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(1), 101-118.
- Contu, M., Fadda, N., Fanelli, L., Marras, M., & Montaldo, D. (2024). Mining Online Tourist Reviews for User-Centered Cultural Heritage Management. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 4(1), 1-15.
- Geçikli, S., Şen, E., & Özdemir, O. (2024). Kültürel Miras Turizmi ve Toplumsal Katılım İlişkisi: Sürdürülebilirlik Bağlamında Bir İnceleme. *International Journal of Heritage Studies*, 30(2), 175-195.
- Guidotti, R., Pandolfo, S., & Pulina, A. (2025). The Future of Heritage Tourism Analysis: Leveraging LLMs and Aspect-Based Sentiment Analysis on Digital Footprints. *Tourism Management Perspectives*, 54, 101234.
- Özdemir, M. A., & Topaloğlu, C. (2023). Visitors' experiences towards sustainability challenges in archaeological-heritage sites: a netnographic study on ancient city of knidos, turkey. *Enlightening Tourism: A Pathmaking Journal*. <https://doi.org/10.33776/et.v13i1.7396>
- Pocchiari, M., Proserpio, D., & Dover, Y. (2023). Online Reviews: A Literature Review and Roadmap for Future Research. *SSRN Electronic Journal*. 10.2139/ssrn.4565563.
- UNESCO (2015). Diyarbakır Kalesi ve Hevsel Bahçeleri Kültürel Peyzajı. (World Heritage List). Erişim Adresi: <https://whc.unesco.org/en/list/1488> (Erişim Tarihi: 8 Ekim 2025).
- Xu, Q., Xu, Y., & Ma, C. (2024). "Analysis of contemporary value and influence of intangible cultural heritage based on online review mining." ("Analysis of contemporary value and influence of intangible cultural ...") *PLOS ONE*, 19(12), e0315805. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0315805>

Diyarbakır Taş İşlemeciliği: Kültürel ve Tarihsel Analiz

Bahar BURTAN DOĞAN¹, Kadriye MİRZADE^{2*}

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi/İktisat
Dicle Üniversitesi, Türkiye
baharburtandogan@yahoo.com

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi/İktisat
Dicle Üniversitesi, Türkiye
kadriyemirzade@gmail.com

ORCID: 0000-0003-1509-6984

Özet

Diyarbakır, tarih boyunca Mezopotamya'nın kalbinde stratejik ve kültürel bir merkez olarak yükselmiş, farklı medeniyetlerin kesişim noktası olmuş, binlerce yıllık bir mirası günümüze taşıyan eşsiz bir şehirdir. Bu kadim kentin kimliğini biçimlendiren en güçlü unsurlardan biri, volkanik kökenli bazalt taşlarıdır. Bu taşlar, yalnızca Diyarbakır'ın surlarını ve konutlarını inşa etmekle kalmamış, camilerden kiliselere, hanlardan hamamlara kadar uzanan yapı çeşitliliğinde estetik ve yapısal bir bütünlük sağlamıştır. Bazalt taşları, şehrin mimarisine dayanıklılık kazandırmanın ötesinde, farklı toplulukları ortak bir tarihî ve kültürel zeminde birleştiren bir rol üstlenmiştir. Taş, burada sadece bir yapı malzemesi değil; geçmişin izlerini günümüze taşıyan, kültürel kimliği somutlaştıran ve şehrin tarihî hafızasını koruyan canlı bir anlatıcıdır. Her işlenmiş taş, her kabartma ve motif, Diyarbakır'ın zengin tarihinin, çok katmanlı kültürünün ve toplumsal bütünlüğünün sessiz ama güçlü birer göstergesidir. Taşın bu benzersiz gücü, Diyarbakır'ı sadece tarihî bir şehir olmaktan çıkarıp, geçmişle bugün arasında sürekliliği sağlayan, kültürel ve mekânsal bir deneyime dönüştürmektedir.

Diyarbakır'da taş işlemeciliği, yalnızca bir yapı geleneği veya teknik bir beceri olmanın ötesinde, şehrin tarihî, kültürel ve toplumsal dokusunu bir araya getiren merkezi bir unsurdur. Bazalt taşının kullanımı ve ustaların emeği, Diyarbakır'ın mimari estetiğini, dayanıklılığını ve kimliğini şekillendirmiştir. Taşın birleştirici gücü, farklı inanç ve toplulukların tarihî yapılar üzerinden ortak bir kültürel mirası paylaşmasını sağlamış, böylece şehirde hem estetik hem de toplumsal bir bütünlük oluşmuştur. Dolayısıyla Diyarbakır'da taş işlemeciliği, şehrin geçmişini anlamak, kültürel değerlerini korumak ve tarihî mirasını geleceğe taşımak için vazgeçilmez bir anahtar niteliği taşır. Bu bağlamda taş, Diyarbakır'ın hem tarihî kimliğini hem de şehrin yaşayan kültürel hafızasını ortaya koyan en güçlü sembol olarak öne çıkmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Diyarbakır, Taş İşlemeciliği, Bazalt Taş, Tarihi Miras.

Kaynakça

- Aktürk, D. (Yönetmen). (2024). Diyarbakır'a biçim veren taş: Diyarbakır bazalt taşı [Belgesel]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=gJOEbrCC2N4>
- Bedirhanoglu, İ. (2020). Diyarbakır taş yapılarının mimari sırları. Diyarbakır Dergisi, 1(1), 45–58.
- Dağtekin, E. E. (2018). Coğrafi İşaret Olarak Diyarbakır Bazalt Taşı ve Tescili. Electronic Journal of Social Sciences, 17(66), 851-860.
- Dağtekin, E. E. (2018). Coğrafi İşaret Olarak Diyarbakır Bazaltı. Dicle Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Dergisi, 9(2), 1–10.
- Dağtekin, E. E. Ve Kahraman, F. (2021). Diyarbakır Surlarında Bazalt Kullanımı. Türkiye 11. Uluslararası Mermer ve Doğal Taş Kongresi ve Sergisi (MERSEM 2021) Bildiriler Kitabı (ss. 215–223). Maden Mühendisleri Odası Yayınları.
- Demir, Ş., Pıçak, M., & Yıldırım, M. (2022). Diyarbakır Mermer Sektörünün Mevcut Durumu Ve Sorunları Üzerine Alan Araştırması, Turkish Business Journal, 3(6), 29-49.
- Dicle Üniversitesi Mimarlık Fakültesi. (2018). Geçmişten günümüze Diyarbakır'daki bazalt taş işçiliği. Dicle Üniversitesi Açık Erişim Sistemi. <https://acikerisim.dicle.edu.tr/items/17469baa-fbb5-4f26-a682-e4417dc0ed96/full>
- Dimod. (2019, 27 Aralık). Sur Evlerinde Bazalt Taşı Kullanımı. Dimod Haber.
- Diyarbakır Kara Taşının Hikayesi. (2024). Ne Haber Ajansı. <https://www.nehaberajansi.com/diyarbakir-kara-tasinin-hikayesi/>
- Doğadaki Taşlar Diyarbakır'da Kadınların Elinde Değerleniyor. (2023). Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/yasam/dogadaki-taslar-diyarbakirda-kadinlarin-elinde-degerleniyor/2796661>
- Gülşen, B. A. Ş. (2010). Diyarbakır'daki Geleneksel Konut Mimarisinde Süsleme Anlayışı. History Studies, 2, 1.
- Haspolat, K. Tarihten Günümüze Diyarbakır (Konferans) Tüm Yönleriyle 2. Diyarbakır Sempozyumu. DİTAV. Ankara 16-17 Aralık 2010.
- Kabaçam, B. (2024). El Sanatı Geleneğinde Usta-Çırak İlişkisi: Yaşayan İnsan Hazine Örneği, Milli Folklor, 36(142).
- Kahveci, A. E., & Kadayıfçı, A. (2013). Diyarbakır Yöresi Bazalt Taşının Yapısal Özelliklerinin İncelenmesi. Uluslararası Teknolojik Bilimler Dergisi, 5(3), 56-69.
- Ne Haber Ajansı (2023). Diyarbakır'ın bazalt taşlarını sanat eserine dönüştürüyor. Ne Haber Ajansı. <https://www.nehaberajansi.com/diyarbakirin-bazalt-taslarini-sanat-eserine-donusturuyor/>

- Okumuş, E. (2014). Diyarbakır El Sanatlarında İslamî Motifler–Bir Giriş Denemesi. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 1(1), 93-106.
- Özkan, M. (2025). Tarihi Diyarbakır Camilerinde Bulunan Yıldız Sembollerinin, Estetik, Ezoterik ve Sembolik Mesajları Üzerine Bir İnceleme. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 24(1), 328-350.
- Taşlıgil, Nuran., & Şahin, Güven (2016). Yapı Malzemesi Olarak Kullanılan Türkiye Doğal Taşlarının İktisadi Coğrafya Odağında Analizi. Marmara Coğrafya Dergisi, (33), 607-640.
- TRT 2. (2023). Diyarbakır mimarisi ve bazalt taşı [Belgesel]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=F4DAh3YqVdI>
- Yandex YaÖzet. (2023). *Diyarbakır'da taş işleme sanatı yeniden canlanıyor*. Yandex. <https://yandex.com.tr/yaozet/education/diyarbakir-da-tas-isleme-sanati-yeniden-canlaniyor-video-id1-cq91ulA0>
- Yarış, S. (2020). Geleneksel Diyarbakır evlerinde taş figürler. Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 9(2), 170–186.

Teşekkür

Diyarbakır bazalt taşı ve işlemeciliği üzerine yürüttüğüm bu çalışmada, değerli bilgi ve deneyimleriyle katkı sunan taş ustası sayın Mahmut Nurettin Medyeliogulları'na içten teşekkürlerimi sunarım.

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında Afyonkarahisar Gaziantep ve Hatay'ın Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi

Gökhan KADIRHAN^{1*}

Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu/Turizm İşletmeciliği Bölümü
Şırnak Üniversitesi, Türkiye
gokhankadirhan@sinak.edu.tr

ORCID:0000-0001-6011-7786

Özet

Gastronomi, yalnızca bir beslenme biçimi değil, aynı zamanda kültürel kimliğin ve ekonomik kalkınmanın önemli bir unsuru olarak kabul edilmektedir. Günümüzde şehirlerin turistik markalaşmasında mutfak kültürü stratejik bir rol üstlenmektedir. Bu bağlamda UNESCO'nun 2004 yılında başlattığı Yaratıcı Şehirler Ağı (UCCN), kentlerin kültürel çeşitliliklerini koruyarak yaratıcı endüstriler aracılığıyla sürdürülebilir kalkınmalarını teşvik etmektedir (Gülduran & Saltık, 2020). Türkiye'de bu ağa gastronomi alanında dahil edilen üç önemli şehir; Gaziantep, Hatay ve Afyonkarahisar'dır. Bu çalışma, söz konusu şehirlerin gastronomi turizmi potansiyellerini, UNESCO üyeliğinin turizm hareketliliği üzerindeki etkilerini ve gastronomi odaklı kalkınma süreçlerini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Araştırma, nitel bir yaklaşım çerçevesinde yürütülmüş olup, literatür taraması yöntemi temel alınmıştır. UNESCO'nun resmi verileri, Türkiye Millî Komisyonu kayıtları, yerel yönetim raporları ve akademik çalışmalardan yararlanılmıştır (UNESCO Türkiye Millî Komisyonu, 2025). Bu doğrultuda, her üç şehirde gastronomi turizminin ekonomik, kültürel ve sürdürülebilirlik boyutları incelenmiştir. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı, şehirlerin yerel mutfak kültürlerini uluslararası düzeyde görünür kılarken, gastronomiyi kültürel diplomasi ve sürdürülebilir turizmin aracı hâline getirmektedir (Björk & Kauppinen-Räsänen, 2016). Türkiye özelinde bakıldığında, Gaziantep, Hatay ve Afyonkarahisar şehirlerinin her biri, kendine özgü gastronomik miraslarıyla bu sürece katkı sağlamaktadır.

Gaziantep, 2015 yılında UNESCO tarafından Türkiye'nin ilk "Yaratıcı Gastronomi Şehri" olarak ilan edilmiştir. Şehir, Antep fıstığı, baklava, kebab ve baharat çeşitliliğiyle dünya çapında bir mutfak markası oluşturmıştır. Tarih boyunca İpek Yolu üzerinde bulunması, farklı medeniyetlerle kurduğu kültürel etkileşim ve coğrafi işaretli ürünlerinin zenginliği, Gaziantep'in gastronomi turizmini destekleyen temel unsurlardır (Süzer & Özkanlı, 2020). Şehrin gastronomi potansiyeli, uluslararası festivaller ve "GastroAntep Fest" gibi etkinliklerle desteklenmekte; yerel ekonomiye önemli katkılar sağlamaktadır (Karataş & Akay, 2024). UNESCO üyeliği, Gaziantep'in yalnızca gastronomi alanında değil, aynı zamanda film, müzik ve el sanatları gibi yaratıcı sektörlerde de gelişimini hızlandırmıştır (Göktaş, 2021).

Hatay, 2017 yılında gastronomi alanında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na dahil edilmiş ve 600'ün üzerinde yemek çeşidiyle kültürel bir sentez mutfaklığı olarak öne çıkmıştır (Taştan &

İflazoğlu, 2018). Hatay mutfağı, Arap, Süryani, Ermeni ve Türk mutfak kültürlerinin birleşiminden doğmuş, farklı din ve kültürlerin bir arada yaşadığı hoşgörü ortamını yansıtmaktadır (Kaypak & Uçar, 2021). UNESCO üyeliği sonrasında Hatay’da düzenlenen “GastroFest” gibi etkinlikler, kentin turistik çekiciliğini artırmıştır.

Afyonkarahisar ise 2019 yılında gastronomi şehri unvanını almış, böylece Türkiye’nin üçüncü UNESCO gastronomi şehri olmuştur. Şehir, termal turizm odaklı bir destinasyon kimliğine sahipken, gastronomi alanındaki çeşitliliği ile turizm ürünlerini zenginleştirmiştir. Sucuk, kaymak, lokum, haşhaşlı hamur işleri ve kaymaklı ekmek kadayıfı, şehrin gastronomik markalaşmasında öne çıkan unsurlardır (Zengin & Gürkan, 2019). UNESCO üyeliği, Afyonkarahisar’ın yöresel mutfak kültürünü uluslararası tanıtım olanaklarına kavuşturmuş; gastronomi temalı etkinliklerin artmasıyla yerel üreticiler desteklenmiştir (Çelik vd., 2021).

Üç şehir arasındaki ortak nokta, gastronomiyi sürdürülebilir turizmin ana bileşeni olarak konumlandırmalarıdır. Gaziantep ve Hatay, Akdeniz mutfak kültürünün çeşitliliği ve tarihi kimliğiyle öne çıkarken; Afyonkarahisar, termal turizmi gastronomi ile bütünleştiren özgün bir model oluşturmuştur. Buna karşın, gastronomi turizmi faaliyetlerinin etkin yönetimi, tanıtım eksiklikleri ve yerel halkın farkındalık düzeyi, bu şehirlerde geliştirilmeye açık alanlardır.

Elde edilen bulgular, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı üyeliğinin şehirlerin uluslararası tanınırlığını artırdığı, yerel ürünlerin markalaşmasını desteklediği ve turizm gelirlerini çeşitlendirdiği sonucunu ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, gastronomi turizminin sürdürülebilir biçimde yönetilmesi için şu öneriler geliştirilebilir:

1. Şehirler arasında bölgesel iş birliği ağları kurulmalı ve ortak tanıtım kampanyaları yürütülmelidir.
2. Yerel halkın ve işletmelerin eğitimi teşvik edilmeli, gastronomi bilincinin toplumsal düzeyde güçlenmesi sağlanmalıdır.
3. Üniversiteler, belediyeler ve özel sektör arasında kamu-özel iş birlikleri geliştirilerek gastronomi festivalleri ve uluslararası etkinlikler desteklenmelidir.
4. Yerel ürünlerin coğrafi işaret tescili süreçleri artırılmalı ve gastronomi rotalarıyla ilişkilendirilmelidir.
5. Gelecekteki araştırmalarda, nitel verilerin yanında yerel paydaşlarla yapılan görüşmelerin dahil edilmesi önerilmektedir.

Sonuç olarak, Afyonkarahisar, Gaziantep ve Hatay örnekleri, Türkiye’de gastronomi turizminin yerel kalkınma ve kültürel diplomasi açısından stratejik bir araç olarak kullanılabileceğini göstermektedir. Bu şehirlerin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamındaki deneyimleri, diğer Türk şehirlerine de örnek teşkil etmektedir.

Anahtar Sözcükler: Gastronomi turizmi, Unesco, Yaratıcı şehirler ağı, Afyonkarahisar, Gaziantep, Hatay.

Kaynakça

- Akın, N., & Bostancı, B. (2017). UNESCO yaratıcı şehirler ağı kapsamında Gaziantep: Mevcut raporlar bağlamında bir değerlendirme. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 8(19), 110–124.
- Björk, P., & Kauppinen-Räsänen, H. (2016). Exploring the multi-dimensionality of travellers' culinary-gastronomic experiences. *Current Issues in Tourism*, 19(12), 1260–1280. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.981390>.
- Çelik, S., Kart, N., & Sandıkcı, M. (2021). Yerel restoran işletmecilerinin Afyonkarahisar'ın “UNESCO Gastronomi Şehri” unvanına yönelik görüşlerinin değerlendirilmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 2300–2319.
- Gülduran, Ç. A., & Saltık, I. A. (2020). Sahnede şehirler! Türkiye'nin UNESCO yaratıcı şehirler ağı-film alanı açısından değerlendirilmesi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, 335–358.
- Göktaş, L. S. (2021). Gastronomi şehri Gaziantep. *Yaratıcı Turizm ve Turizmde Yaratıcılık-Cilt I*, 253.
- Karataş, Ö., & Akay, E. (2024). Gastro-turistlerin seyahat motivasyonlarında coğrafi işaretli ürünlerin yeri: Gaziantep örneği. *Bitlis Eren Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(1), 184–199.
- Kaypak, Ş. (2016). Demokrasi kültürü ve hoşgörü: Hatay örneğinde. *Uluslararası Çin'den Adriyatik'e Sosyal Bilimler Kongresi*, 5–7 Mayıs 2016, Adıyaman, Türkiye, 147–160.
- Süzer, Ö., & Özkanlı, O. (2020). Bölge mutfaklarının kullanılan malzemeler bağlamında değerlendirilmesi: Gaziantep yemekleri üzerine bir inceleme. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 117–138.
- UNESCO Türkiye Millî Komisyonu (2025). *UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Raporu*.
- Zengin, B., & Gürkan, A. S. (2019). Afyonkarahisar mutfağının gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 225–240.

Diyarbakır Coğrafyası, Kültürel ve Gastronomik Yapısı Üzerine Bir Değerlendirme: Mezopotamya'dan Günümüze Uzanan Bir Mutfak Mirası

Lokman TOPRAK^{1*}, Mustafa TÜNİK²

Turizm Fakültesi/ Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye
²lokmantoprak@artuklu.edu.tr

ORCID: 0000-0003-3144-2613

Turizm Fakültesi/Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye
²mustafatunik@artuklu.edu.tr

ORCID:0009-0000-2084-6079

Özet

Diyarbakır, tarih boyunca birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış, zengin kültürel mirasıyla Anadolu'nun en önemli şehirlerinden biridir. Coğrafi konumu, doğal yapısı, tarihsel süreç içerisindeki çok kültürlü yapısı ve binlerce yıla dayanan yerleşik yaşam geleneği kentin sosyo-ekonomik ve gastronomik karakterini belirleyen başlıca unsurlardır. Mezopotamya'nın kuzey ucunda, Dicle Nehri havzasında yer alan Diyarbakır, hem doğal çevresi hem de tarihsel birikimiyle Güneydoğu Anadolu Bölgesinin kültür, ticaret ve gastronomi merkezi olarak öne çıkmaktadır. Diyarbakır coğrafyası genel olarak düz arazilerden oluşmakla birlikte, Karacadağ volkanik kütleleri ve Mardin-Midyat eşiği gibi jeomorfolojik farklılıklar göstermektedir. Bölgenin doğal bitki örtüsü bozkır karakterindedir; ancak kuzey yamaçlarda bodur çam, dağ eteklerinde meşe ve ardıç ağaçları, vadi kenarlarında ceviz, söğüt ve kavak gibi türler görülmektedir. Dicle Nehri ve kolları bölgeyi şekillendiren en önemli su kaynaklarıdır. Batman, Botan, Garzan, Göksu, Kurtalan ve Ava Reş çayları bölgeye hayat vermekte, ancak son yıllarda artan kuraklık nedeniyle debilerinde belirgin azalma gözlenmektedir. Sulama imkânlarının gelişmesiyle Bismil, Çınar, Silvan ve Ergani ovalarında sebze ve meyve üretimi çeşitlenmiş; tahıl, pamuk, mercimek ve pirinç gibi ürünler bölge tarımında başlıca geçim kaynağı haline gelmiştir. Özellikle Dicle nehri kıyısındaki Hevsel Bahçeleri tarih boyunca Diyarbakır'ın tarımsal üretiminde önemli bir rol oynamış, bu alan hem ekolojik hem de kültürel bir miras olarak korunmaya devam etmiştir (Sami, 2017; T.C. Diyarbakır Valiliği, 2025).

Tarihsel olarak Diyarbakır, Mezopotamya'nın kuzeyinde yer alan stratejik konumu sayesinde birçok uygarlığın geçiş noktası ve hâkimiyet alanı olmuştur. Kent, M.Ö. 3000'lerden itibaren Hurri-Mittani, Asur, Urartu, Pers, Makedonya, Roma, Bizans, Emevi, Abbasi, Mervani, Selçuklu, Artuklu, Eyyubi, Akkoyunlu, Safevi ve Osmanlı dönemlerinde farklı kültürel katmanlar

kazanmıştır. Bu çok katmanlı yapı, kentin mimarisinden ticaretine, sosyal yaşamından mutfak kültürüne kadar her alanda izlerini bırakmıştır. Surlar, camiler, kiliseler, hanlar ve köprüler kadar, sofralardaki çeşitlilik de bu tarihsel zenginliğin yansımasıdır. İklimsel açıdan Diyarbakır, yazları sıcak ve kurak, kışları ise soğuk ve yağışlı karasal bir iklime sahiptir. Bu iklim koşulları doğal bitki örtüsünün çoğunlukla ilkbaharda yeşeren, yaz aylarında kuruyan otsu bitkilerden oluşmasına neden olmuştur. Ancak Dicle vadisi ve çevresindeki mikroklimatik farklılıklar, bağ ve bahçe tarımına olanak tanımaktadır. Diyarbakır karpuzu, Karacadağ pirinci, Hevsel sebzeleri ve yerel üzümler bölgenin tarımsal zenginliğini temsil eder. Diyarbakır'ın ekonomisi tarih boyunca tarım, hayvancılık ve ticarete dayanmış, son dönemlerde ise tekstil ve inşaat sektörlerinin gelişmesiyle çeşitlenmiştir. Evliya Çelebi'nin Seyahatnâme'sinde de belirttiği gibi kent "ovalarda amber kokulu toprağı, bereketli mahsulleri, zanaatkârları ve güçlü ticareti" ile tanınmaktadır. Bu ekonomik zenginliğin kültürel izdüşümü ise kentin mutfak kültüründe açıkça görülmektedir (Okumuş, 2012; Baran, 2017).

Mezopotamya mutfağı, insanlık tarihinin en eski ve en gelişkin mutfak kültürlerinden biridir. On bin yıl öncesine, Sümer, Akad, Babil ve Asur uygarlıklarına kadar uzanan bu mutfak geleneğı, yerleşik hayata geçişin, tarım ve hayvancılığın başlamasının doğrudan bir sonucudur. Diyarbakır'ın yakın çevresindeki Ergani-Hilar mağaraları ve Çayönü yerleşkesi, dünyanın en eski tarımsal üretim alanlarından biri olarak bilinir. Bu alanlarda buğday, arpa gibi tahıllar yetiştirilmiş, koyun ve keçi gibi hayvanlar evcilleştirilmiştir. Böylelikle Mezopotamya'da üretici ekonomiye geçişle birlikte mutfak kültürü de biçimlenmiştir. Mezopotamya'da yemek pişirme, uygarlığın göstergelerinden biri olarak kabul edilmiştir. Güney Mezopotamya'da bulunan ve M.Ö. 17. yüzyıla tarihlenen Akad çivi yazılı tabletler, bilinen en eski yemek tariflerini içermektedir. Bu bulgular, bölgedeki mutfak kültürünün sistematik bir bilgi ve beceri birikimine dayandığını göstermektedir. Diyarbakır ve çevresinde yer alan yerleşimlerde de bu kültürel sürekliliğin izleri görülmektedir. Özellikle çömlek yapımı, baharat kullanımı, tahıl temelli beslenme biçimi ve etin merkezi rolü bu tarihsel mirasın günümüze yansımalarıdır. Modern dönemde Güneydoğu Anadolu mutfağı, tarih boyunca çeşitli uygarlıklarla yaşanan etkileşimler sonucu Akdeniz, Arap, Fars, Bizans ve Osmanlı mutfaklarının sentezini oluşturmuştur. Diyarbakır mutfağı bu sentezin en belirgin temsilcilerinden biridir. Et, tahıl ve baharat temelinde şekillenen mutfak, yoğun emek gerektiren pişirme teknikleriyle dikkat çeker. Kuzu eti tercih edilirken, yemeklerde sumak, reyhan, nane, kişniş, sarımsak ve karabiber gibi baharatlar sıklıkla kullanılır. Diyarbakır mutfağında etin yanı sıra buğday ve pirinç önemli yer tutar. Karacadağ pirinci ve yöresel bulgur çeşitleri kentin simgesel ürünlerindendir. Sebze yemekleri çoğunlukla etle birlikte pişirilir; meftune bu anlamda tipik bir örnektir. Ayva, erik ve elma gibi meyveler de yemeklerde kullanılır. Bu durum, tatlı-ekşi lezzet dengesinin Diyarbakır mutfağının karakteristik bir özelliğı olduğunu gösterir. Kentin gastronomik çeşitliliğı, aynı zamanda toplumsal yaşamın da bir parçasıdır. Salça, turşu, pekmez ve kurutmalık gibi kış hazırlıkları mahalle dayanışması içinde, çoğu kez kadınların öncülüğünde yapılır. Bu faaliyetler yalnızca gıda üretimi değil, kültürel sürekliliğın sağlanması açısından da önemlidir. Kahvaltı kültürü Diyarbakır'da oldukça gelişmiştir. Örgülü peynir, torak (çökelek), tereyağı, kaymak, kavurma, börek, bal ve reçel gibi ürünler sofralarda yer alır. Son yıllarda bu geleneksel kahvaltı kültürü, ticari mutfaklara da yansımış ve kentte büyük kahvaltı salonlarının açılmasıyla gastronomi turizminin yeni bir boyut kazanmasına yol açmıştır (Düzgün ve Özkaya, 2015; Soğandereli, 2020; Yılmaz ve Akkuş Mutlu, 2023).

Diyarbakır, sahip olduğu çok kültürlü geçmişin bir yansıması olarak Kürt, Arap, Ermeni, Süryani ve Türk mutfak unsurlarını bünyesinde harmanlamıştır. Bu çeşitlilik, kentin gastronomik kimliğini benzersiz kılmaktadır. En bilinen yemekleri arasında kaburga dolması, ciğer kebabı, kibe mumbar, patlıcan meftunesi, duvaklı pilav, dalak dolması, nardan aşı ve Burma kadayıf yer almaktadır. Diyarbakır Burma Kadayıfı ve örgülü peyniri, Türkiye'nin coğrafi işaret almış yöresel ürünleri arasındadır. Dalak dolması, kuyruk yağı, soğan ve baharat karışımının dalağın içine doldurulup gömlek yağına sarılarak fırında pişirilmesiyle hazırlanır. Nardan aşı ise misket köfteler, nar ekşisi, nohut, ceviz ve baharat karışımıyla yapılan özgün bir yemektir. Bu yemekler, Diyarbakır mutfağının lezzet, aroma ve görsellik açısından zenginliğini yansıtır. Tatlılarda genellikle şerbet veya pekmez kullanılır. Burma kadayıf ve sütlü nuriye, kentin en bilinen tatlılarıdır. Meyan kökü şerbeti ise Diyarbakır'a özgü geleneksel bir içecektir ve özellikle yaz aylarında serinletici etkisi nedeniyle sıkça tüketilir (İşler ve Özkanlı, 2024; Arslantaş ve İnce Karaçeper , 2023).

Diyarbakır, sahip olduğu tarihsel derinlik, coğrafi konum, çok kültürlü yapısı ve üretim geleneği ile Mezopotamya'dan günümüze uzanan bir gastronomik miras taşımaktadır. Kentin mutfağı yalnızca beslenme pratiği değil, aynı zamanda kimlik, aidiyet ve toplumsal hafızanın bir göstergesidir. Günümüzde gastronomi turizmi, Diyarbakır'ın kültürel mirasının tanıtımında önemli bir rol oynamakta; 2022 yılında düzenlenen 1. Mezopotamya Gastronomi ve Turizm Festivali gibi etkinliklerle bölgenin gastronomik potansiyeli ulusal ve uluslararası düzeyde görünürlük kazanmaktadır. Sonuç olarak Diyarbakır mutfağı, tarımsal üretimden kültürel etkileşime, tarihsel birikimden toplumsal dayanışma pratiklerine kadar geniş bir yelpazede insanlık tarihinin en eski gastronomi kültürlerinden birinin yaşayan temsilcisidir. Kent, bu özelliğiyle yalnızca Türkiye'nin değil, Mezopotamya mirasının da en güçlü gastronomik merkezlerinden biri olma niteliğini sürdürmektedir (Cizrelioğulları, Tünik, Alkandemir ve Kудay, 2025; Haspolat, 2014).

Anahtar Sözcükler: Diyarbakır gastronomisi, Mezopotamya mutfağı, Geleneksel yemek kültürü, Tarım ve coğrafya ilişkisi, Çok kültürlülük

Kaynakça

Arslantaş, E. ., & İnce Karaçeper , E. . (2023). Eski mezopotamya mutfak kültürünün günümüz Diyarbakır mutfağı üzerine etkileri. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(2), 1163–1188.

Baran, M. (2017). Eski Diyarbakır evleri iklim ilişkisi. *Dicle Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Mühendislik Dergisi*, 8(2), 423-430.

Cizrelioğulları, M. N., Tünik, M., Alkandemir, A., & Kудay, M. (2025). Gastronomi turizminin ekonomik dinamikleri: Diyarbakır festivalleri üzerine SWOT temelli bir değerlendirme. *Artuklu Tourism Studies*, (2), 16-27.

Düzgün, E., & Özkaya, F. D. (2015). Mezopotamya'dan günümüze mutfak kültürü. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 3(1), 41-47.

Haspolat, Y.K. (2014). *Diyarbakır'ın tarihi yemek ve gıda mekanları.-1* https://www.researchgate.net/publication/351437365_Diyarbakir%27in_Tarihi_Yemek_ve_Gida_Mekanlari-1 adresinden 08.10.2025 tarihinde erişilmiştir.

İşler, Z., & Özkanlı, O. (2024). Gastronomi turizminin Diyarbakır'ın yemek kültürünün tanıtımına etkisi. *The Journal of Academic Social Science*, 68(68), 547-557.

Okumuş, E. (2012). Evliya Çelebi'nin Seyahatname'sinde Diyarbakır. *Şarkiyat*, (7), 14-51.

Sami, K. (2017). Diyarbakır tarihi suriçi: Kentsel, mekânsal ve toplumsal yaşamda renkleri yok olan kültürel miras. *Journal of International Social Research*, 10(53), 390-400.

Soğandereli, F. (2020). Eski Mezopotamya ve Anadolu'da mutfak kültürü. *Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi*, 7(2), 1308-1342.

T.C. Diyarbakır Valiliği (2025). *Diyarbakır tarihi*. <http://www.diyarbakir.gov.tr/diyarbakirin-tarihi> adresinden 08.10.2025 tarihinde erişilmiştir.

Yılmaz, Ö. F., & Akkuş Mutlu, S. (2023). *Eski Mezopotamya'da yemek ve mutfak kültürü* (Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi).

X ve Z Kuşağının Yöresel Gıda Algısı

Kübra YILDIRIM^{1*}, Mehmet Necati CİZRELİOĞULLARI^{2*}

Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı

Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye

¹ yildirimkubra46@gmail.com

ORCID: 0009-0004-6565-2488

Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü

Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye

² necaticizreliogullari@artuklu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-9884-6084

Özet

İnsan, gelişen ve değişen bir varlık olması nedeniyle, yemek yeme olgusu tarih boyunca yalnızca temel bir fizyolojik ihtiyacın karşılanmasıyla sınırlı kalmamış, aynı zamanda duyguların paylaşılmasına aracılık eden sosyal bir faaliyet haline gelmiştir (Ciğerim, 2001). Günümüzde ise teknolojik gelişmeler ve küresel ölçekteki toplumsal dönüşümler, bireylerin beslenme alışkanlıklarında ve tüketim tercihlerinde önemli değişiklikler meydana getirmektedir. Bu değişimlerden biri de yöresel gıdalara yönelik tutumların farklılaşmasıdır. Yöresel gıdalar ve lezzetler, ait oldukları kültürün kimliğini ve tarihsel sürekliliğini yansıtan temel unsurlar arasında yer almakta; dolayısıyla, yemek kültürünün kuşaktan kuşağa aktarılmasında belirleyici bir rol üstlenmektedir (Ayaz & Türkmen, 2018; Zağralı & Akbaba, 2015). Bir toplumun yeme-içme davranışları, içinde bulunduğu coğrafi koşullar, yaşam biçimi ve çevresel etkenlerle doğrudan ilişkilidir. Bu unsurlardaki değişim, zaman içerisinde beslenme biçimlerinin ve mutfak kültürlerinin dönüşümüne yol açmaktadır (Oğuz, 1990; Tekgül & Baykan, 1993; Baysal, 1993; Şanlıer & Arıkan, 2001; Akan, 2007; Şanlıer, Cömert & Durlu Özkaya, 2012). Bu bağlamda, yöresel gıdalar, kültürel kimliğin ve toplumsal belleğin korunmasında önemli bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Yöresel mutfak kültürü, belirli bir bölgeye ait ürünlerin, yemeklerin ve hazırlama biçimlerinin yerel özgünlüğünü vurgularken; yöresel yemek kavramı, kullanılan malzemelerden saklama koşullarına kadar birçok bileşeni içermektedir. Diğer yandan, kuşak kavramı, yaklaşık olarak aynı yıllarda doğmuş, aynı dönemin koşullarını, toplumsal deneyimlerini ve değerlerini paylaşan bireylerin oluşturduğu topluluk olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2020). Her kuşak, kendine özgü tutum, değer, davranış, tüketim ve beslenme alışkanlıkları ile diğerlerinden ayrılmaktadır. Yeme-içme alışkanlıkları, kültürel değerlerin önemli bir yansıması olup kuşaklar arası farklılıklar, bu değerlerin aktarımında belirleyici rol oynamaktadır. Bu doğrultuda, X kuşağı, genel olarak mülkiyet edinme, tasarruf ve ekonomik güvenlik kaygılarıyla ön plana çıkarken; Z kuşağı, bireyselliğe ve özgürlüğe verdiği önem nedeniyle geleneksel yaşam biçimlerinden uzaklaşma eğilimi göstermektedir (Hürriyet, 2002).

Bu araştırmanın amacı ise yöresel gıda algısının x ve z kuşakları açısından farklılık ve benzerlik gösterip göstermediğini incelemek ve tercih edilen gıdaların hangi kuşak tarafından ne derece

tercih edildiğini belirlemektir. Çalışmanın önemi ise, yöresel yemeklerin yeni neslin odağında olmaya ve onları tüketmeye teşvik etmektir. Çalışmada, bireylerin günlük besin alımları, öğün düzenleri, organik ürün kullanımı, besin tercihleri gibi faktörlerin belirlenmesi ve değerlendirilmesi önemli odak noktasıdır.

Bu çalışmada anket tekniği ile yarı yapılandırılmış görüşme tekniği birlikte kullanılacaktır. Bu yöntemsel tercih, araştırmanın geniş bir örneklemden nicel veri elde etmesini ve aynı zamanda katılımcıların algılarını derinlemesine anlamasını sağlayacaktır. Böylece, yöresel gıdalara ilişkin bireysel tutum ve algılar hem ölçülebilir hem de anlam boyutunda yorumlanabilir hale gelecektir. Çalışmada anket ve görüşme tekniklerinin birlikte kullanılacak olması, veri çeşitliliğini ve derinliğini artıracak, araştırma sonuçlarının geçerlilik ve güvenilirliğini güçlendirecektir. Araştırmanın evrenini Türkiye genelinde X ve Z kuşağı bireyler oluşturacaktır. Örneklemi ise Mardin ilinde yaşayan ve gönüllülük esasına göre katılım sağlayacak X ve Z kuşağı bireyler meydana getirecektir.

Araştırma sonucunda X ve Z kuşaklarının yöresel gıdalara yönelik algılarında farklılıkların ortaya çıkacağı öngörülmektedir. X kuşağının, yöresel yemekleri kültürel mirasın korunması, geleneksel değerlerin sürdürülmesi ve sağlıklı beslenme açısından önemli göreceği beklenmektedir. Buna karşın Z kuşağının, hızlı tüketim alışkanlıkları ve sosyal medya etkisi nedeniyle yöresel gıdalara daha mesafeli, ancak estetik sunumlara ve modern uyarlamalara daha ilgili bir tutum sergileyeceği tahmin edilmektedir. Bu doğrultuda, yöresel yemeklerin genç kuşaklara aktarılabilmesi için modern sunum tekniklerinin ve dijital mecraların etkin biçimde kullanılması gerekeceği öngörülmektedir. Sonuç olarak, X kuşağının geleneksel bağlılığı ile Z kuşağının yenilikçi beklentilerinin birleştirilmesi, yöresel mutfak kültürünün sürdürülebilirliğini destekleyecek güçlü bir stratejik temel oluşturabilecektir.

Anahtar kelimeler: X kuşağı, Y kuşağı, Yöresel gıda, Kuşak farkı, Tüketici algısı

Kaynakça

- Ayaz, N., & Türkmen, B. M. (2018). Yöresel yiyecekleri konu alan lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 2(1), 22–38. <https://doi.org/10.32958/gastoria.411345>.
- Ciğerim, N. (2001). Batı ve Türk mutfağının gelişimi, etkileşimi ve yiyecek-içecek hizmetlerinde Türk mutfağının yerine bir bakış. *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar* (Yayın No. 28, ss. 200–213). Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları.
- Dölekoğlu, C. Ö., & Çelik, O. (2018). Y kuşağı tüketicilerin gıda satın alma davranışı. *KSÜ Tarım ve Doğa Dergisi*, 21(Özel Sayı), 55–66.
- Güneş, G., Ülker, H. İ., & Karakoç, G. (2008, Nisan 17–19). *Sürdürülebilir turizmde yöresel yemek kültürünün önemi*. II. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler, Divan Otel, Antalya, Türkiye.
- Türk Dil Kurumu (TDK). (2020). *Türk Dil Kurumu sözlükleri*. <https://sozluk.gov.tr> adresinden 08.10.2025 tarihinde erişilmiştir.

Hikâye Anlatıcılığı ve Gastronomik Ürün Geliştirme: Şerbet-i Afet

Selva İBRAHİMOĞLU^{1*}, Ayşe Başak ÇAKMEN², Osman KESKİN³

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü /Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Gaziantep İslam Bilim Teknoloji Üniversitesi, Türkiye
¹sibrahimoglu@gmail.com

Kanık School of Applied Sciences/Gastronomy and Culinary Arts
Bitlis Eren University, Turkey
²basak_cakmen@hotmail.com

ORCID: 0000-0002-2178-6722

Kanık School of Applied Sciences / Gastronomy and Culinary Arts
Bitlis Eren University, Turkey
³okeskin@beu.edu.tr

ORCID: 0002-9354-2065

Özet

Turizm, yalnızca ekonomik kazanç sağlayan bir sektör değil, aynı zamanda toplumların kültürel kimliğini ve hafızasını yansıtan güçlü bir alandır. Özellikle gastronomi turizmi, destinasyonların tanıtımında önemli bir rol oynar (Ellis vd., 2018). Yerel tatlar ve yemekler, ziyaretçilerin destinasyonla kurduğu bağın derinleşmesini sağlar (Kalkan, Tüfekçi & Tüfekçi, 2016). Bu bağ, sadece damak zevkine hitap etmekle sınırlı kalmaz; aynı zamanda kültürel değerlerin aktarımı ve aidiyetin güçlendirilmesine de katkıda bulunur (Ayazlar & Ayazlar, 2016).

Son yıllarda gastronomi turizmine farklı bir boyut kazandıran kavramlardan biri de hikâye anlatıcılığıdır. Gastronomik ürünlerin yalnızca tüketilen bir yiyecek ya da içecek olmaktan çıkarak, bir “hikâye taşıyıcısı” haline gelmesi, turistik deneyimi zenginleştiren bir yenilik olarak değerlendirilmektedir (Richards, 2021; Sökmen & Özkanlı, 2018). Böylece turistler, yalnızca lezzet deneyimlemekle kalmaz; aynı zamanda o ürünün temsil ettiği duyguları, olayları ve sembolleri de hisseder (Akay & Özgütçü, 2018).

Türkiye’de 6 Şubat 2023’te meydana gelen Kahramanmaraş merkezli depremler, başta Hatay olmak üzere geniş bir coğrafyada derin etkiler bırakmıştır. Bu afetin ardından fiziki yapının yanı sıra, toplumsal hafıza ve turizm faaliyetleri de önemli ölçüde sarsılmıştır. Bu bağlamda, gastronomi turizminin afet sonrası süreçte nasıl bir iyileştirici araç olabileceği sorusu gündeme gelmiştir.

Çalışmanın amacı, hikâye anlatıcılığını yerel bir gastronomik ürün geliştirme sürecine uyarlayarak, turizme katkı sunabilecek özgün bir ürün önermektir. Bu amaçla, 6 Şubat depremlerinden ilham alınarak “Şerbet-i Afet” adlı yeni bir ürün geliştirilmiştir. Ürün, hem

turistlere deneyimsel bir değer sunmayı hem de yerel halk için bir kültürel hafıza aracı olmayı hedeflemektedir.

Bu çalışma, kavramsal bir ürün geliştirme denemesi niteliğindedir. Araştırmada hikâye anlatıcılığı yaklaşımı benimsenmiş, ürün üç aşamalı bir anlatı üzerine kurgulanmıştır:

Hüzün ve Yıkım: Depremın yol açtığı kayıplar ve üzüntü, nar ekşisi ile simgeleştirilmiştir. Nar ekşisi, hem yoğun tadıyla hem de rengiyle bu duyguyu taşımaktadır.

Dayanışma ve Yaşamın Devamlılığı: Afet sonrası toplumun kenetlenmesini temsil etmek üzere Hatay balı kullanılmıştır. Bal, dayanışma ve ortak çabanın sembolüdür.

Umut ve Yeniden Doğuş: Geleceğe dair umut ve yeniden yapılanma süreci ise reyhan ve kekik ile temsil edilmiştir. Bu malzemeler ferahlatıcı ve tazeleyici özellikleriyle yeni bir başlangıcı yansıtmaktadır. Malzemelerin seçimi, yöresel kimliği vurgulamak ve otantiklik sağlamak amacıyla yapılmıştır. Bu açıdan çalışma, gastronomik ürün inovasyonunu hikâye anlatıcılığı yöntemiyle bütünleştirmektedir.

Çalışmanın ortaya koyduğu ürün, “Şerbet-i Afet”, kavramsal düzeyde üç temel katkı sunmaktadır:

Turistik Deneyim: Turistler açısından ürün, sıradan bir içecek değil; afet sonrası dayanışma ve yeniden doğuş hikâyesini deneyimleme fırsatıdır. Böylece destinasyonla kurulan bağ daha güçlü ve anlamlı hale gelir (Güngördü Belbağ & Yılmaz, 2017; Lugosi, 2014).

Kültürel Hafıza: Yerel halk için bu ürün, afetin izlerini unutturmadan toplumsal kolektif hafızayı geleceğe taşımada sembolik bir araçtır (Connerton, 1989). Hafıza, yalnızca sözlü veya yazılı yollarla değil; gastronomik ürünler aracılığıyla da canlı tutulabilir (Demir, 2022).

Turizm ve İmaj Katkısı: Ürün, Hatay’ın gastronomi turizmi çeşitliliğini artırmakta, afet sonrası destinasyon imajını güçlendirme potansiyeli taşımaktadır. Yörede satışı yapılması halinde hem turistik çekicilik yaratabilir hem de yerel ekonomiye katkıda bulunabilir (Okumus vd., 2021).

Bu çalışma, hikâye anlatıcılığının gastronomi turizmine uyarlanmasıyla yerel bir ürün geliştirme girişimini örneklendirmiştir. “Şerbet-i Afet” örneği, gastronomi ürünlerinin yalnızca damak zevkine değil, aynı zamanda duygulara, hafızaya ve dayanışmaya hitap edebileceğini göstermektedir.

Afet sonrası turizm bağlamında bu tür ürünler, yalnızca ekonomik toparlanmaya değil, aynı zamanda psiko-sosyal iyileşmeye de katkı sağlayabilir.

Anahtar Sözcükler: Hikâye anlatıcılığı, Gastronomik ürün, Yerel inovasyon, Afet sonrası turizm.

Kaynakça

Akay, B., & Özöğütçü, B. (2018). Turist Rehberlerinin Turlarda Gastronomiyi Kullanmaları Üzerine Bir Araştırma (A Research on the Usage of Gastronomy by Tourist Guides in

- Tours). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*.
<https://doi.org/10.21325/JOTAGS.2018.244>.
- Ayazlar, G., & Ayazlar, R. (2016). Yerel Halkın Turizmin Etkilerine Yönelik Tutumunda Aidiyet Duygusu ve Yaşam Tatmininin Rolü / The Role of Sense of Belonging and Life Satisfaction on Local People's Attitude towards Tourism Effects. , 20, 1451-1470.
- Belbağ, A., & Yılmaz, K. (2017). Fikir Liderliği, Sosyal Kimlik, Ürün Temelli Yenilikçilik ve Tüketici Yenilikçiliği Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi. .
- Connerton, P. (1989). *How societies remember*. Cambridge University Press.
- Demir, S. (2022). Küresel Sağlık Söyleminin Sosyolojik Eleştirisi: Çağdaş Kültürün Metaforu Olarak Salgın. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*.
<https://doi.org/10.26650/sj.2021.41.2.0009>.
- Ellis, A., Park, E., Kim, S., & Yeoman, I. (2018). What is food tourism? *Tourism Management*, 68, 250–263. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.03.025>
- Kalenjuk Pivarski, B., Tešanović, D., Šmugović, S., Ivanović, V., Paunić, M., Vuković Vojnović, D., Vujašinović, V., & Gagić Jaraković, S. (2024). Gastronomy as a predictor of tourism development—Defining food-related factors from the perspective of hospitality and tourism employees in Srem (A.P. Vojvodina, R. Serbia). *Sustainability*, 16(24), 10834. <https://doi.org/10.3390/su162410834>
- Kalkan, G., Tüfekci, N., & Tüfekci, Ö. (2016). Eğirdir Destinasyonunun Marka Kimlik Unsurlarının İncelenmesi: Gastronomi Kimliğine Yönelik Bir Çalışma (Evaluation of Eğirdir Destination Brand Identity Elements: A Study on the Gastronomic Identity). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4, 200-200. <https://doi.org/10.21325/jotags.2016.31>.
- Lugosi, P. (2014). Hospitality and the other: Hospitality, sociality, and ethics. *Annals of Tourism Research*, 43, 242–264. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.08.002>
- Okumus, B., Koseoglu, M. A., & Ma, F. (2021). Food tourism research: A bibliometric analysis (1970–2020). *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46, 289–304. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.12.003>
- Richards, G. (2021). Designing creative tourism experiences. In G. Richards (Ed.), *Routledge Handbook of Creative Tourism* (pp. 95–106). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429266316>
- Sökmen, C., & Özkanlı, O. (2018). Gastronomi Turizmi Alanyazının Gelişimi: Journal of Tourism and Gastronomy Studies Dergisinde Yayımlanan Makaleler Üzerine Bir İnceleme (Development of The Gastronomy Tourism Literature: A Research on Journal of Tourism and Gastronomy Studies s Articles). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. <https://doi.org/10.21325/JOTAGS.2018.204>.

İnanç Turizmi ve Dijitalleşme: Kavramsal Bir Yaklaşım

Ediz GÜRIPEK^{1*}

Zile Dinçerler Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu/ Rekreasyon Yönetimi Bölümü
Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Türkiye
ediz.guripek@gop.edu.tr

ORCID: 0000-0001-9573-2674

Özet

Küreselleşme, teknolojik dönüşüm ve dijital ağların toplumsal yaşamın her alanına nüfuz etmesiyle birlikte turizm sektörü, biçimsel ve işlevsel olarak yeniden yapılanmaktadır. Bu dönüşümün en dikkat çekici yansımalarından biri, inanç temelli seyahat pratiklerinin dijitalleşme süreçleriyle etkileşimidir. İnanç turizmi, bireylerin dini, ruhani ya da kültürel motivasyonlarla gerçekleştirdikleri seyahatleri kapsamakta; dijitalleşme ise bu seyahatlerin planlanmasından deneyimlenmesine ve paylaşılmasına kadar uzanan çok boyutlu bir dönüşüm sürecini ifade etmektedir. Bu çalışma, inanç turizmi ile dijitalleşme arasındaki etkileşimi kavramsal bir çerçevede ele alarak, dijital teknolojilerin inanç temelli turizm deneyimini nasıl yeniden tanımladığını tartışmayı amaçlamaktadır.

İnanç turizmi tarihsel olarak kutsal mekânlara yapılan fiziksel yolculuklar, hac ziyaretleri, dini festivallere katılım veya ruhani merkezlerde gerçekleştirilen ritüeller etrafında şekillenmiştir. Ancak 21. yüzyılın dijital kültürü, bu geleneksel formu hem mekânsal hem de deneyimsel düzeyde dönüştürmektedir. Artırılmış gerçeklik (AR), sanal gerçeklik (VR), çevrim içi tur platformları, dijital haritalama sistemleri ve sosyal medya ağları, inanç turizmini yalnızca fiziksel bir hareketlilikten ibaret olmaktan çıkararak dijital bir deneyim alanına taşımaktadır. Örneğin, hac güzergâhlarının sanal turlarla deneyimlenebilmesi veya kutsal mekânların 3D dijital modellerinin oluşturulması, inanç temelli ziyaretleri yeni bir erişilebilirlik düzeyine taşımaktadır. Bu durum, hem dini mekânların tanıtımı hem de kültürel mirasın dijital koruma stratejileri açısından önemli fırsatlar yaratmaktadır.

Bununla birlikte, dijitalleşmenin inanç turizmine etkisi yalnızca teknik araçlarla sınırlı değildir; aynı zamanda anlam, aidiyet ve otantiklik kavramlarını da yeniden tanımlamaktadır. Geleneksel olarak kutsal yolculuk, fiziksel fedakârlık, zahmet ve mekânsal ayrışma üzerinden kutsallık kazanırken, dijitalleşme bu deneyimi kolaylaştırmakta, simüle etmekte ve hızlandırmaktadır. Bu durum, bazı araştırmacılar tarafından inanç deneyiminin yüzeyselleşmesi olarak yorumlanırken, diğerleri tarafından inanç pratiklerinin demokratikleşmesi olarak değerlendirilir. Çünkü dijital araçlar, fiziksel, ekonomik veya politik engeller nedeniyle kutsal mekânlara ulaşamayan bireyler için alternatif bir erişim imkânı sunmaktadır. Bu açıdan dijitalleşme, inanç turizmini daha kapsayıcı ve erişilebilir kılarken, aynı zamanda inanç deneyiminin anlamını dönüştüren bir etmen haline gelmektedir.

Ekonomik ve yönetsel boyutta dijitalleşme, inanç turizminin sürdürülebilirliğini de doğrudan etkilemektedir. Dijital platformlar, destinasyon yönetimi, ziyaretçi trafiği analizi, veri temelli pazarlama ve çevrim içi bağış sistemleri aracılığıyla dini merkezlerin ekonomik yapısını güçlendirmekte, aynı zamanda çevresel ve toplumsal sürdürülebilirlik için yeni stratejiler geliştirilmesine katkı sunmaktadır. Dijital izleme ve analiz teknolojileri sayesinde ziyaretçi davranışları, mevsimsel yoğunluklar ve mekânsal kullanımlar daha etkin biçimde yönetilebilmektedir. Bunun sonucunda hem ziyaretçi deneyimi optimize edilmekte hem de mekânların taşıma kapasitesi aşılmadan sürdürülebilir bir turizm modeli geliştirilebilmektedir.

Dijitalleşmenin inanç turizmine getirdiği bir diğer boyut ise kimlik ve temsil meselesidir. Kutsal mekânların dijital platformlarda sunumu, kültürel mirasın estetik ve sembolik kodlarını dönüştürmekte; bu dönüşüm kimi zaman ticarileşme ve yüzeyselleşme eleştirilerine yol açmaktadır. İnanç mekânlarının “dijital vitrin” haline gelmesi, dini aidiyetin pazarlama mantığına eklenmesi riskini doğurmaktadır. Ancak öte yandan, dijital temsil biçimleri, kültürel çoğulculuğun ve inanç çeşitliliğinin görünürlük kazanmasını da sağlayabilir. Bu ikili yapı, dijitalleşmenin inanç turizmi üzerindeki etkisinin basit bir ilerleme ya da derinlik kaybı ikileminde değerlendirilemeyeceğini, aksine çok katmanlı bir dönüşüm sürecine işaret ettiğini göstermektedir.

Sonuç olarak, inanç turizmi ile dijitalleşme arasındaki ilişki, yalnızca teknolojik bir adaptasyon meselesi değil, aynı zamanda kültürel, teolojik ve sosyolojik bir dönüşüm alanıdır. Dijital araçlar, kutsal mekânların erişim biçimlerini, inanç deneyimlerinin aktarımını ve turistik etkileşimin doğasını yeniden tanımlamaktadır. Bu bağlamda, dijitalleşmenin inanç turizmine katkısı, hem mekânsal sınırları aşan bir kapsayıcılık hem de deneyimin anlam derinliğini dönüştüren bir yenilenme olarak okunabilir. Geleceğe dönük olarak, inanç turizmi politikalarının dijitalleşme ile uyumlu biçimde geliştirilmesi, kültürel mirasın korunması ve dini deneyimin otantik değerlerinin sürdürülmesi açısından kritik bir gereklilik olarak görünmektedir. Kavramsal düzeyde bu çalışma, dijitalleşmenin inanç turizmini yalnızca araçsal bir yenilik olarak değil, aynı zamanda kutsal deneyimin biçim ve anlam evrimi bağlamında değerlendirilmesi gerektiğini ileri sürmektedir.

Anahtar Sözcükler: İnanç turizmi, Dijitalleşme.

Kaynakça

- Atar, A. (2020). Gelenekselden dijitale turizm sektörü. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1640-1654.
- Balay, R. (2004). Küreselleşme, bilgi toplumu ve eğitim. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 37(2), 61-82.
- Bozkurt, A., Hamutoğlu, N. B., Kaban, A. L., Taşçı, G., & Aykul, M. (2021). Dijital bilgi çağı: Dijital toplum, dijital dönüşüm, dijital eğitim ve dijital yeterlilikler. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 35-63.
- Collins-Kreiner, N. (2010). The geography of pilgrimage and tourism: Transformations and implications for applied geography. *Applied Geography*, 30(1), 153-164.
- Collins-Kreiner, N. (2020). Pilgrimage tourism-past, present and future rejuvenation: a perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 145-148.

- Costa, L., Remoaldo, P., Duque, E., Lopes, H. S., & Ribeiro, V. (2025). A bibliometric analysis of the main databases of the Way of St. James (1997–2023). *GeoJournal*, 90(2), 61.
- Çapçioğlu, İ. (2008). Küreselleşme, kültür ve din. *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 49(2), 153-183.
- Durán-Sánchez, A., Álvarez-García, J., del Río-Rama, M. D. L. C., & Oliveira, C. (2018). Religious tourism and pilgrimage: Bibliometric overview. *Religions*, 9(9), 249.
- Dülgaroğlu, O. (2021). Turizmde dijitalleşme: Akıllı turizm uygulamaları, dijital turizm ve turizm 4.0. *Turizm ve İşletmecilik Dergisi*, 2(1), 1-15.
- Güzel, F. Ö. (2010). Turistik ürün çeşitlendirmesi kapsamında yeni bir dinamik: inanç turizmi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 2(2), 87-100.
- Karacoşkun, M. D. (2004). Dini inanç-dini davranış ilişkisine sosyo-psikolojik yaklaşımlar. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 4(3), 23-36.
- Kaynak, İ. H. & Sezgin, M. (2008). İnanç turizmi kapsamında dinlerde seyahat. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi*, 10(1-2), 349-360.
- Kirman, M. A. (2004). *Din sosyolojisi terimleri sözlüğü*, İstanbul: Rağbet yayınları.
- Naisbitt, J. ve Aburdene, P. (1990). *Megatrends 2000: Ten New Directions for The 1990's*, New York: William morrow and company.
- Okuyucu, A. ve Somuncu, M. (2013). Türkiye’de İnanç Turizmi: Bugünkü Durum, Sorunlar ve Gelecek. İçinde: *International conference on religious tourism and tolerance, 9-12 Mayıs* (627-643), Konya.
- Tağraf, H. (2002). Küreselleşme süreci ve çokuluslu işletmelerin küreselleşme sürecine etkisi. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 3,(2), 33-47.
- Türkel, S., & Yeşilkuş, F. (2020). Dijital dönüşüm paradigması: endüstri 4.0. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(5), 332-346.
- Uzun Güripek, C. (2022). Smart business (akıllı işletme). Hülya, Kurgun & Erdem, Aktaş (Eds.), İçinde: *Turizm ve teknoloji sürdürülebilirlik yaklaşımıyla* (4-13). Ankara: Detay yayıncılık.
- Yaralı, C., & Baloğlu, Ö. Ö. (2023). Dijital süreçlerin doğal ve kültürel miras turizminin gelişimine etkisi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 13(İhtisaslaşma), 245-264.

Kapadokya'nın Destinasyon Kişiliği: Dijital Platformlarda Yapılan Turist Yorumları Çerçevesinde Bir İçerik Analizi

Selcan UĞUŞ^{1*}

Turizm Araştırmaları Enstitüsü/Turizm Rehberliği

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Türkiye

¹ selcanugur2000@icloud.com

Özet

Kapadokya, Türkiye'nin İç Anadolu Bölgesi'nde yer alan ve jeolojik yapısı, tarihi mirası ve kültürel derinliği ile uluslararası düzeyde tanınan bir turizm destinasyonudur. Destinasyon kişiliği, bir destinasyonun (bir şehir, bölge veya ülke) insanlar tarafından nasıl algılandığı ve bu yerin sahip olduğu ayırt edici, insan kişiliği özelliklerine benzetilen niteliklerini ifade eden bir kavramdır. Araştırmanın temel amacı destinasyon kişiliği bağlamında Kapadokya'nın turistler tarafından nasıl algılandığı ve hangi insani özelliklerle betimlendiğini, Aaker'ın (1997) Marka Kişiliği Modeli'ne uyarlayarak ortaya koymaktır. Çalışmada Aaker'ın Marka Kişiliği Modeli'nin kullanılmasının sebebi, destinasyon kişiliği araştırmalarında çokça başvurulan güvenilir teorik bir yöntem olmasıdır. Bu çalışma, Tripadvisor, Google Reviews ve GetYourGuide gibi dijital platformlarda yapılan 100'den fazla yorum dikkate alınarak içerik analizi yoluyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmada bölgeyi ziyaret etmiş olan yerli ve yabancı turistlerin yorumlarına yer verilmiştir. İncelenen yorumlarda elde edilen bulgular sonucunda Kapadokya'nın destinasyon kişiliği Aaker'ın Marka Kişiliği Modeli'ne uyarlandığında, samimiyet (sincerity), sofistikasyon (sophistication), heyecan (excitement), yeterlilik (competence) ve sertlik (ruggedness) boyutlarında sağlam bir kişilik gösterdiği sonucuna varılmıştır. Samimiyet boyutunda Kapadokya'nın doğal köy yaşamı, otantik deneyimler ve yerel halkla etkileşim; sofistikasyon boyutunda romantik mağara otelleri ve estetik manzaralar; heyecan boyutunda sıcak hava balonu, ATV turları ve vadilerde yürüyüş; yeterlilik boyutunda profesyonel tur rehberleri, şarap mahzenleri; sertlik boyutunda ise coğrafyası, doğal vadi manzaraları, ekstrem aktiviteler gibi sınıflandırmalar yapılmıştır. Dolayısıyla Kapadokya'nın çok boyutlu bir destinasyon kişiliğine sahip olduğunu söylemek mümkündür. Kapadokya'nın çok boyutlu ve sağlam bir destinasyon kişiliğine sahip olması destinasyonun pazarlama ve ziyaretçilerle bağ kurma açısından büyük önem taşımaktadır. Bu algı, destinasyonun içsel tatmin arayan kişilere, aynı zamanda romantik ve kültürel turist profiline hitap etmesini sağlamaktadır. Ziyaretçilerin bir destinasyona yönelik kişisel izlenimlerinin toplamı, gidilen destinasyonun imajını (marka değerini) oluşturmaktadır. Oluşan bu imaj, ziyaretçilerin seyahat yeri seçim tercihlerini, ziyaret sonrası tavır ve tutumunu, gelecekteki ziyaret niyetlerini ciddi bir şekilde etkilemektedir. Ayrıca destinasyonun turizmde bir marka gibi konumlanmasını sağlamaktadır.

Anahtar Sözcükler: Kapadokya, Destinasyon kişiliği, Marka kişilik modeli

Kaynakça

- Aaker, J. L. (1997). Dimensions of brand personality. *Journal of marketing research*, 34(3), 347-356.
- Bayazıt, S. (2023). Algılanan Destinasyon İmajı, Destinasyon Kişiliği ve Davranışsal Niyetlerin Ölçülmesi: Çeşme Örneği [Yüksek lisans tezi, Yaşar Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği].
- Kozak, M., & Baloglu, S. (2010). Managing and marketing tourist destinations: Strategies to gain a competitive edge (Vol. 21). Routledge.
- Türktaş, G. (2019). Destinasyon kişiliği ve deneyimleme kalitesinin memnuniyet ve davranışsal niyetler üzerindeki etkisi. Yayımlanmamış Doktora Tezi). Anadolu Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Umur, M., & Eren, D. (2016). Destinasyon İmajı ve Destinasyon Kişiliğinin, Ziyaretçi Memnuniyeti ve Geleceğe Yönelik Ziyaretçi Davranışı Üzerine Etkisi: Kapadokya Örneği. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 271-294.

Dijital Etkileşim Çağında Küresel Yiyecek Tüketimi: Sosyal Medyanın Dönüştürücü Etkileri

Kerem ÇIRAK^{1*}, Zeliha KAYA²

Turizm Fakültesi/ Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

Giresun Üniversitesi, Türkiye

¹ kerem.cirak@giresun.edu.tr

ORCID: 0000-0002-0223-0171

Turizm Fakültesi/ Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

Giresun Üniversitesi, Türkiye

² zeliha.kaya@giresun.edu.tr

ORCID: 0000-0002-3285-9659

Özet

Bu çalışma sosyal medyanın küresel yiyecek tüketim davranışları üzerindeki etkilerini incelemektedir. Bulgular, sosyal medyanın yiyecekleri yalnızca beslenme unsuru olmaktan çıkıp kimlik, statü ve estetik göstergesine dönüştürdüğünü göstermektedir. Influencer etkisi ve görsellik temelli içeriklerin tüketici tutumlarını güçlü biçimde yönlendirdiği görülmektedir. Ayrıca yaş ve yaşam tarzı farklılıklarının bu etkiyi biçimlendirebileceği anlaşılmaktadır. Elde edilen sonuçlar sosyal medyanın tüketicilerin küresel yiyecek tüketiminde hem olumlu hem de olumsuz etkiler meydana getirme potansiyeli taşıdığını göstermektedir.

Anahtar Sözcükler: Sosyal Medya, Yiyecek Tüketimi, Küreselleşme, Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı

Gastronomi, temel beslenme pratiklerinin yanı sıra kimlik, kültür, toplumsal statü ve estetik algı biçimlerini yansıtan bir olgu olarak kabul edilmektedir (Fox, 2007). Son yıllarda gastronominin, küreselleşme sürecinin etkisiyle yerel sınırlarını aşarak uluslararası bir etkileşim alanına dönüştüğü görülmektedir (Chang vd., 2010). Küreselleşme, yiyeceklerin dolaşımını, kültürel sembollerini ve tüketim biçimlerini yeniden şekillendirmekte ve McDonald's, Starbucks gibi küresel firmaların da etkileriyle birlikte küresel gastronomi kimliğinin oluşumuna zemin hazırlamaktadır (Çetinkaya, 2008). Söz konusu değişim ve dönüşüm yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda kültürel ve sembolik değişimleri de beraberinde getirmektedir. Küresel tüketim kültürü, bireylerin tüketim tercihlerini görsel temsiller ve sosyal aidiyet göstergeleri üzerinden biçimlendirmektedir.

Küresel tüketim kültürünün yaygınlaşmasında sosyal medya platformlarının anlamlı bir etkisinin olduğu dikkat çekmektedir (Roudometof, 2016). Sosyal medya platformları küresel gastronomi pratiklerinin görünür kılınması, paylaşılması ve yeniden üretilen bir alana taşınmasında etkili

olmaktadır. Daha açık bir anlatımla yiyecekler yalnızca tüketilen bir nesne olmaktan çıkarak beğeni, estetik, sağlık ve statü göstergesinin dijital bir simgesine haline dönüşmektedir. Bu bağlamda, tüketicilerin sosyal medya kullanımını anlamada sıklıkla başvurulanan “kullanımlar ve doyumlar kuramı” (Uses and Gratifications Theory) merkezi bir rol oynamaktadır (Weiyen, 2015). Bu kurama göre kullanıcılar sosyal medyayı eğlence, kimlik sunumu, statü kazanımı ya da bilgi edinme gibi belirli doyumlar elde etmek amacıyla aktif biçimde kullanmaktadır (Whiting ve Williams, 2013). Yapılan çalışmalar (Ezumah, 2013; Varlık, 2021; Erdemsoy, 2024) sosyal medya kullanımının tüketici motivasyon ve tercihlerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Alan yazın, sosyal medya temelli tüketici davranışlarını açıklamada “influencer etkisi”nin belirleyici bir değişken olduğunu ortaya koymaktadır (Trivedi ve Sama, 2020; Lee vd., 2021). Özellikle yiyecek odaklı paylaşım yapan influencerların, sağlık ve sürdürülebilirlik söylemleri aracılığıyla tüketici tutumlarını ve satın alma niyetlerini anlamlı biçimde etkilediği saptanmıştır (Hira ve Karabulut, 2021; Koştur vd., 2023). Benzer biçimde, influencerlar üzerine yapılan çalışmalar (Yuan ve Lou, 2020; Conde ve Casais, 2023) sosyal medya kullanıcılarının influencerlarla kurdukları duygusal yakınlık ve güven hissinin (parasosyal etkileşim) marka tutumlarını ve güven algılarını şekillendirdiğini göstermektedir. Bu bağlamda influencer etkisi, yalnızca dijital pazarlama stratejilerinin değil, aynı zamanda tüketim kültürü ve kimlik inşası süreçlerinin de önemli bir bileşeni olarak değerlendirilmesini mümkün kılmaktadır.

Sosyal medyada paylaşılan yiyecek içeriklerinin yalnızca besin değerleriyle değil aynı zamanda sahip oldukları görsel estetik unsurlarla da kullanıcı etkileşimini belirleyici biçimde etkilediği bildirilmektedir (Gambetti ve Han, 2022). Görsellik düzeyi yüksek paylaşımların sosyal medya algoritmaları tarafından daha fazla öne çıkarıldığı ve bu durumun kullanıcıların tüketim tercihlerini yönlendirme potansiyeli taşıdığı görülmektedir (Simeone ve Scarpato, 2020; Alwafi vd., 2022). Ayrıca, yüksek kalorili ve estetik olarak daha çekici görünen gıdaların sosyal onay ve beğeni oranlarının daha fazla olması, sağlıklı beslenme içeriklerinin etkisini zayıflatmakta ve toplumun beslenme eğilimleriyle sağlık göstergeleri arasında dolaylı bir ilişki yaratmaktadır (Rounsefell vd., 2020; Sadaf vd., 2023). Bu bulgular, dijital platformlarda görsel beğeni kültürünün gastronomik algı ve tüketim davranışları üzerinde güçlü bir rol oynadığını ortaya koymaktadır.

Sosyal medyanın yiyecek tercihleri üzerindeki etkisinde demografik farklılıklara ilişkin yapılan çalışmalar (Sadaf vd., 2023; Poyoi vd., 2024; Ökten, 2025) özellikle yaş faktörünün bu etkiyi anlamada belirleyici bir değişken olduğunu göstermektedir. Genç kullanıcıların, sosyal medya reklamcılığı, akran etkisi ve influencer pazarlaması gibi yönlendirici unsurlara karşı daha yüksek düzeyde duyarlılık gösterdiği ve bu durumun düşük besin değerine sahip ürünlerin tüketimini arttırdığı görülmektedir (Sadaf vd., 2023). Bunun yanı sıra yetişkin kullanıcıların sosyal medya etkileşimlerinde daha çok sağlıklı beslenme, bilinçli tüketim ve sürdürülebilir yaşam pratiklerine odaklandıkları görülmektedir (Can ve Engindeniz, 2023; Pavelková vd., 2025). Bu bulgular, sosyal medyanın yiyecek tüketim davranışlarını yalnızca genel eğilimler düzeyinde değil, bireylerin yaş grupları ve yaşam tarzı özelliklerine bağlı olarak farklı biçimlerde şekillendiren dinamik bir sosyo-kültürel ortam oluşturduğunu göstermektedir.

Sosyal medyanın küresel yiyecek tüketimi üzerindeki etkileri, olumlu ve olumsuz yönleriyle çok boyutlu bir dönüşüme işaret etmektedir (Simeone ve Scarpato, 2020). Dijital platformlar aracılığıyla gastronomik bilginin dolaşımı hızlanmakta, kültürler arası etkileşim artmakta ve sağlıklı beslenme bilinci belirli ölçüde yaygınlaşmaktadır. Aynı zamanda görsellik temelli içerik üretimi ve tüketime dayalı etkileşim biçimleri özellikle genç kullanıcılar arasında sağlıklı

beslenme alışkanlıklarını, beden imgesi baskısını ve homojenleşmiş bir küresel tüketim kültürünü güçlendirmektedir (Simeone ve Scarpato, 2020). Sosyal medya, bir yandan gastronomik çeşitliliği ve yaratıcılığı teşvik ederken diğer yandan küresel ölçekte standartlaşmış bir yiyecek estetiği ve tüketim normu üretmektedir (Alwafi vd., 2022). Bu durum, dijital çağda yiyecek tüketimini yalnızca beslenme davranışı değil aynı zamanda kültürel kimlik, sosyal statü ve aidiyet göstergesi haline getiren karmaşık bir sosyo-kültürel süreci ortaya koymaktadır. Gelecek araştırmaların, sosyal medyanın yiyecek temsilleri üzerindeki kültürel ve psikolojik etkilerini; yaş, cinsiyet ve sosyoekonomik değişkenler bağlamında derinlemesine incelemesi gerekmektedir. Bunun yanı sıra dijital içerik üreticileri ile kamu ve özel sektör temsilcilerinin sağlıklı, sürdürülebilir ve kültürel çeşitliliği destekleyen beslenme pratiklerini teşvik edecek stratejiler geliştirmesi önerilmektedir.

Kaynakça

- Alwafi, H., Alwafi, R., Naser, A. Y., Samannodi, M., Aboraya, D., Salawati, E., ... & Almatrafi, M. (2022). The impact of social media influencers on food consumption in Saudi Arabia, a cross-sectional web-based survey. *Journal of Multidisciplinary Healthcare*, 2129-2139.
- Can, B. A., & Engindeniz, S. (2023). The effect of social media on prepared food consumption of generation x and y consumers: A case study for Turkey. *İzmir İktisat Dergisi*, 38(1), 1-18.
- Chang, R. C. Y., Kivela, J., & Mak, A. H. N. (2010). "Food preferences of Chinese tourists". *Annals of Tourism Research*, 37(4), 989-1011.
- Conde, R., & Casais, B. (2023). Micro, macro and mega-influencers on instagram: The power of persuasion via the parasocial relationship. *Journal of business research*, 158, 113708.
- Çetinkaya, Z. (2008). *The Evaluation Of Glocalization Examples Of Two Cases: Mcdonald's Mcturco Ve Starbucks Turkish Coffee*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Erdemsoy, E. (2024). Sosyal medyanın gösterişçi tüketim üzerine etkisi: Instagram örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.
- Ezumah, B. A. (2013). College students' use of social media: Site preferences, uses and gratifications theory revisited. *International journal of business and social science*, 4(5), 27-34.
- Fox, R. (2007). Reinventing the gastronomic identity of Croatian tourist destinations. *International journal of hospitality management*, 26(3), 546-559.
- Gambetti, A., & Han, Q. (2022). Camera eats first: exploring food aesthetics portrayed on social media using deep learning. *International journal of contemporary hospitality management*, 34(9), 3300-3331.
- Hira, M., & Karabulut, A. N. (2021). The effect of influencer marketing practices on brand equivalence and purchasing intention: a research on gastronomic tourism.

- Koştur, T., Demirbaş, Ş., & Bertan, S. (2023). The Effect of Influencers in Gastronomy Tourism. *Request & Demand Adress*, 274.
- Lee, P. Y., Koseoglu, M. A., Qi, L., Liu, E. C., & King, B. (2021). The sway of influencer marketing: Evidence from a restaurant group. *International Journal of Hospitality Management*, 98, 103022.
- Ökten, B. (2025). “X, Y ve Z kuşağının dijital tüketim eğilimleri: Sosyal medya ve bilinçli harcama perspektifi”. *Journal of Internet Applications ve Management*, 16(1): 31-53.
- Poyoi, P., Gassiot-Melian, A., & Coromina, L. (2024). Generation Z and Millennials’ food-sharing behaviour: a cross-generational analysis of motivations, satisfaction and behavioural intention. *British Food Journal*, 126(13), 207-225.
- Pavelková, J. B., Turčínková, J., & Šácha, J. (2025). Social Networks and Conspicuous Food Consumption: A Comparative Study Among Generations Z, X, and Y in the Czech Republic. *European Journal of Business Science and Technology*, 11(1), 85-98.
- Rounsefell, K., Gibson, S., McLean, S., Blair, M., Molenaar, A., Brennan, L., ... & McCaffrey, T. A. (2020). Social media, body image and food choices in healthy young adults: A mixed methods systematic review. *Nutrition & Dietetics*, 77(1), 19-40.
- Roudometof, V. (2016). “Theorizing glocalization: Three interpretations”. *European Journal of Social Theory*, 19(3), 391-408.
- Sadaf, S., Safdar, M., & Amjad, N. (2023). Effect of Social Media on Food Choices of University Students. *Online Media and Society*, 4(4), 32-42.
- Simeone, M., & Scarpato, D. (2020). Sustainable consumption: How does social media affect food choices?. *Journal of Cleaner Production*, 277, 124036.
- Trivedi, J., & Sama, R. (2020). The effect of influencer marketing on consumers’ brand admiration and online purchase intentions: An emerging market perspective. *Journal of Internet Commerce*, 19(1), 103-124.
- Varlık, R. (2021). Üniversite Öğrencilerinin Tüketim Davranışlarına Sosyal Medyanın Etkisi: Pamukkale Üniversitesi Örneği. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.
- Weiyan, L. I. U. (2015). A historical overview of uses and gratifications theory. *Cross-Cultural Communication*, 11(9), 71-78.
- Whiting, A. & Williams, D. (2013). Why people use social media: a uses and gratifications approach. *Qualitative market research: an international journal*, 16(4), 362-369.
- Yuan, S., & Lou, C. (2020). How social media influencers foster relationships with followers: The roles of source credibility and fairness in parasocial relationship and product interest. *Journal of interactive advertising*, 20(2), 133-147.

YouTube Seyahat Vloglarının Turistlerin Karar Verme Sürecindeki Rolü: Giresun Örneği

Fatih SAYDAM^{1*}

Dereli Meslek Yükseokulu/Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü

Giresun Üniversitesi, Türkiye

^{1*} f.saydam@hotmail.com

ORCID: 0000-0003-0271-9388

Özet

Dijital teknolojilerde yaşanan hızlı gelişmeler, turizm sektöründe bilgi üretimi, paylaşımı ve tüketimi süreçlerini köklü biçimde dönüştürmüştür. Özellikle Web 2.0 teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla birlikte kullanıcılar yalnızca bilgi tüketicisi değil, aynı zamanda içerik üreticisi konumuna gelmiştir. Bu dönüşüm, turistlerin seyahat karar verme süreçlerinde geleneksel bilgi kaynaklarının yerini giderek daha fazla dijital platformların almasına yol açmıştır. Günümüzde destinasyon seçimi, seyahat planlaması ve deneyim değerlendirme süreçleri; sosyal medya içerikleri, kullanıcı yorumları ve görsel temsiller aracılığıyla şekillenmektedir. Bu bağlamda dijital temsillerin turizm araştırmalarında incelenmesi hem teorik hem de uygulamalı açıdan önemli bir araştırma alanı olarak öne çıkmaktadır.

YouTube, görsel anlatım gücü, kullanıcı etkileşimi ve algoritmik öneri sistemi sayesinde seyahat planlamasında etkili olan dijital platformlardan biridir. Seyahat vlogları, bireylerin kişisel deneyimlerini görsel ve anlatı temelli bir yapı içinde sunmalarına olanak tanımakta; izleyiciler için hem bilgi kaynağı hem de duygusal bağ kurma aracı olarak işlev görmektedir. Hudson ve Thal (2013), sosyal medya içeriklerinin tüketici karar süreci üzerindeki etkisini incelerken, vlogların yalnızca rasyonel bilgi sunmakla kalmadığını, aynı zamanda duygusal bağ kurma ve destinasyon imajı oluşturma süreçlerinde kritik bir rol üstlendiğini vurgulamıştır. Bu nedenle YouTube içeriklerinin turizm araştırmalarında sistematik biçimde analiz edilmesi, literatürdeki önemli boşluklardan birini doldurma potansiyeline sahiptir.

YouTube videolarına yapılan kullanıcı yorumları ise dijital temsillerin izleyici üzerindeki etkisini doğrudan yansıtan nitel veri kaynaklarıdır. Kullanıcıların doğal ortamda, herhangi bir yönlendirme olmaksızın ürettikleri bu yorumlar; turistlerin algılarını, beklentilerini, memnuniyet düzeylerini ve eleştirilerini açık biçimde ortaya koymaktadır. Xiang ve Gretzel (2010), sosyal medyanın çevrimiçi seyahat bilgi arama sürecindeki rolünü ele aldıkları çalışmalarında, kullanıcı yorumlarının destinasyon imajı üzerinde doğrudan etkili olduğunu ortaya koymuştur. Bu bağlamda YouTube yorumlarının içerik analizi yoluyla incelenmesi, turist davranışlarını anlamak açısından önemli bir metodolojik avantaj sunmaktadır.

Bu çalışmanın çıkış noktası, sosyal medyanın turizm karar verme sürecindeki rolünün literatürde sıklıkla vurgulanmasına rağmen, YouTube seyahat vloglarına yapılan kullanıcı yorumlarının sistematik biçimde analiz edilmesine yönelik çalışmaların sınırlı olmasıdır. Mevcut araştırmalar çoğunlukla TripAdvisor, Booking veya Instagram gibi platformlara odaklanmakta; YouTube'un

görsel anlatım gücü ve yorum temelli etkileşim yapısı yeterince ele alınmamaktadır (Akyol & Öztürk, 2023). Oysa YouTube, yalnızca bilgi sunan bir mecra değil, aynı zamanda duygusal bağ kurma, nostalji üretme ve destinasyon imajını yeniden inşa etme potansiyeline sahip bir platformdur. Bu bağlamda YouTube yorumları, turistlerin yalnızca rasyonel değerlendirmelerini değil, aynı zamanda duygusal tepkilerini ve aidiyet algılarını da yansıtan önemli bir nitel veri kaynağıdır.

Araştırma, YouTube seyahat vloglarının turistlerin karar verme sürecindeki rolünü Giresun ili örneği üzerinden incelemeyi amaçlamaktadır. Karadeniz Bölgesi'nde yer alan Giresun; doğal güzellikleri, yaylaları, sahil şeridi, tarihi yapıları ve kültürel dokusuyla önemli bir turizm potansiyeline sahiptir. Son yıllarda YouTube'da paylaşılan Giresun tanıtım videoları, hem gurbetçi bireylerin nostaljik bağlarını hem de potansiyel turistlerin bilgi arama davranışlarını yansıtan zengin bir içerik sunmaktadır. Ancak bu videolara yapılan yorumların akademik düzeyde sistematik biçimde analiz edilmesi, literatürde sınırlı sayıda çalışmada ele alınmıştır.

Araştırma, nitel araştırma yaklaşımı çerçevesinde tasarlanmış olup tematik içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Veri seti, YouTube platformunda yayımlanan ve Giresun ilini konu alan 16 seyahat vloguna yapılan toplam 1.191 kullanıcı yorumundan oluşmaktadır. Videoların seçiminde izlenme sayısı, yorum yoğunluğu ve içerik çeşitliliği gibi ölçütler dikkate alınmıştır. Veriler Maxqda yazılımı aracılığıyla analiz edilmiş; kodlama sürecinde tümevarımsal bir yaklaşım benimsenmiştir. İlk aşamada açık kodlama yapılmış, ardından benzer kodlar bir araya getirilerek temalar oluşturulmuştur. Analiz sonucunda doğal güzellik, kültürel miras, memleket özlemi, video anlatımı, eleştiri ve altyapı olmak üzere altı ana tema belirlenmiştir.

Araştırma bulguları, YouTube seyahat vloglarının turist algısını çok boyutlu biçimde etkilediğini göstermektedir. Doğal güzellik teması, en yüksek frekansa sahip tema olarak öne çıkmış; yaylalar, deniz manzaraları ve yeşil doğa unsurları kullanıcı yorumlarında yoğun biçimde vurgulanmıştır. Bu durum, görsel temsillerin seyahat motivasyonu üzerindeki etkisini açıkça ortaya koymaktadır (Li vd., 2020). Giresun örneğinde doğal çevrenin görsel sunumu, turistlerin destinasyona yönelik olumlu algı geliştirmesinde belirleyici bir rol oynamıştır.

Memleket özlemi teması, özellikle gurbetçi kullanıcıların yorumlarında belirginleşmiştir. “Memleketim”, “çocukluğum”, “özlem” gibi ifadeler, dijital içeriklerin nostaljik bir işlev üstlendiğini göstermektedir. Hudson ve Thal'ın (2013) vurguladığı gibi, vloglar duygusal bağ kurma sürecinde önemli bir araçtır. Bu bağlamda YouTube videoları, gurbetçi bireyler için yalnızca bir tanıtım aracı değil, aynı zamanda aidiyet ve kimlik duygusunu pekiştiren bir dijital temsil alanı olarak değerlendirilmektedir.

Eleştiri ve altyapı temaları, kullanıcıların destinasyonun fiziksel koşullarına yönelik değerlendirmelerini yansıtmaktadır. Yol durumu, ulaşım olanakları ve turistik tesislere ilişkin eleştiriler, destinasyon imajının yalnızca olumlu unsurlarla değil, aynı zamanda olumsuz yönlerle de şekillendiğini göstermektedir. Pop ve arkadaşları (2021), sosyal medya içeriklerinin seyahat deneyimi sonrası memnuniyet ve tavsiye davranışlarını etkilediğini belirtmiştir. Bu bağlamda eleştirel yorumlar, destinasyonun geliştirilmesi gereken yönlerine ilişkin önemli geri bildirimler sunmaktadır.

Kültürel miras teması, Giresun'un tarihi yapıları ve geleneksel unsurlarına yönelik algıları ortaya koymuştur. Kullanıcılar, bazı kültürel değerlerin videolarda yeterince temsil edilmediğini belirtmiş; bu durum dijital temsillerin kapsamının genişletilmesi gerektiğine işaret etmiştir. Kozak ve Decrop (2009), destinasyon imajının bilgi arama ve alternatif değerlendirme süreçlerinde belirleyici olduğunu vurgulamaktadır. Kültürel miras unsurlarının dijital içeriklerde daha görünür hale getirilmesi, destinasyon imajının bilişsel boyutunu güçlendirecektir.

Video anlatımı teması, dijital içeriklerin teknik kalitesinin izleyici algısı üzerindeki etkisini ortaya koymuştur. Ses, kurgu ve anlatım tarzına ilişkin değerlendirmeler, profesyonel dijital içerik üretiminin önemini vurgulamaktadır. Bu bulgu, dijital temsillerin yalnızca içeriğiyle değil, sunum biçimiyle de turist karar sürecini etkilediğini göstermektedir.

Sonuç olarak bu çalışma, YouTube seyahat vloglarının turistlerin karar verme sürecinde çok boyutlu bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Dijital temsiller; bilgi arama, seyahat motivasyonu, duygusal bağ kurma ve memnuniyet değerlendirme süreçlerinde belirleyici bir rol üstlenmektedir. Giresun örneği, sosyal medya yorumlarının nitel veri kaynağı olarak turizm araştırmalarında etkin biçimde kullanılabileceğini göstermektedir. Bu bağlamda çalışma, literatürdeki önemli bir boşluğu doldurmakta ve dijital içeriklerin turizm politikaları ile destinasyon pazarlamasında stratejik bir araç olarak değerlendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Anahtar Sözcükler: YouTube, seyahat vlogu, destinasyon imajı, turist karar verme süreci, Giresun.

Yapay Zeka Tabanlı Tarif Geliştirmenin Artıları ve Eksileri

Seda Nur KESKİN^{1*}

Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri/ Aşçılık Programı
Amasya Üniversitesi, Türkiye
¹seda.keskin@amasya.edu.tr

ORCID: 0000-0003-3769-0968

Özet

Yapay zeka, bilgisayarların ve makinelerin insan zekâsına benzer şekilde düşünme, öğrenme, problem çözme ve karar verme yeteneklerini taklit etmesini sağlayan bir teknolojidir. Günümüzde birçok alanda yaygın olarak kullanılan bu teknoloji, son yıllarda özellikle gastronomi alanında da kendine yer bulmaya başlamıştır. Son yıllarda yapay zeka ile tarif önerme ve kişiselleştirme, besin analizlerinin hazırlanmasında, diyet tercihlerine veya eldeki malzemelere göre tarifler çıkartma konusunda etkili bir araç haline gelmiştir. Bu çalışmanın amacı, mutfak alanında yapay zeka teknolojilerinin (örneğin Chat GPT, Google Gemini, Brief History of AI gibi vb.) yemek tarifi oluşturma süreçlerinde nasıl kullanıldığını, sağladığı avantajlar ve karşılaşılan sınırlılıklarla birlikte inceleyen bir kavramsal çerçeve sunmaktadır. Araştırmada, yapay zekanın tarif önerme, malzeme optimizasyonu, besin değeri analizi ve kişisel tercihlere göre uyarlanmış yemek tarifleri oluşturma gibi alanlarda sağladığı katkılar ele alınmıştır. Ayrıca, bu teknolojinin kullanıcı deneyimini iyileştirme, zaman tasarrufu sağlama ve yaratıcılığı destekleme, kişiselleştirilmiş menüler, moleküler gastronomi gibi daha teknik ve deneysel alanlarda etkili gibi avantajlarına değinilmiştir. Diğer yandan, veri kalitesi, bilgi eksikliği, kültürel farklılıkların göz ardı edilmesi ve kullanıcıya özgü tat tercihlerini tam olarak yansıtamama, tariflerin uygulanabilir olup olmadığı gibi bazı dezavantajlar da ortaya konulmuştur. Sonuç olarak, yapay zekanın mutfaklarda yenilikçi ve pratik çözümler sunduğu, ancak bazı sınırlılıkların giderilmesi gerektiği vurgulanmıştır.

Anahtar Sözcükler: Yapay Zeka, Gastronomi, Tarif Oluşturma, Mutfak, Dijitalleşme.

Abstract

Artificial intelligence (AI) is a technology that enables computers and machines to mimic human cognitive functions such as thinking, learning, problem-solving, and decision-making. While AI is now widely utilized across numerous fields, it has recently begun to establish a notable presence in the domain of gastronomy. In recent years, AI has become an effective tool in suggesting and personalizing recipes, conducting nutritional analyses, and generating recipes based on dietary preferences or available ingredients. The aim of this study is to present a conceptual framework that explores how AI technologies such as ChatGPT, Google Gemini, and Brief History of AI are used in the process of recipe creation within the culinary field, including their advantages and the limitations encountered. The research focuses on AI's contributions in areas such as recipe recommendation, ingredient optimization, nutritional value analysis, and the development of customized recipes tailored to individual preferences. Furthermore, the study highlights the benefits of AI in enhancing user experience, saving time, fostering creativity, and supporting

technical and experimental culinary domains such as personalized menus and molecular gastronomy. On the other hand, certain drawbacks are also addressed, including issues related to data quality, lack of contextual or cultural nuance, the inability to fully reflect individual taste preferences, and the uncertainty regarding the practicality or feasibility of generated recipes. In conclusion, while AI offers innovative and practical solutions in culinary practices, it is emphasized that some limitations need to be addressed in order to fully realize its potential in kitchen environments.

Key Words: Artificial intelligence, Gastronomy, Recipe Creation, Culinary, Digitalization.

Giriş

Günümüzde internetin sunduğu olanaklar sayesinde, farklı coğrafyalardan, kültürlerden ve uzmanlık seviyelerinden kişilerin paylaştığı sayısız yemek tarifine çevrim içi erişim mümkündür. Bu dijital ortam, yalnızca tarifleri aktarmakla kalmayıp aynı zamanda farklı mutfaklardaki bileşenlerin, pişirme tekniklerinin ve sunum biçimlerinin incelenmesine olanak tanıyan büyük ve çeşitliliği yüksek bir veri kümesi sunmaktadır. Bu veri havuzu, yapay zekâ temelli uygulamaların tarif üretiminde etkin bir şekilde kullanılmasına da zemin hazırlamaktadır. Son yıllarda yapay zekânın, özellikle mutfak uygulamalarında yaratıcı tarifler oluşturmak amacıyla kullanılması, gastronomi alanında dikkat çekici gelişmelere yol açmıştır (Goel vd., 2022).

Yapay zekâ algoritmaları, bir kullanıcının elindeki malzemelere dayalı olarak yemek tarifleri önerebilmekte, aynı zamanda bu malzemelerin alışılmışın dışında kullanımlarına dair yenilikçi çözümler sunabilmektedir (Lee vd., 2020). Böylece, yalnızca bilinen yemeklerin farklı versiyonları değil, kültürel sınırları aşan, farklı mutfakların bir araya getirilmesiyle oluşan füzyon mutfaklarda oluşturulabilmektedir. Bu gelişmeler, yapay zekânın mutfak sanatlarıyla etkileşiminin sadece bilgi sunma düzeyinde değil, yaratıcı sürecin aktif bir parçası haline geldiğini göstermektedir.

Yapay zekâ tabanlı sistemler, çok çeşitli bileşenleri analiz ederek özgün tarifler üretebilir ve özellikle profesyonel şeflerin menülerine yenilik katmalarını sağlayacak fikirler ortaya koyabilir. Bu algoritmalar, farklı gıda bileşenlerinin kimyasal özelliklerini analiz ederek, alışılmış tariflerin dışında özgün lezzet eşleşmeleri sunabilir (Stano ve De Iulio, 2024). Yapay zekânın sağladığı bu tür kombinasyonlar, yalnızca mevcut verilerin yeniden düzenlenmesiyle sınırlı kalmayıp, özgün ve daha önce denenmemiş tatlar ortaya çıkmasına da olanak tanımaktadır.

Ayrıca, yapay zekâ yalnızca lezzet veya tarif oluşturma süreciyle sınırlı değildir; kârlılık, malzeme bulunabilirliği, müşteri tercihleri ve sürdürülebilirlik gibi değişkenleri de dikkate alarak menü planlamasında stratejik kararlar alınmasına yardımcı olabilir. Bu yönüyle, yapay zekâ destekli uygulamalar restoranların operasyonel verimliliğini artırırken, müşteri beklentilerini karşılayan ve maliyet açısından etkin menüler oluşturma süreçlerinde de önemli bir rol üstlenmektedir (Kumar vd., 2021;Değerli ve Tatlısu, 2023). Yapay zekânın bu çok yönlü analitik kapasitesi, restoran yönetiminde karar alma süreçlerine katkı sağlamakta, aynı zamanda sürdürülebilir mutfak uygulamalarının yaygınlaşmasına da olanak tanımaktadır.

Bu bağlamda, bu çalışmanın temel amacı; yapay zekâ teknolojilerinin özellikle ChatGPT, Google Gemini, "Brief History of AI" gibi dil ve bilgi temelli sistemlerin yemek tarifi oluşturma süreçlerindeki kullanım biçimlerini ortaya koymak, sağladığı avantajları ve karşılaşılan sınırlılıkları bütüncül bir bakış açısıyla ele alan kavramsal bir çerçeve sunmaktır. Mevcut

literatürde gastronomi sektörü ile yapay zekâ teknolojilerinin ilişkisini inceleyen çeşitli çalışmalar bulunmakla birlikte (Uzan ve Sevimli, 2020; Aydın ve Uçkan Çakır, 2022; Yiğit, 2023; Özdemir, 2024; İbiş, 2025; Kızılgeçi, 2025), doğrudan mutfak uygulamaları özelinde ve özellikle tarif oluşturma süreci ekseninde yapılan araştırmalar oldukça sınırlıdır. Bu nedenle, bu çalışma, hem mutfak teknolojileri hem de gastronomi alanındaki yapay zekâ uygulamaları literatürüne özgün ve derinlikli bir katkı sağlamayı hedeflemektedir.

Literatür Taraması

Yapay zeka kavramı ilk kez 1956 yılında John McCarthy tarafından ortaya atılmıştır. Başlangıçta özellikle mühendislik, fizik ve matematik gibi alanlarda kullanılarak bu disiplinlerde önemli dönüşümlere yol açmıştır. Yapay zeka; bilgisayarların ve makinelerin insanlar gibi düşünebilme, öğrenebilme, problem çözebilme ve karar verebilme yeteneklerini taklit etmesini sağlayan bir teknolojidir (Fathima, 1984). 2016 yılında Google'ın yapay zeka araştırmalarına yoğunlaşması, bu teknolojinin evriminde kritik bir dönüm noktası olmuştur. Ardından, yapay zekanın tüm insanlık için faydalı olmasını amaçlayan kar amacı gütmeyen bir araştırma şirketi olan OpenAI kurulmuştur (OpenAI, 2023). 2022 yılında OpenAI tarafından geliştirilen dil modeli GPT-3, insanlarla doğal ve akıcı sohbetler gerçekleştirebilme yeteneğiyle dikkat çekmiştir (Tong & Zhang, 2023). Sonrasında geliştirilen GPT-4 modeli ise yalnızca metin tabanlı yanıtlarla sınırlı kalmayıp, görsellerle de etkileşime girebilme özelliği sayesinde daha işlevsel bir yapay zeka deneyimi sunmayı hedeflemiştir (Erul ve Işın, 2023). Örneğin; yapay zeka kullanıcıları, ellerinde var olan malzemelerin görsellerini GPT-4'e yükleyerek bu malzemelerle ne tür yemekler yapabilecekleri hakkında öneriler alabilirler ve mevcut malzemelerle farklı tariflere ulaşabilir (Karaca ve Özkan Önem, 2023). Diğer yandan Open AI tarafından yaratılan ChatGPT insanlığa katkı sağlamak amacı güden bir girişim olsa da bazı konularda eksiklikler barındırmaktadır. Özellikle bilgi konusunda güvenilirlik sorunları yaşamakta ve bu durum yanlış veya yanıltıcı bilgilerin üretilmesine neden olabilmektedir. Ayrıca, insan benzeri etik kavramı yeteneğine sahip olmamakla birlikte, bazı olumsuz durumlara neden olabilmektedir (Yiğit, 2023).

21. yüzyılda yapay zeka araçları neredeyse her sektörde kullanılmaya başlanmıştır. Yapay zekanın insan hayatında katkı sağladığı alanlardan arasında gastronomi sektörü dikkat çekmektedir (Keskin, 2025). Gastronomi; tarım ve hayvancılık alanında hammaddenin yetiştirilmesi, ürünü hazırlama ve yemeği pişirme teknikleri, kullanılan ekipmanlar, gıda güvenliğinin sağlanması, gıdanın besin değeri ve sağlık üzerine olası etkileri, gıdanın duyuşsal özelliklerinin (lezzet, tekstür) yanında gıda ve yemek yemenin sosyolojik, antropolojik, ekonomik, kültürel ve tarihsel yönleriyle ilgili çok disiplinli bir yaklaşımdır (Haas, 2020). Gastronomi alanında yapay zeka destekli teknoloji kullanımı; mutfaklarda menü hazırlama süreçleri, restoranlarında otomasyon robot sistemleri (Asif, vd, 2015), yiyeceklerin pişirme süresini ve sıcaklığını hassas bir şekilde kontrol etme, dilimleme, doğrama, karıştırma, hamur yoğurma ve hatta yemek pişirme gibi işlemler, sipariş alma, envanter yönetimi, malzeme takibi ve enerji yönetimi (Türkoğlu ve Yılmaz, 2022), diyet tercihlerine dayanarak kişiselleştirilmiş menüler sunmak ve müşteri tercihlerini ve diyet gereksinimlerini analiz ederek kişiselleştirilmiş menüler oluşturabilme ve daha kompleks yemek tariflerini bir araya getirerek farklı tarifler sunma gibi birçok yetkinlikte olmaktadır (Mogaji ve Nguyen, 2022).

Yemek yapma eylemi, insanlık tarihi boyunca yalnızca bir beslenme ihtiyacının karşılanmasından ibaret olmamış; aynı zamanda toplumların kültürel birikimini, geleneklerini ve yaşam biçimlerini

yansıtan bir miras haline gelmiştir (Özdemir, 2010). Nesiller boyu aktarılan yemek tarifleri, sözlü anlatımla, yazılı kaynaklarla veya gözlem ve deneyim yoluyla korunmuş; bu tarifler zamanla güncellenerek, toplumların değişen ihtiyaç ve zevklerine göre yeniden biçimlenmiştir. Bu yönüyle yemek tarifleri, yalnızca mutfakta uygulanan bir dizi işlemde değil, aynı zamanda kültürel hafızanın yaşayan bir parçasından oluşmaktadır. Yemek yapma süreci, genel olarak iki temel boyutta değerlendirilir. Bunlar; teorik ve uygulama boyutudur. Tarifin yapısal bilgisi; kullanılan malzemeler, ölçüler, hazırlık sıralaması ve pişirme tekniklerinin yazılı veya dijital formatlarda sunulması teorik; bu tariflerin mutfakta fiziksel olarak hazırlanması, tekniklerin hayata geçirilmesi ve duyuusal deneyimin oluşturulması ise uygulama olarak adlandırılır (Daylar, 2015).

Son yıllarda özellikle teorik tarif oluşturma süreçlerinde dijital teknolojilerin ve yapay zekâ temelli sistemlerin rolü artmaktadır. Bu doğrultuda yapılan akademik çalışmalar, yapay zekânın geleneksel tarif üretim biçimlerine alternatif ve tamamlayıcı bir yaklaşım sunduğunu ortaya koymaktadır. Bundan

alışmada dünyaca ünlü ve başarılı pasta şeflerinden biri olarak kabul edilen Jordi Roca'nın tarifldolayı literatür incelendiğinde;

Öztürk (2025) tariflerin oluşturulmasında yapay zekanın nasıl kullanıldığı konusunda bir ön çalışma yapmıştır. Çerini baz alarak ve Chat Gbt'yi eğitmiştir. OpenAI sistemlerinin teorik çerçeveler ve Jordi Roca'nın tatlı tarifleriyle birlikte kullanılması, bir dizi yeni ve yenilikçi tatlı tarifi ortaya çıkarmıştır. Çalışmanın sonucunda, OpenAI sistemlerinin yeni ve yüksek kaliteli yaratıcı tarifler üretme kapasitesine sahip olduğunu göstermiştir.

Gürbüz (2025) çalışmasında, yapay zekâ tabanlı ChatGPT chatbotlarının moleküler gastronomi alanında tarif oluşturma sürecindeki rolünü, güçlü ve zayıf yönleriyle incelemeyi ve bu süreçleri örneklerle açıklamayı amaçlamıştır. Çalışmada, ChatGPT kullanılarak köpük kefir, jel erişte, toz pastırma, sıvı azotla badem sütü dondurma ve küreleme tekniğiyle hazırlanan tarhana gibi tarifler geliştirilmiştir. Çalışmanın sonucunda, tarif oluşturmada hız ve verimlilik sağlaması, kişiselleştirilmiş bilgiler sayesinde ihtiyaçlarına göre tarif önerileri sunabilmesi, kullanıcılar tarifi her aşamasında yapay zeka ile iletişim kurarak anında destek alabilmesi gibi avantajlarının yanında, pratik uygulama gerektiren durumlarda ve teknik sınırlılıklar yeterli bulunmamıştır. Ayrıca, mutfakta insan etkileşimine ihtiyaç duyanlar için bir dezavantaj olabilmektedir.

Okur ve Ekincek'in (2025) çalışmasında, yapay zeka araçlarından biri olan ChatGPT'nin ürün geliştirme sürecine katkısı, glütensiz bir kraker örneği üzerinden ele alınmıştır. Bu kapsamda, ChatGPT ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiş; yapay zekanın ürün geliştirme, tarif oluşturma ve talimat verme konularındaki yetkinlikleri incelenmiştir. Çalışma sonucunda, yapay zekanın gastronomi alanında ürün geliştirme süreçlerinde etkin bir şekilde kullanılabileceği ve bu kullanımın alana yeni bir boyut kazandırabileceği belirlenmiştir. Ayrıca, beslenme kısıtlılıkları bulunan bireylerin, yapay zekadan destek alarak beslenme çeşitliliğini artırabilecekleri ve doğru komutlar verildiğinde bu teknolojiden etkili bir biçimde yararlanabilecekleri sonucuna ulaşılmıştır.

Hamarat ve diğerleri (2025) araştırmasında, yapay zeka destekli yaratıcı gastronomi yaklaşımları üzerine kavramsal bir inceleme yapmışlardır. Araştırmada, yaratıcı tarif üretiminin sezgisel değil, veri güdümlü algoritmalar aracılığıyla mümkün hale geldiği; tat deneyiminin ise yalnızca duyuusal

bir algıdan ibaret olmaktan çıkarak, semantik olarak modellenenebilir bir yapıya dönüştüğü ortaya konmuştur.

Gürbüz (2025) çalışmasında, yapay zeka araçlarının (ChatGBT ve COPILOT) her birine hem vegan hem de ketojenik diyetler için 24 adet öğün tasarımı görevi verilerek toplamda 96 öğün elde edilmiştir. Bu araçlar tarafından oluşturulan tariflerin besin öğeleri, besleyici özellikleri ve sağlığı geliştirici yönleri karşılaştırmalı bir analiz ile değerlendirilmiştir. Çalışmanın sonucunda, yapay zeka araçlarının diyetetik uygulamalarında yenilikçi bir araç olma potansiyelini vurgulamakta ve bu araçların diyetisyenlere destek sağlayacak tamamlayıcı bir teknoloji olarak kullanılabileceğini ortaya koymuştur. Fakat, yapay zeka araçları etkinliğinin daha kapsamlı şekilde doğrulanması için diyetisyenler tarafından formüle edilen diyet planları ile karşılaştırılmalarını içeren kapsamlı çalışmalara ihtiyaç olduğunu belirtmiştir.

Bagler ve Goel (2024), gerçekleştirdikleri çalışmada yemek tariflerinin yalnızca içerik bazında değil; aynı zamanda karbon ayak izi, besin değeri, gıda israfı ve maliyet gibi çok boyutlu kriterler doğrultusunda optimize edilebildiğini ortaya koymaktadır. Bu yaklaşım, tarif üretiminde yeni normlar oluşturarak yapay zekâ destekli yaratıcı tarif geliştirme süreçlerinin sadece gastronomik deneyimle sınırlı kalmayıp, çevresel ve ekonomik etkileri de gözeten bütüncül bir perspektif sunduğunu göstermektedir.

Göktaş (2023), araştırmasında yapay zekâ tabanlı bir model olan Chat GPT-4'ün farklı vejetaryen diyet türlerine uygun menüler ve tarifler oluşturma becerisini analiz etmeyi amaçlamıştır. Daha sonra bu malzemelerden üç öğünden oluşan günlük bir menü oluşturma istenmiştir. Her bir vejetaryen beslenme tipi için malzeme listesine yasaklı malzemeler eklenerek ChatGPT-4'ün bu yasaklı malzemeleri ayırt edip doğru bir menü oluşturup oluşturamadığı analiz edilmiştir. ChatGPT, beslenmeyle ilgili veriler üzerinde eğitilmiştir. Araştırmanın sonucunda bazı vejetaryen diyet menülerini başarılı bir şekilde hazırlayabildiği, ancak bazı diyet türlerinde yasaklı içerikleri kullanarak hatalar yaptığı tespit edilmiştir. Yapay zekanın gastronomi alanındaki potansiyelini göstermekle birlikte, gerçek şefin deneyimleri ile kıyaslanamayacağını ve yerel malzemelere veya kültürel yemek tercihlerine özgü önerilerde bulunma konusunda sınırlamaları olabileceğinden kullanıcıların bilgileri kontrol ederek doğrulanması gerektiğini de vurgulamaktadır.

Değerli ve Tatlısu (2023) çalışmasında ChatGPT (versiyon 3.5 ve 4) ve Bard (Brief History of AI) yapay zeka araçlarının tarif oluşturma, tarif düzeltme, tarif adaptasyonu, detaylandırma, zaman yönetimi ve sunum gibi alanlardaki becerilerini karşılaştırmıştır. Çalışma sonucunda ChatGPT-4'ün diğerlerine göre bazı görevlerde daha başarılı olduğu tespit edilmiş. Bard, tarif düzeltmede ChatGPT 3.5' ve 4'ten daha iyi performans göstermiş ancak diğer tüm görevlerde her iki araçtan da daha kötü performans göstermiştir.

Chauhan (2023), sous-vide sistemleri, veri destekli tarif analizleri ve 3D baskı teknolojilerinin geleneksel mutfak uygulamalarını aşarak, dijital teknolojilerle yeniden biçimlendiğini vurgular. Bu hibrit üretim ortamında, insanın duyuşal bilgeliği ile makinenin hesaplama gücü birleşerek yaratıcı süreci daha sistematik ve verimli hâle getirir.

Sonuç ve Öneriler

Son yıllarda hızla gelişen yapay zekâ teknolojileri, birçok sektörde olduğu gibi gastronomi alanında da dikkat çekici bir şekilde ön plana çıkmaktadır. Özellikle yapay zekâ temelli uygulamaların yemek tarifleri oluşturma, menü planlama ve mutfak yönetimi gibi alanlarda kullanımı giderek yaygınlaşmaktadır. Bu çalışma, yapay zekâ teknolojilerinin mutfak uygulamalarındaki kullanımını kapsamlı bir şekilde ele almakta; bu teknolojilerin sağladığı avantajlar, karşılaşılan sınırlılıklar ve kullanım sürecindeki temel dinamikleri incelemektedir.

Yapay zekâ destekli uygulamalar, özellikle ChatGPT, Google Gemini ve Bard gibi gelişmiş dil modelleri sayesinde, kullanıcıların ellerindeki mevcut malzemeleri değerlendirerek yaratıcı, çeşitli ve çoğu zaman geleneksel tariflerin ötesine geçen yenilikçi öneriler sunabilmektedir. Bu durum, hem ev kullanıcıları hem de profesyonel şefler için zaman tasarrufu sağlarken, mutfakta esneklik ve çeşitlilik yaratmaktadır.

Ancak yapay zekâ uygulamalarının gastronomi alanında etkili bir biçimde kullanılabilmesi için bazı ön koşulların sağlanması gerekmektedir. Bu süreçlerin en temel aşamalarından biri, yapay zekâ sistemlerinin doğru şekilde yönlendirilmesi ve ihtiyaç duyulan bilgiyle önceden beslenmesidir. Diğer bir ifadeyle, başarılı bir tarif önerisi ya da mutfak uygulaması elde edebilmek için yapay zekânın eğitilmesi ve istenilen bağlam doğrultusunda yönlendirilmesi büyük önem taşır. Kullanıcı, ne tür bir yemek istediğini, hangi malzemelerin mevcut olduğunu ve varsa belirli kısıtlamaları (örneğin; vegan, glutensiz, düşük kalorili vb.) açıkça belirttiğinde, yapay zekâ bu bilgiler ışığında en uygun tarifi oluşturabilmektedir. Literatür taraması sonucunda, yapay zeka tabanlı tarif geliştirmenin artıları şunlardır:

- yeni ve yüksek kaliteli yaratıcı tarifler üretme kapasitesine sahip olması,
- yapay zekanın tarif oluşturmada zaman tasarrufu sağlaması,
- bilgiye hızlı erişim sağlanması,
- malzeme optimizasyonu ve sürdürülebilirlik,
- yaratıcı süreci destekleme ve tariflerde çeşitlilik sağlaması,
- beslenme kısıtlılıkları bulunan bireylerin, yapay zekadan destek alarak beslenme çeşitliliğini artırabilecekleri,
- kullanıcılar tarifi her aşamasında yapay zeka ile iletişim kurarak anında destek alabilmesi,
- kişiselleştirilmiş bilgiler sayesinde ihtiyaçlarına göre tarif önerileri sunabilmesi,
- beslenme kısıtlılıkları bulunan bireylerin, yapay zekadan destek alarak beslenme çeşitliliğini artırabilecekleri,
- gıda israfını önleme,
- moleküler gastronomi gibi daha teknik ve deneysel alanlarda etkili olabilmektedir.

Yapay zekanın tarif oluşturma sürecine entegrasyonu; **yaratıcılığı teşvik eden, kullanıcı ihtiyaçlarına hızlı yanıt verebilen ve veri odaklı kararlar alınmasını sağlayan** bir potansiyel taşımaktadır. Bununla birlikte, yapay zekâ sistemlerinin gastronomi alanındaki kullanımı henüz başlangıç aşamasındadır ve bazı sınırlılıklar da mevcuttur. Tariflerin kültürel bağlamı, damak tadı farklılıkları, malzeme ölçülerinin yerel değişkenliği gibi unsurlar, yapay zekâ tarafından tam anlamıyla öngörülemez. Ayrıca, yapay zekâ tarafından oluşturulan tariflerin pratikte

uygulanabilirliği, tat dengesi ve sunum açısından profesyonel değerlendirmeye ihtiyaç duyduğu durumlar da olabilmektedir. Öncelikle, yapay zekânın sunduğu tariflerin duyusal değerlendirmelerden (tat, koku, doku) yoksun olması, tariflerin uygulanabilirliğini ve gerçek mutfak deneyimiyle olan uyumunu sınırlamaktadır. Dahası, yapay zekâ sistemlerinin beslendiği veri kümeleri çoğu zaman sınırlı içeriklerle kalmakta; bu durum, yerel ve geleneksel mutfak kültürlerinin algoritmalar tarafından yeterince temsil edilmemesi riskini doğurmaktadır. Ayrıca, kullanıcıya özgü kültürel tat profillerinin, deneyimsel mutfak bilgisinin ve sezgisel kararların algoritmalar yoluyla taklit edilmesi hâlâ sınırlı düzeydedir.

Bu durum sınırlılıkları ve eksikleri de doğurmaktadır. Bunlar:

- bilgi güvenilirliği,
- kültürel bağlamdan kopukluk,
- teknik sınırlılıklar,
- mutfakta insan etkileşimine ihtiyaç duyanlar için yaşanan eksiklik,
- yapay zeka eğitilmeden doğru ve güvenilir tarif oluşturmaması,
- uygulamalı gereklilikler karşısında yetersiz kalması
- Etik sorunları (yapay zekâ sistemlerinin bilgi doğruluğu, telif hakları ve kullanıcı verilerinin gizliliği gibi etik konular gözetilerek kullanımı yaygınlaştırılmalıdır).
- gerçek şefin deneyimleri ile kıyaslanamayacağını,
- yerel malzemelere veya kültürel yemek tercihlerine özgü önerilerde bulunma konusunda eksik kalması gibi unsurlar vardır.

Küresel sıkıntılar, çevresel sürdürülebilirlik, ekonomik maliyet gibi günümüzün kritik meselelerinin tarif üretimine entegre edilmesi, yapay zeka ile geliştirilen tariflerin sadece lezzet ya da pratiklik açısından değil; aynı zamanda etik, çevresel ve ekonomik açılardan da değerlendirilebileceğini göstermektedir (Bagler ve Goel, 2024). Bu, gastronomi alanında tarif oluşturma süreçlerinin gelecekte çok boyutlu bir yapıya kavuşacağını da habercisidir.

Sonuç olarak, yapay zekanın mutfak alanındaki kullanımı henüz gelişmekte olan bir alan olsa da, sağladığı olanaklar açısından hem sektörel hem de akademik düzeyde büyük bir potansiyel barındırmaktadır. Ancak bu teknolojinin güvenilir, kültürel olarak hassas ve pratik açıdan uygulanabilir hale gelebilmesi için hem teknik geliştirmelere hem de disiplinler arası yaklaşımlara ihtiyaç vardır. Yapay zekâ temelli sistemler, gastronomi alanında tarif üretimi ve kişiselleştirme süreçlerinde önemli avantajlar sunmakta; özellikle dijitalleşen mutfak pratikleri içerisinde kullanıcı deneyimini çeşitlendiren ve kolaylaştıran bir rol üstlenmektedir. Ancak bu teknolojilerin sürdürülebilir, kültürel olarak kapsayıcı ve duyusal olarak tatmin edici sonuçlar üretmesi için, insan-yapay zekâ iş birliğine dayalı hibrit modellerin geliştirilmesi gerekmektedir. Gelecekte gastronomi ile yapay zekâ arasındaki etkileşimin, yalnızca dijital tarif üretiminin ötesine geçerek, gastronomiyi kültürel, sanatsal ve bilimsel yönleriyle yeniden tanımlayan bir yapıya evrileceği öngörülmektedir. Bu bağlamda, gelecekte yapay zeka ve gastronomi arasındaki ilişkinin daha da derinleşeceği ve bu birlikteliğin mutfak kültürünü yeniden şekillendireceği öngörülmektedir. Gelecekteki restoran şefleri dijital pazarlama stratejilerine daha fazla odaklanmaları, özellikle yapay zeka destekli veri analitiği, menü ve tarif oluşturma ile müşterilerin istek ve ihtiyaçlarına yönelik kişisel deneyimler sunmaları beklenmektedir. Ayrıca, yapay zekâ destekli tariflerin sadece

teorik değil, uygulamalı mutfak testlerinden geçirilmesi gerekmektedir. Akademik çalışmalar, bu tariflerin lezzet, sunum ve hazırlanabilirlik yönünden değerlendirilmesini de içermelidir.

Bu konuda şu öneriler sunulabilir;

1. *Kültürel Çeşitliliği Artıracak Veri Setleri Geliştirilmeli:*
Yapay zekânın yerel, bölgesel ve geleneksel mutfakları da öğrenebilmesi için veri tabanları daha kapsayıcı hale getirilmelidir.
2. *İnsan-Yapay Zeka Hibrit Modelleri Oluşturulmalı:*
Yapay zekanın veri analizi yeteneğiyle insan sezgisini birleştiren sistemler, daha gerçekçi ve uygulanabilir tarifler üretilmesini sağlayabilir.
3. *Duyusal Simülasyon Teknolojileriyle Entegrasyon Sağlanmalı:*
Tat ve koku gibi duysal faktörleri değerlendirebilecek sensör ve simülasyon sistemleri Yapay zeka ile entegre edilerek daha isabetli öneriler sunulabilir.
4. *Şef ve Gıda Uzmanları ile İş birliği Yapılmalı:*
Yapay zekâ sistemleri, mutfak profesyonellerinin geri bildirimleriyle sürekli güncellenmeli ve gerçek yaşam senaryolarında test edilmelidir.
5. *Etik ve Kültürel Hassasiyetlere Dikkat Edilmeli:*
Tarif üretiminde kültürel özgünlüğü koruyan, dini ve etik beslenme kurallarına uygun seçenekler içeren sistemler geliştirilmelidir.
6. *Tariflerin Uygulanabilirliği Mutfaklarda Test Edilmeli:*
Yapay zekanın önerdiği tariflerin uygulanabilirliği gerçek mutfak ortamlarında denenmeli ve kullanıcı deneyimlerine göre revize edilmelidir.
7. *Eğitim Amaçlı Kullanım Yaygınlaştırılmalı:*
Gastronomi eğitimi veren kurumlarda yapay zekâ tabanlı tarif üretim sistemleri ders materyali olarak entegre edilebilir.
8. *Kullanıcı Geri Bildirimlerine Dayalı Öğrenme Mekanizmaları Geliştirilmeli:*
Yapay zekâ sistemleri, oluşturduğu tariflerin kullanıcılar tarafından nasıl değerlendirildiğini izleyerek (örneğin beğeni, puanlama, yorumlar) kendi öneri sistemlerini geliştirecek şekilde yapılandırılmalıdır.
9. *Çevresel ve Sürdürülebilirlik Odaklı Tarif Önerileri Sunulmalı:*
Yapay zekâ algoritmaları, karbon ayak izi düşük, yerel üretimi destekleyen ve mevsimsel malzemeleri ön planda tutan tarifleri önceliklendirmelidir.
10. *Gıda İsrafını Önlemeye Yönelik Özelleştirilmiş Tarifler Geliştirilmeli:*
Kullanıcının evinde kalan malzemelere göre özgün ve pratik tarifler sunabilen yapay zekâ sistemleri ile evsel gıda atığı azaltılabilir.
11. *Malzeme Alternatiflerini Sunan Akıllı Tarif Sistemleri Oluşturulmalı:*
Belirli bir malzeme eksikse, yapay zekâ sistemleri otomatik olarak uygun alternatifleri (besin değeri ve tat profili açısından benzer) önererek esnek tarifler sunabilmelidir.
12. *Alerjen Takibi ve Uyarı Sistemi Entegre Edilmeli:*
Tarifte bulunan potansiyel alerjen içerikler hakkında kullanıcıyı uyaran, alerjen içermeyen alternatifler sunan gelişmiş bir sistem geliştirilmelidir.
13. *Zaman ve Bütçeye Göre Tarif Önerileri Geliştirilmeli:*
Yapay zekâ, kullanıcıya ayrılan zaman ve bütçeye göre tarifleri filtreleyip önererek daha erişilebilir ve planlı mutfak deneyimleri sunabilir.

14. *Tariflere Adım Adım Sesli ve Görsel Anlatım Eklenmeli:* Görsel destekli tarif anlatımı (video, animasyon, artırılmış gerçeklik) ile özellikle mutfak becerisi sınırlı kullanıcılar için kullanım kolaylığı sağlanabilir.
15. *Yemek Tariflerini Diyetisyen Onayıyla Eşleştiren Sistemler Geliştirilmeli:* Özellikle kronik rahatsızlıkları olan bireyler için, yapay zekânın önerdiği tariflerin uzman onayıyla (diyetisyen/doktor entegrasyonu) risk analizi yapılabilir.
16. *Tariflerin Kültürel Kökenini ve Hikâyesini Açıklayan Modüller Eklenmeli:* Yapay zekâ sistemleri, tarifi ait olduğu kültür, tarihsel geçmişi ve geleneksel pişirme yöntemleri hakkında bilgi vererek gastronomik kültür aktarımına katkı sağlayabilir.
17. *Profesyonel Mutfaklarda Entegrasyon İçin API Geliştirmeleri Yapılmalı:* Restoran otomasyon sistemleri ile entegre çalışabilecek yapay zekâ tabanlı tarif sistemleri (örneğin POS sistemleriyle entegre menü oluşturma) geliştirilebilir.
18. *Yemek ve Duygu Eşleşmesi İçin Yapay Zekâ Kullanılmalı:* Kullanıcının ruh hali, hava durumu veya özel günlere göre yemek önerileri sunabilen “duygu tabanlı yemek eşleştirme” sistemleri tasarlanabilir.

Kaynakça

- Aydın, Ş. ve Uçkan Çakır, M. (2022). Gastronomi ve dijitalleşme. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 12(4), 2143-2159.
- Bagler, G., & Goel, M. (2024). Computational gastronomy: Capturing culinary creativity by making food computable. *Systems Biology and Applications*, 10(72). Doi: <https://doi.org/10.1038/s41540-024-00399-5>.
- Chauhan, Y. (2023). Culinary creativity unleashed: A review of innovative techniques in food gastronomy. *International Journal for Multidimensional Research Perspectives*, 1(2), 37–46.
- Erul, E., & Işın, A. (2023). ChatGPT ile sohbetler: Turizmde ChatGPT’nin önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11(1), 780-793. <https://doi.org/10.21325/jotags.2023.1217>.
- Değerli, A. H., & Tatlısu, N. B. (2023). Cooking with ChatGPT and Bard: A study on competencies of AI tools on recipe correction, adaption, time management and presentation. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11(4), 2658-2673. <https://doi.org/10.21325/jotags.2023.1312>.
- Daylar, Ş. (2015). *Otel mutfak yöneticilerinin işgörenlerin yeterlilik düzeyi hakkındaki algıları: Karşılaştırılmalı bir uygulama*. Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Fathıma. A. PK, (1984). What is artificial intelligence?. Success is no accident. It is hard work, perseverance, learning, studying, sacrifice and most of all, love of what you are doing or learning to do, 65.
- Hamarat, H., Tatlısu, N. B. ve Uçuk C. (2025). Geleceğin sofrası: Yapay zeka destekli yaratıcı gastronomi yaklaşımları üzerine kavramsal bir inceleme. 9. Uluslararası Gastronomi Araştırmaları Kongresi, Kayseri.

- Haas, A. E. (2020). Gastronomi, İçinde, Kozak, N. (Editör), Online Türkiye Turizm Ansiklopedisi, <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/gastronomi> (Erişim tarihi: 19.10.2025).
- Goel, M., Chakraborty, P., Ponnaganti, V., Khan, M., Tatipamala, S., Saini, A., & Bagler, G. (2022). Ratatouille: A tool for Novel Recipe Generation. Proceedings - 2022 IEEE 38th International Conference on Data Engineering Workshops, ICDEW 2022, 107–110. <https://doi.org/10.1109/ICDEW55742.2022.00022>.
- Göktaş, L. S. (2023). The role of ChatGPT in vegetarian menus [Vejetaryen menülerde ChatGPT'nin rolü]. *Tourism and Recreation*, 5(2), 79-86. <https://doi.org/10.53601/tourismandrecreation.1343598>.
- Gürbüz, S. (2025). Moleküler gastronomi tarifi oluşturmada yapay zekânın kullanımı: Güçlü ve zayıf yönleri. *Bulanık MYO Sosyal Bilimler Dergisi (BULSODER)*, 3 (1), 20-33.
- Kumar, I., Rawat, J., Mohd, N., & Husain, S. (2021). Opportunities of Artificial Intelligence and Machine Learning in the Food Industry. *Journal of Food Quality*. <https://doi.org/10.1155/2021/4535567>.
- Karaca, Ş., & Özkan Önem, E. (2023). ChatGPT'nin turizm sektöründe kullanımına genel bir bakış. In Fareast 2nd International Conference on Social Sciences, October 20-22, Conference Book (pp. 187-195). Academy Global Publishing House.
- Keskin, S. N. (2025). Dijital Gastronomi Alanında Influencer (Etkileyici) Pazarlaması. Karaçar, E. ve Şat, R. (Eds.), In: *Dijital Pazarlama Çalışmaları* (139-146). Özgür Yayınları.
- Okur, B. ve Ekincek, S. (2025). Gastronomide yapay zekâ destekli ürün geliştirme örneği: Glutensiz kraker. 9. Uluslararası Gastronomi Araştırmaları Kongresi, Kayseri.
- Özdemir, B. (2010). Dışarıda yemek yeme olgusu: kuramsal bir model önerisi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 218-232.
- Open AI, (2023) Openai blog chatgpt. (Eişim tarihi 10 Eylül 2025).
- Özdemir, S. (2024). Yapay Zekânın Gastronomi Turizmi Üzerindeki Etkileri: ChatGPT ile Bir Röportaj (The Impact of Artificial Intelligence on Gastronomy Tourism: An Interview with ChatGPT). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 12(4), 2660–2682. <https://doi.org/10.21325/jotags.2024.1505>.
- Kızılgeçi, Ç. (2025). Restoranlarda Yapay Zeka ve Dijital Pazarlama: Gastronomi Sektöründe Güncel Uygulamalar ve Eğilimler. *WATERRA*, 2(1), 1-7.
- İbiş, S. (2025). Yapay Zekâ Teknolojilerinin Gastronomi Turizminde Kullanımı: ChatGPT Örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 109-131.
- Lee, H. H., Shu, K., Achananuparp, P., Kokoh Prasetyo, P., Liu, Y., Lim, E.-P., & Varshney, L. R. (2020). RecipeGPT: Generative Pre-training Based Cooking Recipe Generation and Evaluation System. 17. <https://doi.org/10.1145/nnnnnnn.nnnnnnn>.
- Uzan, Ş. B., & Sevimli, Y. (2020). Gastronomideki robotik uygulamalar ve yapay zekâ. *Tourism and Recreation*, 2(2), 46-58.
- Stano, S., & De Iulio, S. (2024). Le goût des intelligences artificielles: Une exploration interdisciplinaire de la création culinaire numérique [Doctoral dissertation, Université de Lille]. HAL Open Science.Doi: <https://theses.hal.science/tel-04885581>.

- Yiğit, S. (2023). Yapay zekâ gastronomi eğitime katkı sunabilir mi? ChatGPT örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11(3), 1970-1982. <https://doi.org/10.21325/jotags.2023.1276>.
- Türkoğlu, H., & Yılmaz, G. (2022). The place and importance of artificial intelligence in the gastronomy sector. *Gazi University Journal of Science Part C: Design and Technology*, 10(4), 1070-1082. <https://doi.org/10.29109/gujsc.1199093>.
- Tong, Y., & Zhang, L. (2023). Discovering the next decade's synthetic biology research trends with ChatGPT. *Synthetic and Systems Biotechnology*, 8(2), 220-223.

Helal Turizmde Dijital Dönüşüm: İslami FinTek Uygulamalarının Turizmdeki Rolü

Mehmet BEYAZGÜL^{1*}

Turizm Fakültesi / Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

Harran Üniversitesi, Türkiye

mehmetbeyazgul@harran.edu.tr

ORCID: 0000-0002-3139-4351

Özet

Küresel turizm endüstrisi, dijital teknolojilerin hızlı gelişimiyle birlikte son on yılda köklü bir dönüşüm yaşamaktadır. Seyahat planlamasından ödeme sistemlerine, müşteri ilişkilerinden pazarlamaya kadar uzanan dijitalleşme süreci, turizm sektörünün yapısını ve değer zincirini derinden etkilemiştir. Bu dönüşüm, sadece hizmet sunumunu değil, aynı zamanda turistlerin beklenti, tercih ve davranış biçimlerini de yeniden tanımlamaktadır. İnanç temelli turizm türleri de bu dönüşümden payını almaktadır. Bu bağlamda, İslam dininin ilkeleri doğrultusunda şekillenen helal turizm, küresel turizm pazarında giderek artan bir öneme sahiptir. Helal turizm, yalnızca Müslüman turistlerin dini hassasiyetlerini gözetmekle kalmaz; aynı zamanda etik, kültürel ve toplumsal sorumluluk ilkelerine dayalı bir deneyim sunar. Ancak bu değerlerin dijital ortama taşınabilmesi için güçlü, güvenilir ve şeriata uygun bir finansal altyapı gerekmektedir. Bu bağlamda İslami FinTek (Islamic Financial Technology) kavramı, helal turizmin dijital dönüşümünde stratejik bir role sahiptir.

Bu çalışmanın amacı, helal turizm sektöründe dijital dönüşüm sürecinin İslami FinTek uygulamalarıyla nasıl desteklenebileceğini kavramsal bir çerçevede analiz etmektir. Çalışma, mevcut literatürden hareketle İslami FinTek'in helal turizmin finansal sürdürülebilirliği, kültürel güvenilirliği ve toplumsal etkileri üzerindeki potansiyelini tartışmaktadır. Çalışmada literatür taramasına dayalı nitel bir yaklaşım benimsenmiştir. Bu kapsam doğrultusunda İslami FinTek, helal turizm ve dijital dönüşüm kavramlarının kesişim alanlarını inceleyen bilimsel yayınlar analiz edilmiştir. İncelenen çalışmalarda Malezya, Endonezya, Türkiye ve Körfez ülkeleri olmak üzere helal turizm alanında öne çıkan destinasyonlarda geliştirilen dijital finansal çözümler örnek olarak değerlendirilmiştir (Haddad ve Hornuf, 2019; Miskam, vd., 2018; Nor, vd., 2021; Rudnycky, 2013); Canbaz ve Erbaş, 2021; Çakar, 2023). İslami FinTek uygulamaları; faizsiz finans prensiplerine dayalı dijital bankacılık, blockchain tabanlı helal sertifikasyon sistemleri, zekât ve vakıf fonlarının dijital yönetimi, katılım tabanlı turizm yatırımı (crowdfunding) ve mobil ödeme sistemleri çerçevesinde ele alınmıştır.

Helal turizm araştırmaları, genellikle turist davranışları, hizmet kalitesi ve destinasyon imajı üzerine yoğunlaşmaktadır (Ercan ve Öztürk, 2023; Pamukçu ve Saruşık, 2017). FinTek çalışmaları ise daha çok dijital bankacılık, finansal kapsayıcılık ve katılım finans kurumları çerçevesinde ele alınmıştır (Akbaş ve Duran, 2023; Tekin, 2020). Bununla birlikte, İslami FinTek ile helal turizmin kesiştiği bütünleşik bir model öneren çalışmalar Türkiye bağlamında

son derece sınırlıdır. Bu boşluk, turizm sektöründe dijital finansal yeniliklerin kültürel ve etik boyutlarını inceleyen araştırmaların eksikliğini göstermektedir.

Elde edilen bulgular, İslami FinTek'in helal turizmin dijital dönüşümünde üç temel düzeyde etkili olduğunu göstermektedir:

(1) Finansal erişilebilirlik düzeyi – küçük ve orta ölçekli helal turizm işletmelerinin dijital katılım bankacılığı aracılığıyla finansmana ulaşımı kolaylaşmaktadır.

(2) Etik güven düzeyi – blockchain tabanlı helal sertifikasyon sistemleri, turistlerin gıda ve konaklama tercihlerinde şeffaflık ve güven sağlamaktadır.

(3) Kültürel sürdürülebilirlik düzeyi – zekât ve vakıf fonlarının dijital olarak yönetilmesi, yerel toplulukların turizm faaliyetlerine katılımını ve gelir paylaşımını desteklemektedir.

Bu bağlamda çalışma, İslami FinTek'in yalnızca bir finansal yenilik değil; aynı zamanda inanç, kültür ve sürdürülebilirlik temelli bir turizm yönetimi aracı olduğunu ortaya koymaktadır. Helal turizm işletmelerinin dijital dönüşüm sürecinde etik, güvenilir ve şeffaf finansal teknolojilere yönelmesi, destinasyon rekabet gücünü artırmakta ve yeni bir "katılım temelli dijital turizm ekosistemi"nin oluşmasına katkı sağlamaktadır.

Anahtar Sözcükler: İslami bankacılık, Finansal teknolojiler, Dijital dönüşüm, Helal turizm, İnanç turizmi.

Kaynakça

- Akbaş, Ö. F. ve Duran, S. (2023). Teknolojik inovasyonun katılım bankacılığına etkisi: Uygulamalar ve gelecek perspektifleri. *International Journal of Eurasia Social Sciences/Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(53).
- Çakar, R. (2023). Fintek Kavramı ve İslami Finans Kurumlarında Kullanılan Güncel Fintek Uygulamaları. *Kocatepe İslami İlimler Dergisi*, 6(Özel Sayı), 18-37. <https://doi.org/10.52637/kiid.1323142>
- Canbaz, M. F., & Erbaş, S. (2021). Katılım bankacılığında Fintek eğilimleri ve sektöre katkıları. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(3), 477-489.
- Ercan, B. ve Öztürk, Y. (2023). Türkiye'de Müslüman-dostu otellerde konaklayan yerli misafirlerin profilini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(49), 377-392.
- Haddad, C. ve Hornuf, L. (2019). The emergence of the global fintech market: Economic and technological determinants. *Small business economics*, 53(1), 81-105.
- Miskam, S., Shahwahid, F. M. ve Sholehuddin, N. (2018). Catching the Fintech wave in Islamic finance: Regulatory approach for Malaysia. 4th Muzakarah Fiqh & International Fiqh Conference (MFIFC 2018), October,
- Nor, S. M., Abdul-Majid, M. ve Esrati, S. N. (2021). The Role of Blockchain Technology in Enhancing Islamic Social Finance: The Case of Zakah Management in Malaysia. *Foresight*, 23(5), 509-527. <https://doi.org/10.1108/fs-06-2020-0058>
- Pamukçu, H. ve Sarıışık, M. (2017). Helal Turizm Kavramı Ve Gelişimi Üzerine Genel Bir Değerlendirme. *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(1), 82-98.
- Rudnycky, D. (2013). From wall street to Halal street: Malaysia and the globalization of Islamic Finance. *The Journal of Asian Studies*, 72(4), 831-848.
- Tekin, Z. (2020). Katılım bankacılığında inovatif ve dijital çözümler: Türkiye için bir model önerisi. *Turkish Studies-Economy*, 15(3), 1625-1638.

Akıllı Turizmde Yapay Zeka Teknolojilerinin Dönüşümü

Muazzez KORKMAZ^{1*}, Sadık SERÇEK²

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü
Dicle Üniversitesi, Diyarbakır
¹mzzkorkmaz@hotmail.com

ORCID: 0000-0002-8167-7990

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Anabilim Dalı
Dicle Üniversitesi, Diyarbakır
²sadik.sercek@dicle.edu.tr
ORCID: 0000-0003-2429-320X

Özet

Son yıllarda, yapay zekâ teknolojilerinin gelişimiyle birlikte, turizm sektöründeki faaliyetlerin dijitalleşmesi ve verimliliğin artması gözlemlenmektedir. Akıllı turizm uygulamaları, bu teknolojilerin sektöre entegrasyonunun en somut örneklerinden biridir. Seyahat planlaması, müşteri ilişkileri, hizmet kişiselleştirme, veri analizi ve destinasyon yönetimi gibi alanlarda kullanılan yapay zeka destekli sistemler, sektördeki verimliliği önemli ölçüde artırmaktadır. Bu dönüşümün, gelecekte turizm sektöründe daha fazla etkisini göstereceği öngörülmektedir.

Yapay zeka teknolojilerinin sektöre girmesiyle birlikte, turizm işletmeleri ve hizmet sağlayıcılar, seyahat deneyimlerini daha kişiselleştirilmiş ve kullanıcı dostu hale getirme imkânına kavuşmuştur. Özellikle mobil uygulamalar ve web platformları, turistlerin ihtiyaçlarını anlamak ve onlara en uygun önerileri sunmak için yapay zekâdan faydalanmaktadır (Zheng vd., 2020). Bu alandaki gelişmeler, yalnızca müşteri deneyimini iyileştirmekle kalmamış, aynı zamanda turizm sektöründeki işletmeler için de yeni iş modelleri ve gelir kaynakları oluşturmuştur (Liu, Y., ve Gao, M., 2022). Yapay zeka tabanlı sistemler sayesinde destinasyonlar daha verimli yönetilmekte, müşterilere daha hızlı ve kişiselleştirilmiş hizmetler sunulmaktadır.

Bu çalışmanın temel amacı, yapay zekâ teknolojilerinin akıllı turizm üzerindeki etkilerini incelemektir. Bu bağlamda yapılan araştırmalarda literatür taraması ve bibliyometrik analiz yöntemleri kullanılmıştır. Araştırmada bibliyometrik analiz için veri kaynağı olarak “Web of Science” uluslararası veri tabanı kullanılmıştır. Ayrıca “VOSviewer” analiz yazılımı da, akıllı turizmdeki yapay zekâ uygulamaları hakkında daha derinlemesine bir anlayış sağlanmak amacıyla çalışmanın temel araçlarından biri olarak kullanılmıştır. VOSviewer yazılımı, bibliyometrik verileri görsel bir biçimde sunarak, araştırmacılara hangi konuların ön planda olduğunu ve hangi alanlarda daha fazla araştırma yapıldığını göstermek için kullanılmıştır (Van Eck, N. J., ve Waltman, L., 2010).

Çalışmada elde edilen bulgular, özellikle veri analizi ve kişiselleştirilmiş hizmetlerdeki yapay zeka uygulamalarının sektördeki önemli rolünü ortaya koymaktadır (Lee vd., 2022). Ayrıca yapılan analizler, "anahtar kelimeler", "ortak yazarlar", "en çok atıf alan dergiler" ve "çalışmalara en çok yer veren ülkeler" gibi çeşitli bibliyometrik göstergeleri incelemektedir. Bu veriler, akıllı turizmde yapay zeka uygulamalarının sektöre etkilerini daha iyi anlaşılmasına yardımcı olacağı düşünülmektedir.

Bu bağlamda, gelecekte yapay zekâ teknolojilerinin turizm sektöründe daha fazla yaygınlaşması olasıdır. Seyahat endüstrisi, veri toplama ve analiz etme süreçlerini daha verimli hale getirme potansiyeline sahip olabilir, bu sayede müşteri beklentilerine daha hızlı bir şekilde yanıt verme kapasitesine ulaşılabilir. Özellikle seyahat planlaması, otel rezervasyonları ve destinasyon önerileri gibi alanlarda, yapay zekâ teknolojileri, kullanıcıların bireysel tercihleri doğrultusunda daha doğru tahminlerde bulunarak daha verimli hizmet sunma imkânı sağlayabilir. Bu tür gelişmelerin, müşteri memnuniyetini artırmanın yanı sıra, turizm sektörünün ekonomik olarak daha sürdürülebilir bir yapıya bürünmesine katkıda bulunabileceği düşünülmektedir (Başer, M. Y., ve Olcay, A. 2022).

Sonuç olarak, bu çalışma, yapay zekâ teknolojilerinin turizm sektöründeki potansiyelini incelemektedir. Yapay zekâ, akıllı turizmde önemli bir rol oynamakta olup, sektördeki işletmeler için yeni fırsatlar yaratmakta ve müşteri deneyimini iyileştirmektedir. Bu alanda yapılan araştırmalar, gelecekteki gelişmeleri yönlendirecek ve sektördeki dijitalleşme süreçlerine destek olması hedeflenmektedir. Yapay zekânın sektöre olan katkıları, ilerleyen yıllarda daha da belirgin hale gelecek ve turizmin daha sürdürülebilir, verimli ve kişiselleştirilmiş bir hale gelmesini sağlayacaktır.

Anahtar Sözcükler: Akıllı turizm, Yapay zekâ, Web of Science, VOSviewer analizi,

Kaynakça

- Başer, M. Y., & Olcay, A. (2022). Akıllı turizmde yapay zekâ teknolojisi. Gaziantep University Journal of Social Sciences, 21(3), 1795-1817.
- Lee, I. S., Lee, H., Chen, Y. H., & Chae, Y. (2020). Bibliometric analysis of research assessing the use of acupuncture for pain treatment over the past 20 years. Journal of Pain Research, 367-376.
- Zheng, W., Liao, Z., & Lin, Z. (2020). Navigating through the complex transport system: A heuristic approach for city tourism recommendation. Tourism Management, 81, 104162.
- Liu, Y., & Gao, M. (2022). The Role of Artificial Intelligence in Shaping User-Friendly Tourism Services. Tourism Management Perspectives, 37(2), 75-83.
- Van Eck, N. J., & Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. Scientometrics, 84(2), 523–538.

Dijital Çağda İnanç Turizminin Dönüşümü

Gülden KURT DERMİRCAN¹, Şeyhmus DEMİRCAN², Hüseyin ÇEKEN^{3*}

Muğla Meslek Yüksekokulu/ Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye
¹guldenkurt@mu.edu.tr

ORCID: 0000-0001-6275-5204

Muğla Meslek Yüksekokulu, Seyahat, Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye
²seyhmusdemircan@mu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-2475-0207

Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye
³hceken@mu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-6614-3018

Özet

Dijital çağın hızla gelişen teknolojik dinamikleri, turizm sektörünün tüm alt alanlarında olduğu gibi inanç turizmini de derinden etkilemektedir. Geleneksel olarak fiziksel ziyaretlere ve yüz yüze deneyimlere dayalı olan inanç turizmi, dijital teknolojilerin yaygınlaşmasıyla birlikte mekândan ve zamandan bağımsız, çok katmanlı bir yapıya dönüşmektedir. Bu dönüşüm, inanç mekânlarının yalnızca ibadet veya dini ziyaret alanı olmaktan çıkarak, dijital ortamda deneyimlenebilen kültürel ve sanal etkileşim alanlarına evrilmesine neden olmaktadır (Gretzel, 2015). Dijitalleşme, hem ziyaretçilerin dini mekânlara ulaşımını kolaylaştırmakta hem de mekânların tanıtımında yeni yöntemlerin ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Artırılmış gerçeklik (AR), sanal turlar, dijital haritalar, web siteleri ve sosyal medya kampanyaları, turistlerin inanç mekânlarıyla olan etkileşim biçimlerini yeniden şekillendirmektedir (Tussyadiah, 2018).

Bu çalışmanın amacı, Mezopotamya'nın önemli inanç merkezlerinden biri olan Diyarbakır'da dijitalleşme sürecinin inanç turizmine etkilerini çok yönlü biçimde incelemektir. Araştırma, dijital tanıtım araçlarının inanç mekânlarının görünürlüğü, erişilebilirliği ve ziyaretçi motivasyonu üzerindeki rolünü değerlendirmeyi hedeflemektedir. Bu kapsamda sosyal medya platformları, artırılmış gerçeklik uygulamaları, sanal turlar ve dijital kampanyaların inanç turizmine katkısı analiz edilecektir. Diyarbakır, tarih boyunca farklı dinlerin, kültürlerin ve medeniyetlerin bir arada yaşadığı, cami, kilise, sinagog gibi yapılarla çok inançlı bir geçmişe sahip kadim bir şehirdir. Bu özelliğiyle şehir, dijital çağda çok inançlı kültürel mirasın dijital tanıtımı açısından eşsiz bir laboratuvar görevi görecektir.

Araştırmanın önemi, literatürde genellikle fiziksel deneyim odaklı olarak ele alınan inanç turizminin, dijital ortamlardaki yeni temsil biçimleriyle nasıl dönüştüğünü ortaya koymasından kaynaklanmaktadır (Timothy & Olsen, 2006; Vukonić, 2002). Dijital tanıtım araçlarının kültürel

mirasın korunması, erişilebilirlik ve sürdürülebilir turizm ilkeleriyle nasıl bütünleştirilebileceğini incelemek, hem teorik hem de pratik açıdan katkı sağlayacaktır. Ayrıca, çalışmanın bulgularının yerel yönetimler, turizm politikacıları ve kültürel miras uzmanları için dijital inanç turizminin planlanması konusunda rehberlik etmesi beklenmektedir.

Araştırma süreci nitel araştırma yaklaşımına dayalı olarak yürütülecektir. Çalışma üç aşamalı olarak planlanmaktadır: (1) Belgesel tarama kapsamında, Diyarbakır'daki inanç mekânlarının dijital ortamdaki temsilleri (web siteleri, sosyal medya, sanal turlar, artırılmış gerçeklik uygulamaları) incelenecektir. (2) İçerik analizi aşamasında, bu dijital materyallerde kullanılan anlatı biçimleri, sembolik temsiller, görsel stratejiler ve kültürel referanslar tematik olarak değerlendirilecektir. (3) Yarı yapılandırılmış görüşmeler aşamasında, dinî mekân yöneticileri, turizm profesyonelleri, dijital içerik üreticileri ve yerel yönetim temsilcileriyle görüşmeler yapılacaktır. Elde edilecek veriler, betimsel analiz yöntemiyle çözümlenerek temalar altında sınıflandırılacaktır (Yıldırım & Şimşek, 2018).

Çalışmanın sonucunda, dijital teknolojilerin inanç turizmine önemli katkılar sağlayacağı öngörülmektedir. Özellikle genç kuşak turistlerin dijital kanallar üzerinden edinilen bilgiye güvenmesi, sanal turlarla deneyim kazanmaları ve artırılmış gerçeklik aracılığıyla dini mirası interaktif biçimde algılamaları beklenmektedir. Ancak dijitalleşmenin getirdiği olanakların yanı sıra, kutsal mekânların dijital temsillerinde otantikliğin korunması, dini hassasiyetlerin gözetilmesi ve etik ilkelerin belirlenmesi de büyük önem taşımaktadır (UNESCO, 2020). Dijital teknolojilerin kültürel mirasın korunmasıyla çelişmeden kullanılması, gelecekte inanç turizminin sürdürülebilirliği açısından temel bir gereklilik olacaktır. Dolayısıyla bu çalışma, dijital çağda inanç turizminin sadece fiziksel bir ziyaret pratiği olmaktan çıkarak dijitalleşen kültürel bir deneyim alanına dönüşeceğini öngörmekte; bu dönüşümün etik, kültürel ve sürdürülebilir bir çerçevede yönetilmesi gerektiğini vurgulamaktadır (Buhalis & Amaranggana, 2015; tom Dieck, 2017).

Sonuç olarak, bu araştırma, inanç turizminin geleceğinde dijitalleşmenin kaçınılmaz bir süreç olduğunu, Diyarbakır örneğinde dijital kültürel miras yönetiminin turizm planlamasıyla bütünleştirilmesinin yerel kalkınmaya ve kültürel sürdürülebilirliğe önemli katkılar sağlayacağını ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Anahtar Sözcükler: İnanç turizmi, dijital turizm, sanal turlar, Diyarbakır, kültürel miras, dijitalleşme.

Kaynakça

- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart tourism destinations enhancing tourism experience through digital technologies. In *Information and Communication Technologies in Tourism 2015* (pp. 377–389). Springer.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188.
- Şimşek, E. (2022). *Dijital kültürel miras yönetimi ve sanal müzecilik uygulamaları*. İstanbul Üniversitesi Yayınları.

- Timothy, D. J., & Olsen, D. H. (2006). *Tourism, religion and spiritual journeys*. Routledge.
- Tom Dieck, M. C., Jung, T. H., & Rauschnabel, P. A. (2017). Enhancing art gallery visitors' learning experience using wearable augmented reality: Generic learning outcomes perspective. *Current Issues in Tourism*, 22(9), 1116–1131.
- Tussyadiah, I. P., Wang, D., Jung, T. H., & tom Dieck, M. C. (2018). Virtual reality, presence, and attitude change: Empirical evidence from tourism. *Tourism Management*, 66, 140–154.
- UNESCO. (2020). *Digital heritage and cultural preservation report*. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- Vukonić, B. (2002). Religion, tourism and economics: A convenient symbiosis. *Tourism Recreation Research*, 27(2), 59–64.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (11. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Avrupa Birliği Politikaları Kapsamında Gümrük Birliğinin Türk Turizmine Etkileri

Sezai SARIİBRAHİMOğLU^{1*}

Sosyal Bilimler Enstitüsü/ Turizm İşletmeciliği Doktora Programı
İstanbul Üniversitesi, Türkiye
^{1*}sezais@ogr.iu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-4702-2405

Özet

Türkiye Cumhuriyeti ile Avrupa Birliği (AB) arasındaki ekonomik ve ticari entegrasyonun en somut ve bağlayıcı adımı olan Gümrük Birliği (GB), 1/95 sayılı Ortaklık Konseyi Kararı ile 1 Ocak 1996 tarihinde yürürlüğe girmiş ve ikili ilişkilerde geri dönölmez bir dönemi başlatmıştır. Bu anlaşma, Türkiye'nin modern iktisat tarihindeki en kritik dönüm noktalarından biri olarak kabul edilmekte olup, taraflar arasındaki sanayi ürünleri ve işlenmiş tarım ürünlerinde gümrük vergilerini ve miktar kısıtlamalarını kaldırarak serbest dolaşımı tesis etmiştir (Hatıpler, 2011). Anlaşmanın temel felsefesi, Türkiye ekonomisini AB'nin ortak ticaret politikalarına ve teknik mevzuatına uyumlu hale getirerek küresel rekabet gücünü artırmak üzerine kuruludur. Ancak, makroekonomik perspektiften bakıldığında, Türkiye ekonomisinin lokomotifi konumunda olan ve 50'den fazla alt sektörü besleyen turizm endüstrisi, bu entegrasyon sürecinin doğrudan bir parçası olarak kurgulanmamıştır (Türemez ve Göktaş, 2018). Turizm sektörü, sağladığı yüksek döviz girdisi ile Türkiye'nin kronikleşen cari açığının finansmanında stratejik bir rol oynamakta ve "görünmeyen ihracat" kalemi olarak dış ticaret dengesine hayati katkılar sunmaktadır (Somuncuoğlu, 2002). Özellikle 2024 yılı itibarıyla ulaşılan 62,2 milyon ziyaretçi ve 61,1 milyar dolarlık rekor gelir seviyesi, sektörün ekonomik büyüklüğünü kanıtlar niteliktedir (TÜİK, 2024). Bu başarının arkasındaki en istikrarlı talep kaynağının AB ülkeleri olduğu düşünöldüğünde, Gümrük Birliği'nin turizm üzerindeki etkilerinin analizi büyük önem taşımaktadır. Başlangıçta, GB'nin yaratacağı siyasi ve ekonomik istikrarın turizm yatırımlarını artıracakğı ve Türkiye'nin AB nezdindeki imajını güçlendirerek turist akışını hızlandıracağı öngörölmüştür (Özdemir, 1996). Nitekim ampirik veriler, entegrasyon sürecinin AB'den gelen turist sayısını artırdığını doğrulamaktadır (Türemez ve Göktaş, 2018).

Doküman incelemesi ve kapsamlı literatür taramasına dayalı olan bu çalışma, 1996 yılında yürürlüğe giren Gümrük Birliği'nin mevcut yapısının, günümüz küresel ekonomisinin ve Türk ekonomisinin dinamikleriyle -özellikle hizmetler sektörünün ağırlığıyla- ne ölçüde örtüştüğünü sorgulamaktadır. Çalışma, GB'nin yalnızca malların serbest dolaşımına odaklanan ve hizmet ticaretini (dolayısıyla turizmi), tarımı ve kamu alımlarını kapsam dışı bırakan "asimetrik" yapısının, Türk turizm sektörü üzerinde yarattığı fırsat maliyetlerini analiz etmektedir (Cengiz ve Kurtbağ, 2015; Hatıpler, 2011). Bu bağlamda araştırma iki temel sorunsal üzerine yoğunlaşmaktadır: İlk olarak, mevcut GB anlaşmasının hizmetler sektörünü dışlamasının, Türk turizm firmalarının AB pazarındaki rekabetçiliğini, vize engelleri ve karar alma mekanizmalarına katılım eksikliği üzerinden nasıl sınırlandırdığı irdelenmektedir (Ersan ve Hacıoğlu, 2014). İkinci

olarak ise, AB'nin yeni nesil büyüme stratejisi olan "Avrupa Yeşil Mutabakatı" (AYM) ve "Fit for 55" paketinin, turizm tedarik zincirine (inşaat, enerji, ulaştırma) getirdiği yeni regülasyonlar ve maliyetlerle (Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması - SKDM) sektörü nasıl bir dönüşüme zorladığı tartışılmaktadır (Eryılmaz ve Civelekoğlu, 2021). Çalışma, GB'nin sağladığı dolaylı avantajlar ile yapısal kısıtlılıkların yarattığı gerilimi ortaya koyarak, anlaşmanın güncellenmesi gerekliliğini savunmaktadır.

Araştırma bulguları, Gümrük Birliği'nin Türk turizmine etkilerini doğrudan ve dolaylı yansımalar ekseninde ortaya koymaktadır. Gümrük Birliği, her ne kadar hizmetleri kapsamsa da mal ticaretindeki serbestleşme turizm sektörünün tedarik zincirini kökten değiştirmiştir. Turizm tesislerinin inşasında ve işletilmesinde kullanılan modern teknolojik ekipmanların, iklimlendirme sistemlerinin, endüstriyel mutfak gereçlerinin ve gıda ürünlerinin AB'den gümrüksüz ve kotasız ithal edilebilmesi, maliyet avantajı yaratmıştır (Altunışık, 2003). Daha önemlisi, Türkiye'nin GB gereği AB teknik mevzuatına uyum sağlaması; gıda güvenliği, çevre standartları ve tüketici hakları gibi konularda kaliteyi yükseltmiştir (Aydoğan ve Taş, 2015). Bu durum, Türk turizm ürününün standartlarını AB normlarına eşitleyerek hizmet kalitesini artırmış ve uluslararası rekabet gücüne dolaylı yoldan katkı sağlamıştır. Ayrıca, AB ile sağlanan güven ortamı ve hukuki öngörülebilirlik, yabancı otel zincirlerinin Türkiye'ye Doğrudan Yabancı Yatırım (DYY) yapmasını teşvik etmiştir (Kirişçi, 2007; Beyazıt ve Alper, 2017).

Ancak çalışmanın en çarpıcı bulgusu, GB'nin "yarım kalmış" yapısının turizmde yarattığı darboğazdır. Hizmetler sektörünün anlaşma dışında bırakılması, Türk turizm firmalarının AB pazarında serbestçe faaliyet göstermesini engellemektedir (ABKAD, 2021). Türk karayolu taşımacılığına uygulanan kotalar ve transit geçiş belge sorunları, turistlerin Türkiye'ye ulaşım maliyetlerini artırmaktadır. Daha da kritiği, Türk vatandaşlarına uygulanan Schengen vizesi zorunluluğu, turizm profesyonellerinin iş geliştirme faaliyetlerini ve işgücü hareketliliğini kısıtlayarak "haksız rekabet" yaratmaktadır. Türkiye, AB'nin üçüncü ülkelerle imzaladığı Serbest Ticaret Anlaşmalarına (STA) uyum sağlamak zorunda kalırken, bu anlaşmaların karar alma süreçlerinde söz sahibi olamamaktadır (İKV, 2023). Bu durum, Türkiye'yi pasif bir "kural uygulayıcısı" konumuna itmekte ve egemenlik devri tartışmalarına yol açmaktadır (Ersan ve Hacıoğlu, 2014; Manisalı, 2009).

Bununla birlikte, AB'nin 2050 iklim nötr hedefi doğrultusunda geliştirdiği Avrupa Yeşil Mutabakatının (AYM), turizm sektörü için yeni bir "pazar giriş bariyeri" oluşturduğu görülmektedir. AYM, turizmle doğrudan bağlantılı olan ulaşım (havacılık) ve inşaat sektörlerini radikal bir dönüşüme zorlamaktadır (Eryılmaz ve Civelekoğlu, 2021). Özellikle "Fit for 55" paketi kapsamındaki emisyon düzenlemeleri, havayolu bilet fiyatlarını artırarak Türkiye gibi "uçuş mesafesindeki" destinasyonların maliyet avantajını erozyona uğratma riski taşımaktadır. Ayrıca, Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması (SKDM); çimento, demir-çelik gibi inşaat girdilerinin maliyetini artırarak, turizm tesislerinin yatırım ve renovasyon bütçelerini yukarı çekecektir (TİM, 2024; Ticaret Bakanlığı, 2023). AB tüketicisinin artan çevre bilinci, "yeşil sertifikalı" ve düşük karbon ayak izine sahip tesisleri tercih etme eğilimini güçlendirmektedir. Bu durum, gerekli yeşil dönüşüm yatırımlarını yapamayan Türk KOBİ'leri için ciddi bir pazar kaybı riski doğurmaktadır (STM ThinkTech, 2021). AYM, artık bir tercih değil, AB pazarında var olabilmek için bir "önkoşul" haline gelmiştir.

Sonuç olarak, bu çalışma Gümrük Birliği'nin Türk turizminin gelişiminde tarihsel olarak "ticaret yaratıcı" ve "kalite artırıcı" bir rol oynadığını, ancak anlaşmanın mevcut statik yapısının artık sektörün ihtiyaçlarını karşılamaktan uzak olduğunu ortaya koymaktadır. 1996 model entegrasyon, hizmetler sektörünün küresel ticaretteki hakimiyetini ve iklim krizinin getirdiği yeni ekonomik paradigmaları kapsamamaktadır. GB'nin güncellenmemesi durumunda, Türk turizmi hem asimetrik yapının getirdiği pazar erişim engelleriyle hem de Yeşil Mutabakat'ın getirdiği yeni maliyetlerle sıkışmış bir "kısaç" içine girecektir (Cengiz ve Kurtbağ, 2015). Sektörün sürdürülebilir rekabet gücü için; GB'nin hizmetler sektörü ve tarımı kapsayacak şekilde güncellenmesi, Türkiye'nin karar alma mekanizmalarına katılımının sağlanması (DEİK, 2017), turizm KOBİ'lerine yönelik "Yeşil Finansman" mekanizmalarının oluşturulması ve ithalat bağımlılığını azaltacak yerel tedarik ağlarının teşvik edilmesi hayati önem taşımaktadır. Gümrük Birliği'nin modernizasyonu sadece bir ticaret politikası revizyonu değil, Türk turizminin geleceğini teminat altına alacak stratejik bir zorunluluktur.

Anahtar Sözcükler: Gümrük birliği, Turizm ekonomisi, Asimetrik entegrasyon, Hizmetler sektörü, Avrupa yeşil mutabakatı.

Kaynakça

- ABKAD. (2021). *Gümrük Birliği'nin Güncellenmesi: Tarım, Hizmetler ve Anlaşmazlıkların Halli*. ABKAD Raporu.
- Altunışık, R. (2003). Turkey's Customs Union with the European Union: A Framework for Evaluating the Economic Impact. *Journal of Economic Integration*, 18(4), 723-751.
- Aydoğan, E., & Taş, H. (2015). Türkiye'nin Gümrük Birliği Anlaşması Sonrası Avrupa Birliği ile Ticaretinin Analizi. *Journal of International Trade, Logistics and Law*, 1(1), 12-24.
- Beyazıt, A., & Alper, F. (2017). Gümrük Birliği ve Türkiye'ye Yabancı Doğrudan Yatırımlar. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 39(2), 159-178.
- Cengiz, C., & Kurtbağ, Ö. (2015). Türkiye-AB Gümrük Birliğinde Yaşanan Güncel Sorunlar ve Bunlara Olası Çözüm Önerileri. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 6(2), 1-33.
- DEİK. (2017). *Gümrük Birliği'nin Güncellenmesi ve Türkiye Ekonomisi*. Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu Yayınları.
- Ersan, Ö., & Hacıoğlu, Ü. (2014). Türkiye'nin Gümrük Birliği'nden Önce ve Sonra Döneminde AB Ülkeleri ile Dış Ticaretinin Analizi. *Journal of Economics and Administrative Sciences*, 14(2), 17-34.
- Eryılmaz, R., & Civelekoğlu, M. (2021). Avrupa Yeşil Mutabakatı ve Türkiye Ekonomisinin Uyum Politikaları. *Avrupa Araştırmaları Dergisi*, 27(1), 1-35.
- Gürbüz, S. F., & Kömürcü, N. (2015). Gümrük Birliği'nin Türk Tarımı Üzerindeki Etkileri. *International Journal of Social Science*, 38(1), 185-195.

- Hatıplı, M. (2011). Türkiye- AB Gümrük Birliği Antlaşması ve Antlaşmanın Türkiye Ekonomisine Etkileri. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 14-32.
- İKV. (2023). *Gümrük Birliği-Türkiye-AB*. İktisadi Kalkınma Vakfı.
- Karasoy, C., & Ulusoy, A. (2018). The Impact of the Customs Union on Turkey's Trade with the European Union: A Gravity Model Analysis. *Journal of Economic Integration*, 33(4), 711-738.
- Kirişci, K. (2007). *EU-Turkey Customs Union and bilateral foreign direct investment flows*.
- Manisalı, E. (2009). *Türkiye'nin askersiz işgali: Gümrük Birliği*. Cumhuriyet Kitapları
- Özdemir, M. (1996). Gümrük Birliği En Çok Turizm Sektörünü Etkileyecektir. *Turizm Dünyası*, Mart-Haziran 1996, 5-7.
- Somuncuoğlu, S. (2002). *Gümrükte kuşatma*. Bilgeoğuz Yayınları.
- STM ThinkTech. (2021). *Yeni İklim Rejimine Doğru: Avrupa Yeşil Mutabakatı ve Türkiye'ye Etkileri Üzerine Bir İnceleme*.
- Ticaret Bakanlığı. (2023). *Gümrük Birliği Güncelleme Süreci ve Türkiye Raporu*. T.C. Ticaret Bakanlığı Yayınları.
- TİM. (2024). *Avrupa Yeşil Mutabakatı Sürecinde Türkiye İhracatının Dönüşümü*. Türkiye İhracatçılar Meclisi Raporu.
- TÜİK. (2024). *Turizm İstatistikleri, IV. Çeyrek: Ekim-Aralık ve Yıllık, 2024*. Türkiye İstatistik Kurumu.
- Türemez, Y., & Göktaş, D. (2018). Türkiye'ye yönelik Avrupa Birliği ülkeleri turist talebinin eştümleşme analizi. *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (51), 51-66.

The Effect of Memorable Tourism Experience on Behavioural Intentions in Battlefield Tourism: The Case of Gallipoli Historical Site

Tarık YALÇINKAYA^{1*}

Ayvacık Meslek Yüksekokulu
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Türkiye

^{1*} tarik.yalcinkaya@comu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-6986-2990

Abstract

In recent years, battlefield tourism, a subtype of dark tourism, has been popular in the scholarly literature. Visitors at battlefield sites would like to have knowledge about history, engage emotionally and reflect on the human costs of the battle, which makes battlefield tourism from other types. Dark destinations have started to draw more international visitors from different parts of the world. In contrast to its significance, studies on the experiences of battlefield tourists remain scarce. This study analyses the related literature and has been formed based on the future research suggestions in the literature: For example, it is recommended by Willar et al. (2022) to explore visitors' experiences and future behavioural intentions at dark destinations for practical contributions. Similarly, Hosseini et al. (2024) point out the positive feedback and repeat visits while Chang (2024) suggests expanding data collection methods on visitor experiences. Cavlak & Cop (2019) and Ghorbanzadeh et al. (2021) are for utilizing exploratory approaches to better understand battlefield tourism. All these suggestions provide a fundamental scientific basis for this research. Drawing from the Theory of Planned Behaviour, this study notes that no existing research, based on the theory, has examined how a memorable tourism experience influences behavioural intentions at a dark tourist site. The influence of memorable experiences of tourists on their future behavioural intentions at dark destinations remains largely underexplored. Dark tourists could look for feelings such as sorrow or national identity. These emotions could shape future intentions of potential tourists. Nevertheless, it has not been thoroughly researched based on a theory. This study tries to explore how subdimensions of the theory of planned behaviour are associated with memorable experiences in battlefields. This approach strengthens the explanation of the results and contributes to the related literature in dark tourism.

The goal of this research is to analyse tourists' experiences at battlefields and how these influence their behavioural intentions. Data were collected from visitors to the Gallipoli Peninsula through detailed semi-structured interviews and observations. The interview guide was based on Rasoolimanesh et al.'s (2021) work on memorable tourism experiences and

behavioural intentions, categorised using Gstaettner et al.'s (2017) framework within the Theory of Planned Behaviour. Sample questions: What are the positive or negative experiences of your visit to the Gallipoli Peninsula? Who approves/supports your visit to the Gallipoli Peninsula? Do you think there should be any restrictions on visits to the Gallipoli Peninsula? Would you like to visit the Gallipoli Peninsula again in the future? Why?... Eight research participants were approached, and five of them were deemed suitable following the filtering process, thereby enhancing the validity of the data. The filter question (When did you visit the Gallipoli Battlefields?) was posed to the research participants, and three of them indicated that they did not visit the site within the past two years. Regarding memorability, the researcher conducted in-depth interviews exclusively with visitors who had been to the site in the last two years.

Data was collected both off-site and face-to-face using purposive sampling. An observation process was implemented to improve data credibility, along with on-the-spot member checking to enhance validity. Data analysis was conducted deductively, utilising the existing dimensions of the Theory of Planned Behaviour. The findings show that visitors to the Gallipoli Battlefields found their experience memorable because of the positive aspects they recalled. Participants viewed their visit as a voluntary action without external approval, reflecting subjective norms. Recent improvements at Gallipoli have positively affected visitors' perceived behavioural control. However, the large area and distances between tour stops may make the visit time-consuming.

Research data was gathered face-to face. The researcher employed the purposive sampling through a filtering process, which better represents the population of the study. In addition to the observation process, on-the-spot member checking was employed for more valid research data. Data was analysed in a deductive way based on the theory of planned behaviour. The study's results show that visitors of Gallipoli Battlefields found their experience memorable. Research participants' visit is regarded as a voluntary action without any external approval. Recent updates at Gallipoli have positively influenced the perceived behavioural control of visitors. It is important to state that the large area and long distances between tour stops lead to a time-consuming visit. Results state that memorable tourism experiences encourage repeat visits and referrals, providing valuable insights for both theory and practice.

Keywords: Dark tourism, Battlefields tourism, Theory of planned behavior, Memorable tourism experience, Behavioral intentions.

References

- Willard, P., Frew, E., & Lade, C. (2022). Culloden Battlefield: the visitor experience in the context of the experience economy model. *International Journal of Heritage Studies*, 28(2), 252-273.
- Hosseini, S., Cortes-Macías, R., & Almeida-García, F. (2024). Extending the memorable tourism experience construct: An investigation of tourists' memorable dark experiences. *Journal of Vacation Marketing*, 30(1), 21-44.

- Chang, L. H. (2024). Tourists' preferences for attributes and services in battlefield dark tourism itineraries. *Tourism Recreation Research*, 1-16.
- Cavlak, N., & Cop, R. (2019). Yerli ve yabancı turist deneyimi: Gelibolu yarımadası Tarihi Milli Parkı Milliyet temelinde bir analiz. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 30(3), 163-173.
- Ghorbanzadeh, D., Shabbir, M. S., Mahmood, A., & Kazemi, E. (2021). Investigating the role of experience quality in predicting destination image, perceived value, satisfaction, and behavioural intentions: a case of war tourism. *Current Issues in Tourism*, 24(21), 3090-3106.
- Rasoolimanesh, S. M., Seyfi, S., Hall, C. M., & Hatamifar, P. (2021). Understanding memorable tourism experiences and behavioural intentions of heritage tourists. *Journal of Destination Marketing & Management*, 21, 100621.
- Gstaettner, A. M., Rodger, K., & Lee, D. (2017). Visitor perspectives of risk management in a natural tourism setting: An application of the Theory of Planned Behaviour. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 19, 1-10.

Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde İnanç Turizmi Merkezlerine Yönelik E-Şikâyetlerin İncelenmesi

Esra CESUR^{1*}, Serap OK², Özge ALKAN³

¹ Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu/Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye
esrancesur@mu.edu.tr

ORCID: 0000-0003-3117-0320

² Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu/Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye
serapok@mu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-0183-5291

³ Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu/Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye
ozgealkan@mu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-7430-6411

Özet

Dijital platformlarda paylaşılan ziyaretçi değerlendirmeleri, destinasyon yönetiminde erken uyarı niteliği taşıyan bir bilgi kaynağına dönüşmüştür (Gretzel ve Yoo, 2008; Xiang vd., 2017). Özellikle kutsal/ibadet işlevi ile turistik kullanımın bir arada yürüdüğü mekânlarda, küçük yönetsel aksamalar ziyaretçi deneyimini belirgin biçimde olumsuz etkileyebilmektedir. Bu çalışma, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki seçili inanç merkezlerine ilişkin çevrimiçi e-şikâyetleri inceleyerek ziyaretçi deneyiminde öne çıkan iyileştirme alanlarını görünür kılmayı amaçlamaktadır. İnanç mekânları, kutsallık ve turistik ekseninde hem ibadeti hem de ziyareti aynı anda barındıran alanlar olduğundan; yönlendirme, erişilebilirlik, kalabalık yönetimi gibi konulardaki eksiklikler, deneyim üzerinde olumsuz etkiler yaratabilmektedir. Bu çalışmada, ziyaretçilerin çevrimiçi yazdığı yorumlar incelenerek sorunların nasıl ifade edildiği ve iyileştirme için hangi somut adımların öne çıktığı ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın evreni **Güneydoğu Anadolu Bölgesi'**nde resmî kayıtlarda inanç turizmi merkezi olarak tanımlanabilen mekânlardan oluşacak şekilde sınırlandırılmıştır. Bu kapsamda evrene dâhil edilecek merkezlerin, şu ölçütlerden en az birini karşılaması beklenmiştir: (i) UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer almak, (ii) T.C. Kültür Portalı veya ilgili İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri sayfalarında "inanç turizmi" kapsamında listelenmek, (iii) Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi (KTKGB) ya da Turizm Merkezi (TM) statüsünde olmak. Bu doğrultuda araştırma evreni olarak; Balıklıgöl, Göbekli Tepe (Şanlıurfa), Ulu Cami, Meryamana Süryani Kilisesi (Diyarbakır), Deyrulzafaran Manatırı, Kasımiye Medresesi (Mardin), Rum Kale, Kurtuluş Cami (Gaziantep),

Nemrut Dağı, Mor Petrus ve Mor Pavlus Kilisesi (Adıyaman), Mor Kuryakos Manastırı (Batman), Şurahbil Türbesi (Kilis), Veysel Karani Türbesi (Siirt) ve Nuh Peygamber Türbesi (Şırnak) seçilmiştir (UNESCO, 2025; T.C. Kültür Portalı, 2025).

Evren içinden merkez seçimi, amaçlı örnekleme-maksimum çeşitlilik yaklaşımıyla gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda, 2021-2025 döneminde yeterli çevrimiçi kullanıcı yorumu barındıran ve inanç mekânı tipolojisi bakımından farklılaşan merkezler örnekleme dâhil edilmiştir. İlgili değerlendirmeler sonucunda nihai örneklem yedi merkezden oluşmaktadır: Balıklıgöl, Göbekli Tepe, Deyrulzafaran Manastırı, Kasımiye

Medresesi, Rumkale, Nemrut Dağı ve Veysel Karani Türbesi. Bu seçimle hem mekânsal çeşitlilik (birden çok ilde farklı dinî miras alanları) hem de tipolojik çeşitlilik (cami, türbe, manastır, arkeolojik kutsal alan) sağlanmıştır. Veri yeterliliği için merkez başına alt eşik 80 metinli yorum olarak belirlenmiştir (Hennink vd., 2017). Analiz öncesinde metinsiz, tekrar ya da spam nitelikli yorumlar çalışmanın kapsamından çıkarılmıştır.

Verilerin çözümlemesi nitel içerik analizi ile yürütülmüştür. İçerik analizi, metinleri belirli kurallar çerçevesinde küçük anlam birimlerine ayırıp kod ve temalar altında düzenleyerek örüntüler çıkarmayı amaçlayan sistematik bir yöntemdir (Creswell ve Poth, 2018). Çalışmada literatür ve saha bağlamından hareketle oluşturulan başlangıç tema listesi, veri okuması sırasında beliren yeni alt temalara tümevarımsal biçimde açık tutulmuştur. Uygulamada yorumlar açık kodlama ile satır düzeyinde işaretlenmiş; benzer kodlar eksenel aşamada ilişkilendirilerek üst kategoriler altında toplanmıştır. Son aşamada seçici kodlama ile merkezler arasında tekrar eden çekirdek örüntüler tutarlı bir kavramsal çerçeve etrafında bütünleştirilmiştir. Kodlama MAXQDA programında gerçekleştirilmiş.

Bulgular, inanç merkezleri arasında benzer şikâyet temaları etrafında toplandığını ortaya koymuştur. İlk olarak, erişilebilirlik-yönlendirme-akış temasında yoğun şikâyet gözlenmiştir. Göbeklitepe ve Nemrut özelinde yönlendirme tabelalarının belirsizliği, karşılama merkezi ve servis hizmetinde yaşanan düzensizlik, belirli güzergâhlarda yol/park koşullarına ilişkin bilgi eksikliği, uzun bekleme süreleri ve yanlış güzergâh deneyimlerine yol açmaktadır. Benzer şekilde Balıklıgöl’de kalabalık ve sıra yönetimi öne çıkmıştır. Özellikle belirli saatlerde ve bayram/ resmi tatil gibi dönemlerde alanın taşıma kapasitesini aşan kalabalık, ziyaret deneyimini belirgin bir biçimde düşürmektedir.

İkinci olarak, yorumlayıcı bilgi ve çokdillilik eksikliği sıklıkla dile getirilmiştir. Kasımiye Medresesi’nde medresenin tarihsel/kültürel niteliğini ve odaların işlevini anlatan panoların bulunmaması; Deyrulzafaran’da ibadet saatleri ve kapalı bölümlere ilişkin ön bilgilendirmenin yetersizliği, ziyaret planlamasını zorlaştırmaktadır. Üçüncü olarak, hijyen ve bakım/koruma teması önemli bir şikâyet alanıdır. Balıklıgöl çevresinde tuvalet ve ortak alan temizliği; Nemrut’ta tesis hijyeni, Veysel Karani’de türbe/çevre bakımının yayılgılığı tekrarlanan şikayetler arasındadır. Dördüncü olarak, fiyat/değer/biletleme ve ticarileşme ekseninde “ücret var içerik yok” algısı öne çıkmaktadır. Deyrulzafaran’da giriş ücretinin yüksekliği ve kapsam-erişim dengesinin net olmaması; Kasımiye’de ücretlendirme karşılığında sınırlı deneyim olanağı; Rumkale’de tekne turu koşulları bu tema altında toplanmaktadır. Son olarak, güvenlik-düzen-davranış ile personel/hizmet

deneyimi temaları, kalabalık ve alan tahsisi kararlarının (ör. düğün çekimleri, kapalı katlar) net belirtilmemesi, ibadet ve ziyaret sınırlarının belirsizliği ve bazı merkezlerde personel tutumuna yönelik olumsuz geri bildirimler ön plana çıkmaktadır.

Sonuç olarak, e-şikâyetlerin tematik çözümlemesi, bölgedeki inanç merkezlerinde ziyaretçi deneyimini olumsuz etkileyen başlıca konuları; yönlendirme ve akış yönetimi, yorumlayıcı bilgi/çokdillilik, hijyen-bakım, fiyat/değer-ticarileşme, güvenlik-davranış, personel/hizmet şeklindedir. Kısa vadede uygulanabilecek öneriler arasında zamana bağlı giriş-servis düzenlemeleri, çokdilli yorumlama panoları ve net kurallar, iletişim, bakım-temizlik görünürlüğünün artırılması, bilet kapsamının şeffaf sunulması ve personel eğitim-geri bildirim döngülerinin güçlendirilmesi yer almaktadır. Bu öneriler, sınırlı kaynaklarla hızlı kazanım sağlayarak destinasyon memnuniyetini ve kutsal alan deneyiminin saygılı ve akıcı yönetimini destekleyecek niteliktedir. Son olarak çalışmanın sınırlılığı, verilerin yalnız olumsuz yorumlardan oluşmasıdır. Bu durum, genel memnuniyet dengesini temsil etmeyebilir; fakat amaçlanan “iyileştirme alanlarını belirleme” hedefi için odaklı ve işlevsel bir çerçeve sağlayabilir.

Anahtar Sözcükler: E-şikâyet, İnanç turizmi, Güneydoğu Anadolu Bölgesi, İçerik analizi.

Kaynakça

- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Gretzel, U., & Yoo, K.H. (2008) Use and impact of online travel reviews. *Information and Communication Technologies in Tourism*, 35-46.
- Hennink, M.M., Kaiser, B.N., & Marconi, V.C. (2017). Code saturation versus meaning saturation: How many interviews are enough? How many interviews are enough?. *Qualitative Health Research*, 27(4), 591-608.
- T.C. Kültür Portalı (2025). <https://www.kulturportali.gov.tr/arama/inan%c3%a7> [Erişim Tarihi: 07.10.2025]
- UNESCO World Heritage Convention (2025). <https://whc.unesco.org/> [Erişim Tarihi: 08.10.2025]
- Xiang, Z., Du, Q., Ma, Y., & Fan, W. (2017). A comparative analysis of major online review platforms: Implications for social media analytics in hospitality and tourism. *Tourism Management*, 58, 51-65.

Diyarbakır Sofrasını Okumak: Alanyazın Üzerinden Kesişen Temalarla Meta-Analiz

Emrah YILDIZ^{1*}

¹Eskisehir Meslek Yüksekokulu/Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
Anadolu Üniversitesi, Türkiye
emrahyildiz34@anadolu.edu.tr

ORCID: 0000-0003-0206-115X

Özet

Bu çalışma, Diyarbakır mutfağına ilişkin farklı dönemlerde yapılmış akademik araştırmaları bir araya getirerek, kültürel, ekonomik ve sosyolojik temalar bakımından yeniden değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Meta-analiz yöntemiyle yürütülen araştırmada, Diyarbakır mutfağının tarihsel süreklilik, kimlik ve temsil, ritüel ve inanç, turizm ve ekonomi, sürdürülebilirlik ve algı yönetimi olmak üzere beş ana ekseninde incelendiği görülmektedir. Bulgular, Diyarbakır sofrasının yalnızca bir beslenme pratiği değil, toplumsal hafızayı, kimlik inşasını ve kültürel dayanışmayı sürdüren çok katmanlı bir kültürel sistem olduğunu ortaya koymaktadır.

Diyarbakır mutfağı, Anadolu'nun en eski yerleşim alanlarından biri olan Mezopotamya havzasında biçimlenen köklü bir kültürel sistem olarak dikkat çekmektedir. Arslantaş ve İnce Karaçeper (2023), bölgedeki yemek kültürünün Mezopotamya'daki "tanrılara sunu geleneği"nin devamı niteliğinde olduğunu ve bu mirasın günümüz Diyarbakır mutfağında da varlığını sürdürdüğünü belirtmektedir. Bu mutfak kültürü, yalnızca tarihsel bir devamlılığı değil, aynı zamanda toplumsal kimliğin ve dayanışmanın da bir göstergesi olmaktadır. Gök (2019) ve İşler (2018), Diyarbakır ev mutfağında kadın emeğinin merkezi konumda bulunduğunu, bilgi aktarımının kuşaktan kuşağa sözlü gelenek aracılığıyla sağlandığını ifade etmektedir. Demir Kaya (2022) ve Cizrelioğulları vd. (2025) ise Diyarbakır mutfağının günümüzde gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmekte olduğunu; yöresel yemeklerin festival, etkinlik ve marka stratejileriyle ekonomik değere dönüştüğünü ortaya koymaktadır. Böylece Diyarbakır sofrası hem geçmişin kültürel mirasını hem de günümüzün ekonomik dönüşümünü temsil eden bir kültürel sembol hâline gelmektedir.

Bu çalışma, Diyarbakır mutfağı üzerine yapılmış akademik araştırmaların bulgularını bütüncül biçimde değerlendirmek amacıyla meta-analiz yöntemi kullanılarak yürütülmektedir. Meta-analiz, belli bir konu üzerinde gerçekleştirilmiş birbirinden bağımsız bireysel çalışmaların bir araya getirilerek yeniden istatistiksel analizlerinin yapılması yoluyla alışlagelmiş literatür taramasının bir adım ötesine geçilmesini sağlamaktadır (Aksoy Kürü, 2021: 215-217). Bu yöntem, Diyarbakır mutfağına ilişkin çeşitli dönemlerde farklı yöntemlerle üretilmiş tez, makale ve raporların tematik ortaklıklarını ortaya çıkarmaya olanak tanımaktadır. Veri seti, 2014–2025 yılları arasında hazırlanmış toplamda 14 çalışmadan oluşmaktadır. Bu çalışmalar arasında lisansüstü tezler (Ekinci, 2024; Demir Kaya, 2022; Kaçar, 2022; Gök, 2019; İşler, 2018) ve hakemli dergilerde yayımlanmış makaleler (Şahin vd., 2023; Eser & Yahyaoğlu, 2025; Özyılmaz vd., 2014) bulunmaktadır. Bilimsel araştırmaların dışında kalan ancak kitap veya kitap bölümü olarak yayımlanmış; çoğunlukla tarifi içeriklerine odaklanan çalışmaların da

literatürde yer aldığı görülmektedir. Bu tür kaynaklar, yöntemsel olarak sistematik analiz ölçütlerini karşılamadıkları için meta-analiz kapsamına dâhil edilmemiştir. Dahil etme kriterleri;

- Akademik nitelikte olma,
- Çalışmanın başlığında veya anahtar kelimesinde Diyarbakır ifadesi bulunma,
- Diyarbakır ili veya Diyarbakır'ı ilgilendiren çevreyi kapsama,
- Gastronomi veya yiyecek temasıyla doğrudan ilişkili olma,
- Yöntem ve bulgular açısından karşılaştırılabilir nitelik taşıma şeklinde belirlenmiştir.

Analiz süreci, nitel içerik çözümlemesine dayalı tematik meta-analiz biçiminde yürütülmektedir. Çalışmaların temel kavramları ve temaları kodlanmakta; daha sonra “tarihsel süreklilik”, “kimlik ve temsil”, “ritüel ve inanç”, “turizm ve ekonomi” ve “sürdürülebilirlik ve algı yönetimi” başlıkları altında toplanmaktadır. Aksoy Kürü (2021)’nın tanımladığı biçimiyle meta-analiz, bireysel çalışmaların sonuçlarını bir araya getirip ortak eğilimleri görünür kılmakta ve bu yönüyle istatistiksel bir üst analiz işlevi görmektedir. Analiz sonucunda Diyarbakır mutfağının beş temel tema etrafında şekillendiği belirlenmektedir:

Tarihsel Süreklilik: Arslantaş ve İnce Karaçeper (2023), Kaçar (2022) ve Gök (2019)’un vurguladığı üzere, Mezopotamya mirasıyla süreklilik içinde gelişen mutfak kültürü, tandır, buğday ve baharat gibi temel unsurlarla kuşaktan kuşağa aktarılmaktadır. Diyarbakır mutfağı, tarihsel süreklilik açısından değerlendirildiğinde, Mezopotamya kültürünün temel unsurlarını günümüze taşıyan bir köprü işlevi görmektedir. Arslantaş ve Karaçeper (2023)’in belirttiği gibi, bölgedeki yemek ritüelleri binlerce yıllık inanç ve üretim biçimlerinin izlerini taşımakta, bu yönüyle “sofra” kavramı geçmişle bugün arasında bir bağ kurmaktadır. Gök (2019) ve İşler (2018)’in çalışmaları da bu tarihsel devamlılığın kadın emeği üzerinden sürdürüldüğünü, mutfak bilgisinin kuşaklar arası aktarım yoluyla korunduğunu göstermektedir. Bu durum, gastronominin yalnızca bir tüketim eylemi değil, aynı zamanda kolektif belleğin sürdürüldüğü bir kültürel aktarıma dayandığını ortaya koymaktadır.

Kimlik ve Temsil: İşler ve Özkanlı (2018), Çalışkan ve Aydın (2023) ile Eser ve Yahyaoğlu (2025), kadın emeğinin görünmezliğine ve gastronomik kimliğin turizmde yetersiz temsil edilmesine dikkat çekmektedir. Kimlik ve temsil açısından, İşler ve Özkanlı (2018) ile Çalışkan ve Aydın (2023)’in çalışmaları, gastronomi alanında kadın emeğinin görünürlüğünün hâlâ sınırlı olduğunu ve bu durumun kültürel temsiliyet açısından eksiklik yarattığını vurgulamaktadır. Bununla birlikte, Eser ve Yahyaoğlu (2025)’in vurguladığı gibi, yerel gastronomi markalaşma süreçleriyle birleştiğinde Diyarbakır mutfağı yalnızca yerel bir değer olmaktan çıkıp ulusal bir kültürel simgeye dönüşmektedir. Bu dönüşüm, kentin turizm kimliğini de güçlendirmektedir.

Ritüel ve İnanç: Ekinci (2024) ve Ercan & Bayesen (2022), toplumsal dayanışmayı güçlendiren tören yemeklerinin kültürel süreklilikteki rolünü açıklamaktadır. Ritüel ve inanç boyutunda, Ekinci (2024) ve Ercan & Bayesen (2022)’in bulguları, Diyarbakır mutfağında yer alan tören yemeklerinin (örneğin taziye pilavı, düğün yahnisi, kandil çöreği) yalnızca toplu beslenme işlevi taşımadığını, aynı zamanda toplumsal dayanışma ve dini sembolizmi pekiştirdiğini göstermektedir. Bu yemekler hem kutsal hem de sosyal bir anlam taşımakta; bireyleri bir araya getirerek “sofrada eşitlik” ilkesini yeniden üretmektedir. Böylece yemek, toplumsal bir bağ kurma aracı hâline gelmektedir.

Turizm ve Ekonomi: Cizrelioğulları vd. (2025) ile Demir Kaya (2022), Diyarbakır mutfağının festivaller ve gastronomi etkinlikleri aracılığıyla ekonomik değere dönüştüğünü; Kodaş ve Üzülmaz (2021) ise restoran deneyimlerinin hizmet kalitesiyle ilişkilendiğini göstermektedir. Turizm ve ekonomi ekseninde, Cizrelioğulları vd. (2025) ve Demir Kaya (2022)'nin çalışmaları, gastronominin bölgesel kalkınmada stratejik bir araç hâline geldiğini göstermektedir. Kentte düzenlenen gastronomi festivalleri ve yerel ürün temalı etkinlikler hem ekonomik canlılık yaratmakta hem de kültürel farkındalığı artırmaktadır. Ancak Kodaş ve Üzülmaz (2021)'in bulgularına göre, hizmet kalitesi, fiyat dengesi ve hijyen unsurlarındaki eksiklikler gastronomik markalaşma sürecini sınırlamaktadır. Bu nedenle, sürdürülebilir bir gastronomi turizmi modeli için hizmet kalitesi, eğitim ve altyapı yatırımlarının geliştirilmesi gerekmektedir.

Sürdürülebilirlik ve Algı Yönetimi: Kaçar (2022) ve Çökük & Serçek (2022), kültürel mirasın korunması ile ticarileşme arasındaki dengenin sürdürülebilirlik için kritik olduğunu vurgulamaktadır. Sürdürülebilirlik açısından bakıldığında, Kaçar (2022) ve Meşeli (2025)'in çalışmaları, Diyarbakır mutfağının korunmasında etik üretim, yerel ürün kullanımı ve çevresel farkındalığın temel belirleyici olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak kültürel mirasın ticarileşmesi, geleneksel üretim biçimlerinin dönüşümüne neden olabilmektedir. Bu durum, gastronomi alanında ekonomik kazanç ile kültürel korunma arasındaki dengeyi kurmanın önemini artırmaktadır.

Yapılan meta-analiz sonucunda, Diyarbakır mutfağına ilişkin akademik çalışmaların büyük ölçüde kültürel süreklilik, kimlik inşası, ritüel pratikler, turizm ve ekonomi ile sürdürülebilirlik temaları etrafında yoğunlaştığı belirlenmiştir. Bu bulgular, Diyarbakır sofrasının yalnızca bir beslenme pratiği değil; aynı zamanda tarihsel, toplumsal ve duygusal bir temsil alanı olduğunu ortaya koymaktadır. Diyarbakır mutfağı, çok katmanlı bir kültürel yapı olarak geçmişle geleceği buluşturmaktadır. Yemek, bu bağlamda yalnızca bir gereksinim değil, bir kültürel hafıza ve iletişim biçimi hâline gelmektedir. Sofrada paylaşılan her yemek, toplumsal bir anlam taşımakta; dayanışma, kimlik ve aidiyet duygularını yeniden üretmektedir. Bu yönüyle Diyarbakır sofrası, gastronominin yalnızca turizm veya tüketim ekseninde değil; insan, mekân ve hafıza ekseninde değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir. Gelecekte yapılacak araştırmalarda Diyarbakır mutfağını yalnızca tarifler ya da yemek listeleri üzerinden değil, mekânsal düzen, toplumsal cinsiyet rolleri, üretici-tüketici ilişkileri ve duygusal deneyim gibi gastronomi çok katmanlı yapısı içerisinde derinlemesine incelemesi; mutfak kültürünü ekonomik kalkınmanın ötesinde bir kültürel ekosistem olarak ele alması önerilmektedir. Ayrıca, dijital arşivleme ve gastronomi mirasının görsel kayıtlarla belgelenmesi, bölgenin kültürel sürekliliğine katkı sağlayacaktır.

Anahtar Sözcükler: Diyarbakır mutfağı, Gastronomi, Meta-analiz, Kültürel miras, Gastronomi turizmi.

Kaynakça

- Aksoy Kürü, S. (2021). Meta-Analiz. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 42(Özel sayı 1), 215-229.
- Arslandaş, E., & İnce Karaçeper, E. (2023). Eski mezopotamya mutfak kültürünün günümüz Diyarbakır mutfağı üzerine etkileri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11(2), 1163-1188.

- Çalışkan, A., & Aydın, B. (2023). Konaklama işletmecilerinin menülerinde yöresel yemeklerin yeri: Diyarbakır örneği. *Journal of Current Debates in Social Sciences*, 4 (1), 48-55.
- Cizrelioğulları, M.N., Tünik, M., Alkandemir, A., & Kuday, M. (2025). Gastronomi turizminin ekonomik dinamikleri: Diyarbakır festivalleri üzerine SWOT temelli bir değerlendirme *Artuklu Tourism Studies*, 2, 16-27.
- Çökük, H., & Serçek, H. (2022). Yiyecek içecek işletmelerinde sosyal medya kullanımı: Diyarbakır örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(4), 3287-3309.
- Ercan, M. O., & Bayesen, D. (2022). Coğrafi işaretli yiyecek ürünlerinin incelenmesi: Diyarbakır ili örneği. *OCAK: Türk Mutfak Kültürü Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 54-63.
- Eser, S., & Yahyaoğlu, İ. H. (2025). Gastronomi turizmi açısından Diyarbakır kahvaltısı üzerine bir inceleme. *Artuklu Tourism Studies*, 2, 55-66.
- Gök, S. A. (2019). Farklı bölgelerden gelen öğretmenlerin boş zaman tüketiminde yerel mutfak tercihleri: Diyarbakır ili örneği. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara*.
- İşler, Z. (2018). Diyarbakır'ın geleneksel kültürünün ev mutfağına yansımaları. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep*.
- İşler, Z., & Özkanlı, O. (2018). Gastronomi turizminin Diyarbakır'ın yemek kültürünün tanıtımına etkisi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(68), 547-557.
- Kaçar, B. (2022). Gastronomi Deneyiminin Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisi: Diyarbakır Örneği. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, *Mardin Artuklu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Mardin*.
- Kodaş, B., & Üzülmaz, M. (2021). Mardin ve Diyarbakır'da yer alan restoranlara yönelik müşteri şikâyetlerinin incelenmesi: Tripadvisor örneği. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25 (2), 485-505.
- Meşeli, A. (2025). Diyarbakır'da kültür turizmi ve diğer çekicilikler, tespitler, sorunlar ve çözüm önerileri. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 13(160), 131-165.
- Özyılmaz, H., Aluçlu, İ., & Akın, C. T. (2014). Mutfak kültürünün geleneksel Diyarbakır evlerine sosyal ve mekânsal yansımaları. *Millî Folklor*, 26(102).
- Şahin, S., Şahin, İ. S., & Koçak, K., (2023). Fiziksel kanıtlar ile gastronomi deneyiminin memnuniyet üzerindeki etkisi: Diyarbakır'da bir araştırma. *Journal of Academic Tourism Studies*, 4(2): 160-176.

Turizm Rotaları Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi

Üzeyir Emrah İLTER^{1*}

Rektörlük
Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Türkiye
uzeyiremrahilter@gmail.com

ORCID: 0000-0002-7042-8606

Özet

Rotalar, tek bir anıt, tarihi mekân veya doğal peyzaj unsurundan daha geniş bir fiziksel bütünlüğü ve anlam derinliğini yansıtan yapılardır. Başka bir ifadeyle bir rota; birden fazla tarihî, kültürel ve doğal alanın bir araya gelmesiyle oluşan, bu bütünleşme süreci sonucunda ise yeni bir anlam ve değer kazanan bir sistem olarak değerlendirilebilir (Görmüş vd., 2016). Turizm rotaları, belirli bir tema çerçevesinde farklı turistik unsurları, etkinlikleri ve çekim merkezlerini bir araya getirerek ziyaretçilere planlı ve bütüncül bir seyahat deneyimi sunan yapılardır. Bu rotalar, turistlerin yalnızca popüler destinasyonlara yönelmesini önleyip daha az bilinen kırsal veya yerel alanlara da hareket etmesini sağlayarak bölgesel turizmin gelişmesine katkıda bulunur. Böylelikle bir yandan bölgedeki tarihi, kültürel, doğal ve tematik değerlerin tanıtımı ve korunması desteklenirken, diğer yandan turizm faaliyetlerinin coğrafi olarak dengeli bir şekilde yayılması sağlanır. Ayrıca turizm rotaları, ziyaretçilere bölgenin sahip olduğu çeşitliliği tek bir seyahat kapsamında deneyimleme olanağı sunarak destinasyonun genel çekiciliğini artırmaktadır (Lourens, 2007; Akın ve Gül, 2020).

Bu çalışmanın temel amacı, turizm rotaları üzerine yapılmış akademik araştırmaları bibliyometrik analiz yöntemiyle incelemek ve elde edilen bulgularla gelecekte bu konuda yapılacak çalışmalara katkı sağlamaktır. Turizm rotaları konusunun seçilmesinin nedeni, mevcut literatürde bu alandaki araştırmaları genel bir çerçevede değerlendiren kapsamlı bir çalışmanın bulunmamasıdır. Bu doğrultuda, araştırmada **Web of Science (WOS)** veri tabanında yer alan turizm rotalarına ilişkin yayınlar analiz edilmiştir. WOS veri tabanında “Topic Research” bölümünde **Turizm Rotaları (TS=Tourism Routes)** ifadesi aranmış ve ilk aşamada 3483 çalışmaya ulaşılmıştır. Ardından, “Konaklama, Eğlence, Spor ve Turizm” kategorisinde yayımlanan makaleler seçilerek toplam **705 makale** araştırma kapsamına alınmıştır. Çalışmada kullanılan bibliyometrik analiz yöntemi, farklı disiplinlerde yaygın olarak tercih edilen ve belirli bir bilim alanındaki akademik üretimin yapısını, eğilimlerini ve gelişim yönünü ortaya koymayı amaçlayan bir yöntemdir (Borgman ve Furner, 2002). Verilerin analizinde VOSviewer programından faydalanılmıştır.

Araştırma sonucunda turizm rotaları ile ilgili çalışmaların 1992-2025 yılları arasında gerçekleştirildiği tespit edilmiştir. Çalışmaların yıllara göre dağılımında genel olarak artış yaşandığı, en fazla bilimsel çalışmanın 2020 yılında gerçekleştirildiği belirlenmiştir. Çalışmaların ağırlıklı olarak İngilizce dilinde hazırlandığı ve en çok yayının gerçekleştirildiği ülkelerin sırasıyla İspanya, İngiltere ve ABD olduğu tespit edilmiştir. Konuyla ilgili en fazla çalışma gerçekleştirilen

lkeler arasında Türkiye 18. sırada yer almaktadır. Turizm rotaları ile ilgili yayınlarda en sık kullanılan anahtar kelimeler incelendiğinde; turizm (tourism) 110, şarap turizmi (wine tourism) 43 ve kültür (heritage) 23 kez tekrarlanmıştır. Bunlara ek olarak, WOS'ta turizm rotalarına ilişkin gerçekleştirilen çalışmaların önemli bir bölümünün Emerging Sources Citation Index (ESCI) indeksli dergilerde yayınlandığı belirlenmiştir.

Anahtar Sözcükler: Rota, Turizm rotaları

Kaynakça

Akın, T. & Gül, A. (2020). Isparta-Atabey yöresinin ekoturizm potansiyeli ve turizm rotalarının belirlenmesi. *Mimarlık Bilimleri ve Uygulamaları Dergisi*, 5(2), 221-240.

Borgman, C., L. & Furner, J. (2002). Scholarly communication and bibliometrics. *Annual Review of Information Science and Technology*, 36, 2-45.
<https://doi.org/10.1002/aris.1440360102>

Görmüş, S., Atmış, E., zkazan, N. K., Günşen, H. B., & Artar, M. (2016). *Ekorota Bartın: Doğal ve Kültürel Koridorların Haritalanması*. Bartın: Bartın Üniversitesi Yayınları.

Lourens, M. (2007). Route Tourism: A Roadmap for Successful Destinations and Local Economic Development, *Development Southern Africa*, 24 (3): 475-489.

İnanç Turizmi Kapsamında Ziyaretçi Deneyimi: Balıklıgöl Örneği

Arif AKPINAR^{1*}

¹Ürgüp Sebhat ve Erol Toksöz Turizm Meslek Yüksekokulu/Turizm ve Eğlence Hizmetleri
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Türkiye
arifakpinar@nevsehir.edu.tr

ORCID: 0000-0003-1434-0367

Özet

“Peygamberler Şehri” olarak anılan Şanlıurfa, barındırdığı kutsal mekanlarla üç büyük semavi din için büyük önem taşımaktadır. Zengin kültürel ve tarihi mirası sayesinde, şehir inanç turizmi açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Dünyanın en eski yerleşim yerlerinden ve bilinen en eski tapınak kompleksi olan Göbeklitepe'ye ev sahipliği yapması, son yıllarda Şanlıurfa'nın kadim bir inanç merkezi olduğunu yeniden gündeme getirmektedir (Akoğlan Kozak, 2025; Karapınar & Barakazı, 2017). Bu mirasın tam merkezinde Hz. İbrahim'in ateşe atıldığı, ancak ateşin suya ve odunların da balığa dönüştüğüne inanılan Balıklıgöl yer almaktadır. Her yıl yüzbinlerce yerli ve yabancı ziyaretçiyi ağırlayan Balıklıgöl, Türkiye'nin önde gelen inanç turizmi merkezlerinden biri haline gelmiştir. Ziyaretçiler bu tür kutsal mekanlara yalnızca turistik bir gezi amacıyla değil, aynı zamanda manevi huzur bulmak, dua etmek ve kutsal bir hikâyenin parçası olmak gibi derin motivasyonlarla gelebilmektedir (Fakhrutdinova et al., 2017).

Balıklıgöl'ün artan popülaritesi, beraberinde bazı sorunları da getirmektedir. Ziyaretçi sayısındaki artış, mekânın manevi atmosferi ile artan ticari faaliyetler ve ziyaretçi yoğunluğu inanç merkezlerinde birtakım değişimlere sebebiyet vermektedir. Ziyaretçilerin farklı motivasyonlarla bir deneyim beklentisiyle geldikleri bu manevi mekanlarda karşılaştıkları kalabalık, ticarileşme ve temizlik gibi pratik sorunlar, genel memnuniyetlerini ve destinasyonun imajını doğrudan etkileme potansiyeli taşımaktadır. Şanlıurfa'nın yüksek inanç turizmi potansiyeline rağmen (Kaça & Cizrelıoğulları, 2024), ziyaretçi deneyimlerinin nasıl şekillendiğine ve özellikle Balıklıgöl'ü ziyaret eden misafirlerin deneyimlerini anlamaya yönelik herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışma, popüler bir seyahat platformu olan TripAdvisor'daki ziyaretçi yorumlarını analiz ederek bu boşluğu doldurmayı ve Balıklıgöl'de yaşanan inanç turizmi deneyimini tespit etmeyi amaçlamaktadır. Bu çerçevede araştırma sorusu “Şanlıurfa Balıklıgöl'ü ziyaret edenlerin TripAdvisor yorumlarında en çok vurguladığı temalar nelerdir?” olarak belirlenmiştir.

Bu çalışmada, Balıklıgöl destinasyonuna yönelik ziyaretçi deneyimini analiz etmek amacıyla nitel ve nicel yaklaşımlar (karma yöntem) bir arada kullanılmıştır. Araştırmanın veri setini, TripAdvisor platformunda Balıklıgöl için 2012-2025 yılları arasında yazılmış Türkçe yorumlar oluşturmaktadır. Veriler, 10-12 Eylül 2025 tarihlerinde web kazıma (web scraping) yöntemiyle toplanmıştır. Başlangıçta 1210 yorum içeren ham veri seti, metinlerin küçük harfe dönüştürülmesi, noktalama işaretleri ve anlamsız karakterlerin temizlenmesi ve etkisiz

kelimelerin ayıklanması gibi ön işleme adımlarından geçirilmiştir. Bu işlemler sonucunda analize uygun, 855 adet ziyaretçi yorumundan oluşan nihai veri seti elde edilmiştir.

Veri analiz sürecinde tematik içerik analizi ile olumlu ve olumsuz deneyimleri şekillendiren ana temalar ve alt temalar belirlenmiştir. İçerik analizi sonucunda iki ana tema ortaya konmuştur. Birinci tema olan “olumlu yorumların” temel olarak üç alt tema etrafında yoğunlaştığı görülmektedir.

Yüksek Manevi Atmosfer ve Ruhani Huzur: Ziyaretçilerin büyük bir çoğunluğu sıklıkla, mekânın manevi atmosferinden, ruhani ve huzur verici ortamından bahsetmektedir. Yorumlarda “maneviyatı yüksek”, “huzur dolu” ve “etkileyici atmosfer” gibi ifadeler sıkça kullanılmıştır.

Mekânın Tarihi Derinliği ve Hikayesi: Balıklıgöl’ün Hz. İbrahim ile ilişkilendirilen hikayesi, ziyaretçi deneyimini derinden etkileyen bir diğer önemli unsurdur. Ziyaretçiler, “hikayesi etkileyici” ve “tarihi doku” gibi ifadelerle Balıklıgöl’ün tarihi önemiyle ilgili yorumlara yer vermiştir.

Çevre Düzenlemesi ve Doğal Güzellik: Bazı ziyaretçiler, göl çevresindeki park ve peyzaj düzenlemelerini, temizliği ve genel estetik görünümü “doğa”, “çevre”, “düzen” gibi ifadelerle yer vererek olumlu olarak değerlendirmiştir.

Son olarak “güvenli” ve “güvenlik görevlileri” ifadelerinin yer aldığı pek çok yorumda alınan güvenlik önlemleri bazı ziyaretçiler tarafından vurgulanmıştır.

İkinci ana tema olarak “olumsuz yorumlar” ise destinasyon yönetiminin doğrudan müdahale edebileceği pratik sorunlara odaklanmaktadır. Bu sorunlar dört alt temada toplanmıştır:

Aşırı Ticarileşme ve Rahatsız Edici Satıcılar: Yüksek fiyatlar, ısrarcı satıcılar ve dilencilik faaliyetleri, “dilenci” ve “satıcı” ifadeleriyle ziyaretçilerin en çok şikâyet ettiği konuların başında gelmektedir. Bu durumun, belediyenin bu mekân için yaptığı güzel şeylere ve mekânın manevi atmosferine zarar verdiği görülmektedir.

Yoğun Kalabalık ve Atmosferin Kaybı: Özellikle tatil dönemlerinde ve hafta sonlarında yaşanan aşırı yoğunluk, ziyaretçilerin manevi deneyimini olumsuz etkilemektedir. Yorumlarda, kalabalık nedeniyle “maneviyatın hissedilemediği” ve mekânın “devasa bir çay bahçesine” dönüştüğü ifade edilmiştir. Ayrıca saygı ve tahammülsüzlük gibi ifadelerle aşırı kalabalığın mekânın manevi atmosferinin hissedilmesini engellediğini belirten yorumlar bulunmaktadır.

Temizlik ve Bakım Sorunları: Genel çevre kirliliği, kötü koku, tuvaletlerin bakımsızlığı ve çöplerin varlığı gibi temizlik sorunları da “hijyen”, “kirli”, “çöp” ve “bakımsızlık” ifadeleriyle sıkça dile getirilen şikâyetler arasındadır.

Güvenlik Sorunları: Güvenlik sorunlarından bahseden yorumlar da bulunmaktadır. “Güvensiz”, “ıssız” ve “karanlık” gibi gece saatlerinde buranın güvensiz olduğunu vurgulayan yorumlar daha fazladır. Az sayıda yorumda ise başıboş sokak köpeklerinin varlığı bir güvenlik endişesi olarak görülmektedir.

Araştırma bulguları, Balıklıgöl destinasyonunu ziyaret edenlerin büyük bir kısmının memnun olduğunu göstermektedir. Ziyaretçilerin çok büyük bir kısmı mekânın manevi ve tarihi kimliğinin etkileyici olduğunu belirtmekte ve başkaları için de tavsiye etmektedir. Ziyaretçilerin

manevi beklentileri ile karşılaştıkları deneyim arasında bazı belirgin farklar da bulunmaktadır. Ziyaretçiler, bir yanda mekânın sunduğu derin maneviyat, tarihi hikâye ve estetik güzellikten büyük ölçüde etkilenirken; diğer yanda aşırı ticarileşme, kalabalık ve temizlik gibi dünyevi sorunlarla karşılaşmaktadır. Bu durum, inanç turizmi destinasyonlarında kutsallık ile ticarileşme arasındaki hassas dengenin önemini bir kez daha göstermektedir. Ziyaretçilerin aradığı “huzur” ve “manevi atmosfer”, “kalabalık” ve “ticarileşme” gibi unsurlar tarafından zedelenmektedir. Bu sonuç, inanç turizmi destinasyonlarında aşırı kalabalık ve altyapı sorunlarının yaşanabildiğini belirten diğer çalışmalarla da paralellik göstermektedir(Kaushal et al., 2022).

Bulgular, ziyaretçi deneyiminin sadece mekânın fiziksel ve manevi özelliklerinden değil, aynı zamanda destinasyon yönetiminin kalitesinden de ne denli etkilendiğini göstermektedir. Olumsuz yorumların neredeyse tamamı, doğrudan yönetsel eksikliklere (denetim, temizlik, kalabalık yönetimi) işaret etmektedir. Bu durum, Balıklıgöl'ün güçlü manevi kimliğini korumakla birlikte, ziyaretçi memnuniyetini ve destinasyonun imajını tehdit eden yönetsel sorunlarla karşı karşıya olduğunu göstermektedir. Mevcut sorunların çözülmemesi, destinasyonun manevi kimliğinin yok olmasına ve ziyaretçiler nezdinde tavsiye edilmeyen bir destinasyon olmasına neden olabilir.

Sonuç olarak, Balıklıgöl'ün güçlü bir manevi çekim merkezi olmasına rağmen, ziyaretçi deneyiminin ticarileşme, yoğun kalabalık ve temizlik gibi yönetsel sorunlar nedeniyle olumsuz etkilendiği tespit edilmiştir. Olumlu yorumların yüksekliği mekânın potansiyelini ortaya koyarken, olumsuz yorumların oranı ise ziyaretçi beklentileri ile sunulan hizmet kalitesi arasında bir uyumsuzluk olduğuna işaret etmektedir.

Bu bulgular ışığında, Balıklıgöl destinasyonunun sürdürülebilir yönetimi ve ziyaretçi deneyiminin iyileştirilmesi için aşağıdaki stratejik öneriler geliştirilmiştir:

***Ticari Faaliyetlerin Düzenlenmesi:** Alan içerisindeki satıcıların kontrol altında tutulmalı ve sınırlandırılmalıdır. Belirli satış noktaları oluşturulmalı ve “ısrarcı satış” gibi ziyaretçiyi rahatsız eden davranışları önlemek için denetimler ve eğitimler düzenlenmelidir.*

***Ziyaretçi Yönetimi Stratejileri:** Özellikle bayram ve tatil gibi yoğun dönemlerde ziyaretçi yoğunluğunu yönetmek için önlemler alınmalıdır. Alanın taşıma kapasitesi göz önünde bulundurularak, belirli saatlerde ziyaretçi sayısı sınırlandırılmalıdır veya online randevu sistemleri gibi teknolojik çözümler geliştirilmelidir.*

***Hizmet Kalitesinin Artırılması:** Başta tuvaletler olmak üzere, alanın genel temizlik ve bakım hizmetleri standartları yükseltilmeli ve denetimleri sıklaştırılmalıdır. Çöp kutularının sayısı artırılmalı ve düzenli olarak boşaltılması sağlanmalıdır.*

***Deneyimin Zenginleştirilmesi:** Mekânın tarihi ve manevi önemini anlatan bilgilendirici panolar, dijital rehberler veya belirli saatlerde yapılan rehberli anlatımlar ile ziyaretçinin sadece görmesi değil, aynı zamanda öğrenmesi ve hissetmesi sağlanarak ziyaretçi deneyiminin kalitesi artırılabilir.*

Bu çalışma, Balıklıgöl özelinde ziyaretçi deneyimini çevrimiçi yorumlar üzerinden incelemiştir. Gelecek araştırmalar, farklı veri toplama yöntemleri kullanarak bulguları derinleştirebilir. Ziyaretçilerle yüz yüze anketler veya derinlemesine mülakatlar yapılarak motivasyonları ve memnuniyet düzeyleri daha detaylı incelenebilir. Ayrıca, farklı dönemlerde (dini bayramlar,

resmî tatiller, normal hafta içi) yapılacak karşılaştırmalı analizler, kalabalık yönetim stratejilerinin geliştirilmesine yönelik daha somut veriler sunabilir. Son olarak, yerel halkın ve bölgedeki esnafın inanç turizmine ve katılımcılarına yönelik algılarını ve beklentilerini inceleyen çalışmalar yapılabilir.

Anahtar Sözcükler: İnanç turizmi, Balıklıgöl, Ziyaretçi deneyimi, TripAdvisor, Destinasyon yönetimi

Kaynakça

- Akoğlan Kozak, M. (2025). Kadim Şehir İmgeleri İzinde Şanlıurfa'nın Kültürel ve Turistik Değerleri. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 46–55. <https://doi.org/10.37847/TDTAD.1708481>
- Fakhrutdinova, L. R., Grigorieva, E. V., Eidelman, B. M., Gabdrakhmanov, N. K., & Bunakov, O. A. (2017). Religious Tourism In The Tourism System. *Revista San Gregorio*, 20, 96–103. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6236954&info=resumen&idioma=SPA>
- Kaça, Ö., & Cizrelioğulları, M. N. (2024, October 12). Şanlıurfa İlinin İnanç Turizm Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi. *12th Edition of International Conference on Economics and Social Sciences*. https://www.researchgate.net/publication/387214055_Sanliurfa_Ilinin_Inanc_Turizm_Potansiyeli_Acisindan_Degerlendirilmesi#fullTextFileContent
- Karapınar, E., & Barakazı, M. (2017). Kültürel miras turizminin sürdürülebilir turizm açısından değerlendirilmesi : Göbeklitepe ören yeri. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 5–18.
- Kaushal, N., Sharma, S., & Katoch, A. (2022). Problems and Challenges faced by Religious Tourists: A study of Religious Destinations of Himachal Pradesh. *International Research Journal of Commerce Arts and Science*, 13(8), 27–34. <http://www.casirj.com>

Monoteist Dinlerde Bereket Kültü

Hatice KAYRAN^{1*}

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü/Felsefe ve Din Bilimleri
Şırnak Üniversitesi, Türkiye
haticekayran571@gmail.com

ORCID: [0009-0004-3012-4693](https://orcid.org/0009-0004-3012-4693)

Özet

İnsanoğlunda yer eden bereket inancının, en eski uygarlıklardan bugüne gelinceye dek adım adım izini sürmek mümkündür. Gerek ilahi gerekse beşerî dinlerde ısrarla bir temele oturtulmaya çalışılan bu inancın, bereketi sembolize eden motifler, heykeller, kutsal kitap cümleleri ve ayinlerle tarih boyunca her kültürde canlılığını muhafaza etmiştir. Söz gelimi Kitab-ı Mukaddes'te; "... toprağı Tanrı bereketli kılar. (İbranilere Mektup 6:7)", "Tanrınız Rabbe tapacaksınız. Ekmeğınızı suyunuzu bereketli kılacak, aranızdaki hastalıkları yok edeceğim. (Çıkış 23:25)" denilmektedir. (Martı, 2008, s.1.)

İnsanlığın tarihsel süreçte karşılaştığı zorluklar karşısında yöneldiği bir umut ve dua alanı olmuştur. İnsanlar bereketi elde edebilmek için hem emek vermiş hem de kutsal ve üstün kabul ettikleri varlıklardan dua ve ritüeller aracılığıyla yardım istemiştir. Bereket ile ilgili inanışlar ilahi dinlerde de oldukça önemli bir yer tutmuştur. Bereket, Yahudi kutsal kitabında "bolluk, çokluk, zürriyet, hakimiyet" anlamlarında kullanılmıştır. Çoğunlukla kutsal metinlerinde bereket daha çok maddi anlamdan sıyrılarak lütuf, kutsanma gibi manevi bir boyut kazanmıştır. Günümüzde ilahi dinlerin dışında kalan inanç sistemlerinde ise bereket kavramı çoğunlukla Tanrı veya Tanrıçalarla temsil edilmiştir. (Esen vd., 2025, s.340.)

Bereket kelimesi b-r-k fiil kökünden gelmektedir. İbranicede bereketi ifade eden kelime berakhtır. Berakah kelimesi, diz çökmek, dizi yere koymak anlamlarındadır. Bugün bizim bereket olarak kullandığımız kelime eski Mezopotamya'da berakah, "diz" anlamına geliyordu. Sonra kelime yavaş yavaş dönüşmeye başladı. Deveyi diz çökerttiğinizde "beraka"sının yani diz çökmesinin karşılığı olarak deveye bir ödül, bir yiyecek verilirdi. Bu yiyecek "berakah" şeklinde adlandırılırdı ve zaman içerisinde daha soyut bir anlama büründü, ulvi bir şeyle muhatap olmak gibi, ödüllendirilmek gibi. İbranice de ahit anlamına gelen berit de bu bereket kelimesiyle ilgili. Hristiyan kutsal kitabında yetmiş defa geçmektedir. Tevrat'ın Yunancaya yapılan Septuaginta (septuaginta) yani Yetmişler Tercümesinde (M.Ö. 270) "berakah" kelimesi, Yunancada "eulegein" ile karşılanmakta ve iki manaya karşılık geldiği bilinmektedir. Bunlardan biri, "kulun ellerini tanrı

için kaldırmayı”; diğeri de tanrının yarattıkları için lütuflar, ihsanlar yaratmasıdır. (Uysal, 2009, s.8.)

Bereket düşüncesiyle insan, hayvan ve daha sonraki zaman dilimlerinde aşırı biçimde çoğalan tarım ürünleri arasında ilişki kurulması geleneği oldukça eskidir. Antik dönem uygarlıklarından itibaren hemen her toplumda bu tür kültürel yaklaşımların kabul gördüğü söylenebilir. Eski bir monoteist gelenek olan Yahudilikteki Sukot bayramı, kadim topluluklarda hasat ürünlerinin elde edilmesi vesilesiyle düzenlenen tarım ve bereket şenliğinin dinî bir kimlik kazanmış biçimi olarak bilinmektedir (Tümer, 2025). Yahudilerde bereketin artmasına vesile olanlardan biri de tahıl sunusudur.

Tahıl özellikle toprağın bereketinin simgesidir. Aynı zamanda gelecekteki ürünlerin verimli olması için de bir dilektir. Tahıl sunumu “Toprağın ürünleri bana ait değildir; Tanrı’nın bereketiyle büyümüştür ü sembolize eder. Bereket kültüne Yahudilikte geniş bir yer verilmiştir. Bereket Tevrat’ta bolluk, çokluk, zürriyet, hâkimiyet anlamlarında (Tesniye, 33/19; Tekvîn, 28/3, 14) kullanılmışken İncil’de ise bereket maddiden çok manevi bir veçhe kazanmıştır (meselâ bk. Efesoslular’a Mektup, 1/3; Luka, 1/28, 42, 48). RAB Avram’a, “Ülkeni, akrabalarını, baba evini bırak, sana göstereceğim ülkeye git” dedi,” Seni büyük bir ulus yapacağım, seni kutsayacak, sana ün kazandıracağım, bereket kaynağı olacaksın. Seni kutsayanları kutsayacak, seni lanetleyeni lanetleyeceğim. Yeryüzündeki bütün halklar senin aracılığıyla kutsanacak.” (Yaratılış 12: 2) Hristiyanlarda Pentekost, Yahudilerin Haftalar Bayramından gelen ve Kutsal Ruhun bereketlendirmesini, papazın haç çıkararak kişiyi takdis etmesi bereket kültü içinde değerlendirilir.

Kur’an’da bereket ile ilgili ayetlere baktığımızda bereketin kaynağının Allah olduğu açıkça görülmektedir. O, tükenmeyen bir lütuf ve bereket sahibi, yokluk ve sonlulukla ilgisi olmayan yüce bir yaratıcıdır. Hz. Peygamber de bu gerçeği “Bereket Allah’tandır” (Buhari, Eşribe, 31; Nesai, Taharet, 61.) şeklinde ifade etmiştir. İslam’a göre maddi âlemdeki bazı eşyalar, yerler, kişiler ve zamanlar da bereketli kabul edilmiştir. Yahudiliğe göre de Tanrı, yarattığı bazı şeyleri mübarek kılmış, bereketlendirmiştir. Mübarek kabul edilenler arasında bazı peygamberler, peygamber eşleri, Salih kimseler ve İsrailoğulları bulunmaktadır.(Uysal, 2009, s.11.)

Halk inanışları, geçmişten günümüze çeşitli yönlerle insan yaşamında önemli bir yere sahiptir. Bu inanışlar bir bakıma günlük yaşamın yasaları gibidir. Bu inanışlar eski dönemlerde olduğu gibi günümüzde de kabul gören bir işlev kazanmıştır. (Özdemir, 2021, s.18.) Anadolu’nun birçok yöresinde kuşaktan kuşağa aktarılan halk inançları, doğa olayları ile tarımsal ve hayvansal verim aslında güçlü bağlar kurar. Bu inançlardan biri de palamut yılına dair inanıştır. Halkın inanışına göre bir yıl içinde palamut (meşe ağacının meyvesi) fazlaca olursa, o yıl hem toprağın hem hayvanların bereketli olacağına, hayvanların özellikle dişi ve çift doğum yapacağına inanılır. Yörede türbeleri veya mezarları bulunan bazı dinî şahsiyetlerin, bulundukları coğrafyayı hem maddi hem de manevi açıdan bereketlendirdiklerine dair inanç, halk dindarlığının önemli bir boyutunu oluşturmaktadır.

El ve bereket ilişkisi açısından dikkat çeken bir diğer inanış ise Fatma ana eli inanışdır. Anadolu’da Hz. Fatıma ile ilişkilendirilerek kadınlar gerek ekim, dikim faaliyetlerinde gerekse hamur yoğurmak, yoğurt mayalamak, yemek ve aşure yapmak gibi işlerinde “el benim elim değil Fatma anamızın eli” ifadesini kullanırlar. (Esen vd. 2025, s. 339-368). Bu el sembolü, İslam kültüründe Hz. Fatma’dan adını alsa da Hristiyanlıkta Meryem Ana’nın eli ve Yahudilikte Hamsa olarak kültürel bir kalıntı olarak varlığını sürdürmektedir. (Yılmaz, 2019, s. 239-240.)

Mitolojide bereket konusuna baktığımızda doğanın canlanması, toprağın ürün vermesi, hayvanların çoğalması ve insanların refah içinde yaşamasıyla ilişkilendirilir. Bu nedenle birçok mitolojide bereket tanrıları veya tanrıçaları merkezi bir yere sahiptir. Mitolojilerde bereket genellikle ritüeller, kurban törenleri veya mevsimsel festivallerle desteklenir. Mitler, zaman içinde işlev ve biçimleri itibarıyla değişikliğe uğrayarak günümüze kadar varlığını korumuşlardır. Günümüzde dahi insanların yağmur için dua ettikleri, bolluk getirmesi amacıyla cüzdanlarında muska taşıdıkları ya da tarım ürünlerinin bereketli olması için hasattan bir demeti baş aşağı astıkları görülmektedir. Özellikle Nevruz ve Hıdırellez geleneğinin bir kutlama biçimi olarak canlı şekilde devam ettirildiği görülmektedir. (Köşker, 2023, s. 9.)

Bu çalışmamızda Yahudilikte bereketin daha çok Tanrı ile yapılan bir ahdin sonucu olarak itaat ve sadakatle ilişkilendirildiğini, Hristiyanlıkta Tanrının sevgisinin bir yansıması olarak daha çok manevi bir boyut kazandığını, İslam'da ise Allah'ın dilediğine verdiği bir nimet olarak çoğalma, feyiz, ilahi lütuf ve bolluk gibi ilkelerle doğrudan bağlantılı bir şekilde olduğu ele alınmaktadır. Bu çalışmada bereket kavramının, ilahî dinler, halk inanışları ve mitolojide bereket anlayışı farklı temellere dayansa da hepsinde bereket insan ile kutsal, doğa ve toplum arasındaki ilişkinin bir yansıması olarak ortaya çıktığını, bu karşılaştırmalı yaklaşım, bereket kavramının inanç sistemleri ve kültürel yapı içindeki sürekliliğini ve dönüşümünü ortaya koyması her üç din ve bu dinlere bağlı kültürlerde ve mitolojide nasıl şekillendiği ele alınmaktadır. Böylece çeşitli ritüel, eylem ve sözlerin etkisinin anlaşılması amaçlanmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Dinler tarihi, Bereket, Hristiyanlık, Yahudilik, İslamiyet.

Kaynakça

- "Kutsal Kitap". Erişim 20 Ekim 2025. <https://kutsalkitap.info.tr/?q=bereket>
- Esen, Saliha vd. "Anadolu Ve Kırgızistan'da Bereket İle İlgili İnanışlar". *Türk Kültürü Ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi* 115 (2025), 339–368.
- Fidan, Hasan. *Yahudilikte Kurban*. Ankara: Gazi Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Lisans Bitirme Tezi, 2017.
- Koçyiğit, Hikmet. "Kur'an Açısından Bereket Kavramının Değerlendirilmesi". *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 1 (2012),
- Köşker, Aygöl. *Cemşid'den Hızır'a Bereket Mitleri*. İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans, 2023.
- Martı, Huriye. "Kur'an Ve Sünnet Perspektifinden Bereket Olgusu". *Necmettin Erbakan Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 25/25 (2008), 87–100.
- Ökse, Ayşe Tuba. "Eski Önasya'dan Günümüze Yeni Yıl Bayramları, Bereket Ve Yağmur Yağdırma Törenleri". *Türk Arkeoloji ve Etnoğrafya Dergisi* 36 (2006), 67–72.
- Özdemir, Düriye. "Halk İnanışlarının Mitolojik Kökenleri: Konya (Kadınhanı) Örneği". *Toplum Ekonomi ve Yönetim Dergisi* 2/1 (2021), 18–33.
- Tümer, Günay. "Bereket". *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*. 1992. Erişim 25 Kasım 2025. <https://islamansiklopedisi.org.tr/bereket>
- Uysal, Nafi. *Dini Bir Kavram Olarak Bereketin Mahiyeti*. Elazığ: Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2009.
- Yılmaz, Nefne Fırkan. *Yahudilik'te Hamse İslam'da Fatıma'nın Eli*. sivas: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans, 2019.

Pastacılıkta Kullanılan Katkı Maddelerinin Etiketlerinin İncelenmesi: E Kodlarının İçerik Analizi

Kübra ALTAY^{1*}, Alper KURNAZ²

¹Sosyal Bilimler Enstitüsü/Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Türkiye
kubraltaay0@gmail.com

ORCID: 0000-0002-0354-8747

² Turizm Fakültesi/Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Türkiye
alperkurnaz@ibu.edu.tr

ORCID: 0000-0001-5288-0706

Özet

Bu çalışmada pastacılıkta yaygın olarak kullanılan katkı maddelerinin etiket içerikleri nitel içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırma kapsamında katkı maddeleri, kıvam arttırıcılar, jelatinler, aroma şurupları, bitkisel aroma vericiler, yenilebilir dekor drajeler, toz gıda boyaları, sprey yenilebilir gıda boyaları, isomalt şekeri, kabartma tozu ve jölelerin etiketleri değerlendirilmiştir. Etiketler incelendiğinde bazı etiketlerde E kodlar kullanılmıştır, fakat bazı etiketlerde direkt ürünün ismi e kod belirtilmeden yazılmıştır. Araştırmada etiketlerde yazan her ürün E kodlu olarak ele alınmaktadır. Türk Gıda Kodeksi (1997) göre; gıda katkı maddesi tanımı tek başına gıda yerine geçmeyen, gıdanın temel bileşeni niteliğini taşımayan, besleyici özelliği olsun ya da olmasın, gıda hazırlanma sürecinde gıdaya katılması amacıyla yapılan gıdanın bileşeni olan maddelerdir. Gıdaların bozulmasına çeşitli etkenler sebep olabilmektedir. Paketleme yapılırken bozulmayı engellemek için ve raf ömrünü uzatmak için koruyucu maddeler eklenerek paketleme yapılmaktadır (Fraizer ve Westhoff, 1998; Öner, 1992). Gıda katkı maddeleri, gıda boyaları, gıdaların dekorlanmasında ve üretiminde kullanılan ürünlerin içeriklerinde E kodlu maddeler bulunmaktadır. E kod; Avrupa Birliği tarafından her bir gıda katkı maddesi için belirlenen kodlardır. Europe (Avrupa) kelimesinin baş harfi olarak kullanılmaktadır. E kodlar yapılan testleri geçtikten sonra oluşturulmaktadır (Tarım ve Orman Bakanlığı, 2025). Yapılan etiket içerik analizinde, ürünlerin büyük bölümünde pektin (E440), emülgatörler (E471, E472b, E481), jelatin (sığır) (E441), magnezyum stearate (E470b), indigo carmin (E132), magnezyum stearate (E470b, E572), karragenan (E407), sitrik asit (E300), arap zamkı (E414), potasyum sorbat (E202), potasyum tartarat (E336), disodium difosfat (E450i), sodyum hidrojen karbonat (E500ii), kalsiyum karbonat (E170), potasyum alüminyum silikat (E555), renklendiriciler (E102, E104, E110, E122, E124, E129, E133, E160, E162, E175), titanyum dioksit (E171), carbon black (E153), ambalajlama gazı (E941), parlaticı (şellak) (E904), gliserol (E422), propilen glikol (E1520), isomalt (E953), brown ht (E155), triasetin (E1518), iron oksit (E172) ve stabilizatörler (E407, E412) gibi katkı maddelerinin yoğun şekilde kullanıldığı tespit edilmiştir.

Elde edilen bulgular pastacılık sektöründe kullanılan katkı maddelerinin tüketicilerin beklentilerini karşılamak amacıyla, ürünlerin raf ömrünü uzatmada, dayanıklılığını arttırmada, tat, kıvam, aroma, koku, dokusunu ve estetik görünümünü korumak için önemli rol oynadığını ortaya koymaktadır. Ancak bazı katkı maddeleri özellikle çocuk sağlığı ve hassas bireyler açısından risk faktörleri barındırmaktadır. Kullanılan maddeleri bazılarının insan sağlığına zarar verdiği de araştırmalar sonucu ortaya koyulmuştur. Urrutia-Pereire (2025) göre; Gıda alerjisi, obezite, bağırsak hastalıkları, davranışsal değişikliklere, metabolik hastalıklar gibi hastalıklara sebep olduğu sonucuna varılmıştır. Mccan vd. (2007) yaptığı araştırmada yapay renklendiricilerin 3 ve 8/9 yaşındaki çocuklarda hiperaktivitenin artmasına sebep olduğu kanıtlanmıştır. Yapılan başka çalışmada ise sağlıklı yetişkin insanlar üzerinde yapılan deneyde 11 gün boyunca bireylere günde 15gr karboksimetilselüloz (E466) verilmiştir. 11 gün boyunca bireylerin karın rahatsızlıkları yaşadığı ve bağırsak mikrobiyotasına zarar verdiği belirlenmiştir (Chassaing vd. 2022).

Yapılan araştırmada kullanılan E-kodların tanımları, işlevleri ve kullanım sıklıkları ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir ve tablo haline getirilmiştir. Gıda maddelerinin kullanım alanlarına göre içerisindeki e kodlar tekrar göstermektedir. Katkı karışımlarında içeriklerin şeffaf biçimde belirtilmemesi, tüketici bilinçlenmesi açısından sorun teşkil etmektedir. Teknolojik olarak gıda üretiminde kolaylık sağlasa da tüketiciler açısından daha sağlıklı ve açıklayıcı olabilecek hale getirilmelidir. Aşırı ve kontrolsüz tüketme dışında insan sağlığına zarar vermediği fakat kontrolsüz tüketimde sağlık açısından zararlı olduğu ortaya koyulmuştur. Etiket içerik analizi sonuçlarına göre; üreticilerin daha fazla doğal renklendirici ve emülgatör alternatiflerine yönelmesi, paketlenme aşamasında daha güvenilir maddeler kullanması, tüketicilerin ise kontrollü tüketim, alternatif ürün kullanımları ve etiket okuma alışkanlıklarını geliştirmesi önem taşımaktadır. Bu çalışma, pastacılık alanında kullanılan katkı maddelerinin potansiyel sağlık etkilerine dikkat çekerek, daha güvenli üretim ve tüketim süreçlerinin geliştirilmesine katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

Anahtar Sözcükler: Pastacılık, Katkı maddeleri, E Kodlar, Koruyucu madde, Gıda etiketleri

Kaynakça

Chassaing, B., Compher, C., Bonhomme, B., Liu, Q., Tian, Y., Walters, W., ... & Lewis, J. D. (2022). Randomized controlled-feeding study of dietary emulsifier carboxymethylcellulose reveals detrimental impacts on the gut microbiota and metabolome. *Gastroenterology*, 162(3), 743-756.

Fraizer, W.C. and Westhoff, D.C., (1988). *Food Microbiology*. Fourth Edition. McGraw- Hill International Editions. ISBN 0-07-021921-4. New York.

McCann, D., Barrett, A., Cooper, A., Crumpler, D., Dalen, L., Grimshaw, K., ... & Stevenson, J. (2007). Food additives and hyperactive behaviour in 3-year-old and 8/9-year-old children in the community: a randomised, double-blinded, placebo-controlled trial. *The lancet*, 370(9598), 1560-1567.

Öner, M., (1992). Genel Mikrobiyoloji. *Ege Üniversitesi Fen Fak. Kitaplar Serisi* No:94, İzmir.

Tarım ve Orman Bakanlığı, (2025). <https://guvenilirgida.tarimorman.gov.tr>.

Türk Gıda Kodeksi, (1997). Gıda Katkı Maddeleri Yönetmeliği, Resmi Gazete Sayısı: 23172

Urrutia-Pereira, M., Fogelbach, G. G., Chong-Neto, H. J., & Solé, D. (2025). Food additives and their impact on human health. *Allergologia et Immunopathologia*, 53(2), 26-31.

Cittaslow Üye Kentlerinde Turistik Faaliyetlerin Karşılaştırmalı Analizi: Doğu Anadolu Bölgesi Örneği

Onur YILDIZ^{1*}, Taner DALGIN², Dilan ŞATIR YILDIZ³

¹Turizm Fakültesi
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye
onyildiz89@gmail.com

ORCID: [0000-0002-2796-8770](https://orcid.org/0000-0002-2796-8770)

²Muğla Meslek Yüksekokulu/Turizm ve Seyahat Hizmetleri
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye
tanerdalgin@mu.edu.tr

ORCID: [0000-0002-7645-1989](https://orcid.org/0000-0002-7645-1989)

³Turizm Fakültesi
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye
dilansatir@gmail.com

ORCID: [0009-0003-9646-3842](https://orcid.org/0009-0003-9646-3842)

Özet

1999 yılında İtalya’da başlayan Cittaslow (Yavaş Şehir) hareketi, yerel kimliği koruyarak sürdürülebilir yaşam biçimlerini teşvik eden küresel bir ağ haline gelmiştir (Anciaes, 2017). Yavaş şehir hareketi, hızdan uzak, sürdürülebilirlik, yerel kimlik ve yaşam kalitesine öncelik veren bir anlayışı temsil etmektedir. Doğu Anadolu Bölgesi, sahip olduğu özgün kültürel miras, doğal güzellikler ve otantik yaşam biçimi ile yavaş şehir felsefesiyle uyumlu bir potansiyele sahiptir. Doğu Anadolu Bölgesi’nde bu ağa dahil kentler arasında Arapgir (Malatya), Ahlat (Bitlis), Kemaliye (Erzincan) ve Uzundere (Erzurum) kentleri yer almaktadır. Bu kentler, doğal, kültürel ve tarihsel değerleriyle farklı turistik potansiyellere sahiptir. Bu çalışmanın amacı, bu dört kentteki turistik faaliyetleri karşılaştırmalı olarak analiz etmektir. Araştırmada çevrimiçi belgeler, belediyelerin resmi web siteleri, belediye raporları, turizm tanıtım siteleri ve medya kaynakları gibi ikincil veriler kullanılmıştır. Elde edilen veriler “turistik faaliyetler”, “kültürel etkinlikler”, “doğa temelli turizm”, “yerel tanıtım çalışmaları” ve “altyapı unsurları” temaları altında sınıflandırılmıştır. Bulgular betimsel analiz tekniğiyle değerlendirilmiş, kentler arasında benzerlik ve farklılıklar belirlenmiştir. Arapgir, tarihsel dokusu ve geleneksel mimarisiyle öne çıkan, özellikle kültür ve tarih temelli turizm faaliyetlerine imkân sağlayacak turistik kaynaklara sahip bir

yöredir. Tarihi camiler, taş konaklar, han kalıntıları ve eski köprüler turistik ziyaret noktaları arasında yer almaktadır (Arapgir Belediyesi, 2024). Hıdırellez kutlamaları gibi kültürel etkinlikler, yerel halkın katılımıyla kültürel mirasın yaşatıldığı örnekler arasında sayılabilir (Malatya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023). Ayrıca belediye tarafından yayımlanan turizm haritalarında doğa yürüyüş rotaları ve yaylalar tanıtılmakta, kırsal turizm potansiyeline dikkat çekilmektedir. Ahlat, Anadolu'nun tarihsel hafızasında önemli bir yere sahip, özellikle Selçuklu mezar taşları ve kümbetleriyle tanınan, yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çeken bir yöredir (GoTürkiye, 2024). Alan yazında Ahlat'ın Türk kültür ve sanatını günümüze taşıyan en önemli merkezlerin biri olduğu vurgusu yapılmaktadır (Köşker, 2018). İncelenen web belgeleri, turistik faaliyetlerin büyük ölçüde tarih ve kültür turizmi etrafında şekillendiğini göstermektedir. Kentte düzenlenen kültür ve sanat festivalleri ile taş işçiliği sergileri, turizmin kültürel yönünü desteklemektedir (Cittaslow International, 2023). Van Gölü kıyısında yer alması, Ahlat'a doğa ve kıyı turizmi potansiyeli kazandırmakta, göl manzaralı alanlar ziyaretçilerin ilgisini artırmaktadır. Kemaliye, mimari dokusu, doğal çevresi ve özgün yerleşim planıyla dikkat çeken bir yerleşimdir. Çevrim içi veriler, kentin son yıllarda doğa temelli turizm faaliyetlerine yöneldiğini göstermektedir (Bulut ve Yılmaz, 2019). Akademik yazında da yöre de ekoturizm yaklaşımı çerçevesinde turizm faaliyetlerinin geliştirilmesinin uygun olacağı görüşü desteklenmektedir (Akpınar, 2004; Bulut ve Yılmaz, 2019). Karanlık Kanyon, yürüyüş parkurları ve bisiklet rotaları, doğa tutkunlarının öne çıkardığı cazibe noktalarıdır. Yörede düzenlenen fotoğraf festivalleri ve el sanatları etkinlikleri, kentin kültürel görünürlüğünü artırmaktadır. Ancak dijital tanıtım materyallerinin sınırlı olması, potansiyelin tam olarak yansıtılamadığını göstermektedir. Uzundere, özellikle doğal güzellikleri ile ön plana çıkmaktadır. Tortum Şelalesi ve çevresindeki parkurlar, bölgedeki turistik faaliyetlerin merkezini oluşturur (Slow City Türkiye, 2024). Şelale çevresinde doğa fotoğrafçılığı ve günübirlik geziler öne çıkmakta, yöre yaz aylarında iç turizm açısından canlılık göstermektedir. Yörenin ekoturizm ve macera turizmi kapsamında önemli bir potansiyele sahip olduğu görülmektedir (Tanç, 2020). Ancak web kaynakları, tanıtım faaliyetlerinin yetersiz, konaklama altyapısının ise sınırlı olduğunu belirtmektedir (GoTürkiye, 2024). Araştırma bulguları dört kent arasında turizm türleri, altyapı olanakları ve tanıtım düzeyi açısından belirgin farklılıklar bulunduğunu ortaya koymaktadır. Arapgir ve Ahlat tarih ve kültür eksenli, Kemaliye ve Uzundere ise doğa ve çevre temelli turizm biçimlerinin geliştiği yerlerdir. Kültürel etkinliklerin sürekliliği bakımından Arapgir ve Ahlat öne çıkarken, doğa turizmi açısından Kemaliye ve Uzundere güçlü potansiyeller barındırmaktadır. Tanıtım açısından Arapgir ve Ahlat belediyeleri düzenli web içerikleri sunarken, diğer kentlerde bilgi sınırlıdır (Arapgir Belediyesi, 2024). Doğu Anadolu'daki cittaslow üyesi bu kentlerde turistik faaliyetlerin çeşitliliğine karşın tanıtım, planlama ve dijital görünürlük eksikliği olduğu söylenebilir. Cittaslow ağına katılmanın sağladığı bilinirliğin, destinasyon imajını güçlendiren pazarlama çalışmaları ile bütünleştirilmesi bu eksikliği telafi etmek açısından önemlidir. Doğru planlamalarla uzun vadede sürdürülebilir turizm faaliyetleri ilgili yörelerin kalkınmasına katkı sağlayacaktır. Arapgir ve Ahlat'ta kültürel mirasın korunması ve etkinliklerin sürekliliği olumlu bir gelişmedir. Kemaliye ve Uzundere'de doğa turizmine yönelik faaliyetlerin güçlendirilmesi, tanıtım kanallarının çeşitlendirilmesi önerilmektedir. Bölgesel düzeyde "Doğu Anadolu Yavaş Rota" benzeri ortak tanıtım girişimleri, kentlerin birbirini tamamlayıcı şekilde konumlanmasına katkı sağlayabilir. Araştırma yalnızca web tabanlı dokümanlarla sınırlı olduğundan, ileride yapılacak çalışmalarda yerel paydaş görüşleri ve saha gözlemleriyle verilerin derinleştirilmesi önerilmektedir.

Anahtar Sözcükler: Yavaş şehir, yerel kimlik, sürdürülebilirlik, doğa temelli turizm.

Kaynakça

- Akpınar, E. (2004). Doğu Anadolu Bölgesi'nde Alternatif Turizm Merkezi Olmaya Aday Bir İlçe: Kemaliye, *Kocatepe Ünv. Sosyal Bilimler Dergisi*, (6) 2, ss.207-236.
- Anciaes, P. R. (2017). *Cittaslow*. In L. L. Lowry (Ed.), *The SAGE International Encyclopedia of Travel and Tourism* (pp. 269-270). SAGE Publications.
- Arapgir Belediyesi. (2024). *Arapgir turizm rehberi ve tanıtım haritası*. Erişim adresi: <https://www.arapgir.bel.tr> (Erişim tarihi: 05.10.2025)
- Bulut, Z., ve Yılmaz, H. (2019). Evaluation of Natural, Cultural and Visual Values in Terms of Alternative Tourism in the Example of Kemaliye (Erzincan/Turkey). *International Journal of Natural and Engineering Sciences*, 2(2), ss. 13–20.
- Cittaslow International. (2023). *Ahlat, Türkiye sayfası*. Erişim adresi: <https://www.cittaslow.org/citta-slow/ahlat> (Erişim tarihi: 05.10.2025)
- Cittaslow Türkiye. (2024). *Sakin şehirler listesi*. Erişim adresi: <https://www.cittaslowturkiye.org> (Erişim tarihi: 03.10.2025)
- GoTürkiye. (2024). *Ahlat ve Uzundere tanıtım sayfaları*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. Erişim adresi: <https://www.goturkiye.com> (Erişim tarihi: 05.10.2025)
- Köşker, H. (2018). Ahlat'ın Kültürel Turizm Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma. *Mukaddime*, 9(1), 189-208. <https://doi.org/10.19059/mukaddime.356645>
- Malatya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2023). *Malatya turizm etkinlikleri ve Hıdırellez kutlamaları*. Erişim adresi: <https://malatya.ktb.gov.tr> (Erişim tarihi: 05.10.2025)
- Tanç, A. (2020). Uzundere ilçesinin ekoturizm potansiyelinin SWOT analizi yöntemi ile belirlenmesi. *Anadolu Strateji Dergisi*, 2(1), 1-18.

Yerli Alanyazında Din ve Gastronomi İlişkisini Ele Alan Araştırmalar Üzerine Bir Sistematik Derleme

Nuri Anıl MAZLUM^{1*}, Ozan GÜLER², Dila ŞAHİNGÖK³, Gülser YAVUZ⁴

Özet

Gastronomini genel kabul görmüş bir tanımı olduğunu söylemek zordur. Neredeyse her yazar kendi bakış açısından hareketle bir tanım ileri sürmüştür. Yapılan tanımlar içerisinde geçen; “kültür, sanat, miras, kimlik, tarih, sağlık, hijyen, lezzet, estetik ve atık” gibi kavramlar gastronominin ne olduğundan ziyade neler ile açıklanabileceğini göstermektedir (Güler, 2021). Birçok disiplin için araştırma alanı haline gelen gastronomi konuları, pek çok disiplin için etkileşim, yorumlama ve anlama aracı haline gelmektedir. Gastronomi araştırmalarının günümüzdeki bilimsel popüleritesi, yemeğin duyuşal özelliklerinin yanı sıra yemeğin sosyal, kültürel, tarihsel, davranışsal, biyolojik ve sosyo-ekonomik unsurları ile birlikte çok faktörlü bir yapıda ele alınmasından kaynaklıdır (Akdağ, 2021). Gastronomi temalı konular arasında din olgusu hayatın her alanına işleyen yapısı ve kendine özgü farklı inanç sistemleri ile yemek, beslenme ve kültür üçgeni açısından özel bir yere sahiptir. İnanç ve kültür, bireylerin ve toplumların yemek kültürlerinde doğrudan ve dolaylı olarak rol oynayan iki temel unsurdur. Herhangi bir dinin mensubu olan bireyler o dinin koyduğu kural ve önerilere göre yeme-içme eyleminde bulunurlar (Aydın, 2021). Dolayısıyla din ve inancın gastronomik tüketim tercihleri ve davranışları ile çok yakın bir ilgisi vardır. Akademik alanyazının din ile gastronomi arasındaki ilişkiyi dinler açısından yemek kültürü, yemeğin dini simgesel anlamları ve helal gıda tercihi gibi başlıklarda sıklıkla ele aldığı bilinmektedir. Buna karşın alanyazında din ve gastronomi ilişkisini sistematik ya da bibliyometrik derlemeler ile inceleyen araştırma sayısı oldukça sınırlıdır. Buradan hareketle bu araştırmanın amacı 2015-2025 yılları arasında din ve gastronomi konulu makalelerin sistematik bir taramasının yapılmasıdır. Böylece belirli kriterle ışığında sistematik bir şekilde incelenecek olan yayınlanmış makalelerin; konu, yöntem ve analiz çeşitliliği açısından güncel durumu ortaya koyulabilecektir. Dolayısıyla gelecekte üzerinde durulması gereken yeni konu boşlukları ve araştırma tasarımları önerilebilecektir.

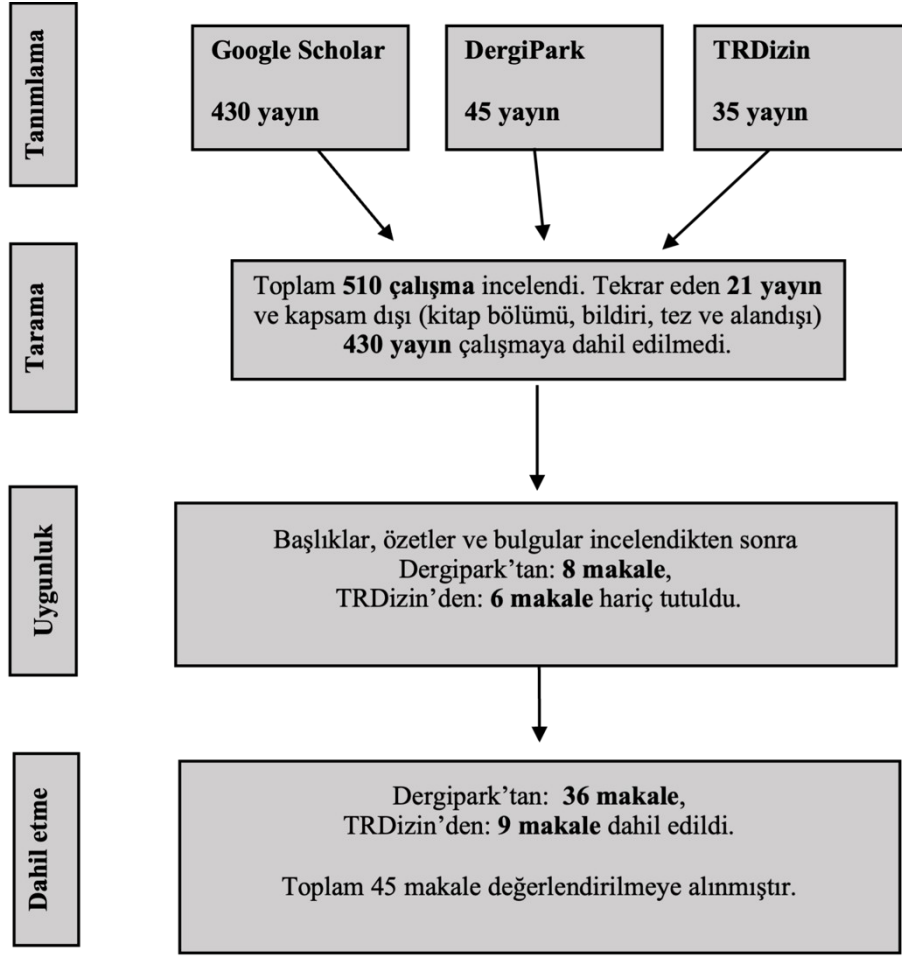
Çalışmanın amacına uygun olarak bireysel bakış açısına önem veren, anlamları yorumlama sürecine dayanan nitel araştırma yöntemi benimsemiştir. Birçok farklı araştırma modeline sahip olan nitel araştırma yöntemi içerisinde, bir fenomen ya da durumlar ile alakalı bilgileri içeren materyallerin incelenmesini kapsayan doküman tarama modeline başvurulmuştur (Creswell, 2018; Yıldırım ve Şimşek, 2021). Dört farklı doküman tarama tekniği arasından sistematik analiz tekniğine başvurulmuştur. Sistematik derleme araştırmaları literatürde gerçekleştirilmiş olan çalışmalar arasındaki tutarlılığı belirler ve gelecekte hangi araştırma konularına ihtiyaç olduğunun keşfedilmesine olanak sağlar (Davis vd., 2024). Sistematik derleme çalışmaları belirli bir araştırma sorusuna cevap verebilmek amacıyla, ilgili yayınların önceden belirlenmiş kriterler doğrultusunda bir araya getirilerek sentezlenmesi olarak tanımlanabilmektedir (Yılmaz, 2021). Sistematik derleme çalışmalarında, araştırma sorularına

odaklanarak yanıtların belirlenmesi, analiz sürecinde taraflılığı önlemektedir (Yavuz, 2022). Bu araştırmada; 1) Din temalı gastronomi araştırmalarında en fazla yayın yapan dergiler hangileridir?, 2) Din temalı gastronomi araştırmalarında en fazla yayın yapılan yıllar hangileridir?, 3) Din temalı gastronomi araştırmalarında en fazla kullanılan araştırma yöntem ve teknikleri hangileridir? ve 4) Din temalı gastronomi araştırmalarında konu dağılımı nasıldır? sorularına yanıt aranmıştır.

Tablo 1.'de paylaşılan kriterlere dayalı olarak gerçekleştirilen alanyazın taraması neticesinde, Şekil 1'deki PRISMA Akış Diyagramı'nda paylaşıldığı gibi 45 makale ile analizlere geçilmiştir. Gerçekleştirilen analizler neticesinde 2017 yılından itibaren makale sayısının artmaya başladığı ve en fazla atfın bu yılda yapılan çalışmalara geldiği görülmektedir. 45 makale arasında en fazla incelenen araştırma konusunun “Din ve Mutfak Kültürü İlişkisi” olduğu görülmüştür. Araştırmalar içerisinde “Helal Gıda Tüketimine Yönelik Tüketicilerin ve İşletmelerin Tutum ve Davranışları” ve “Gastronomi Turizmi ve Din İlişkisi” konuları da önemli bir yer tutmaktadır. Araştırma yöntemi açısından nitel yöntemin baskın olduğu ve nitel desenler arasında derleme araştırmaların sayıca fazla olduğu görülmektedir. Nicel araştırmaların ve çok değişkenli istatistiksel analiz yöntemlerinin sınırlı olduğu görülmektedir. Araştırmaların 34 farklı akademik dergide yayınlandığı, bu dergiler arasında en fazla yayının “Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel” isimli dergide yer aldığı görülmüştür. Anahtar kelimelere ilişkin bulgularda ise “Gastronomi” ve “Helal Gıda” anahtar kelimelerinin en sık tekrar eden kelimeler olduğu belirlenmiştir. Bunun yanı sıra “Din”, “Yemek Kültürü”, “Kültür”, “Turizm” ve “Gıda Atığı” gibi anahtar kelimelerin de araştırmalarda yer aldığı görülmüştür. Bu bulgulardan hareketle, ilgili alanyazında kavramsal ve kuramsal bir zemin oluşturulmaya çalışıldığının göstergesidir. Kullanılan farklı anahtar kelimelerin çeşitliliği ve farklı dergilerde yayınların yapılması, söz konusu alanın farklı disiplinler tarafından ele alınabilir nitelikte olduğunu göstermektedir. Bu doğrultuda, gelecek araştırmalarda alanın kavramsal ve kuramsal yapısını günlendirecek nitel araştırmalara, bulguların genellenebilir bir yapı sunabileceği nicel araştırmalara ve dini bağlamların uluslararası düzeyde karşılaştırılmasına olanak tanıyacak araştırmaların yapılması önerilmektedir.

Tablo 1: Sistematik Derleme Kriterleri

Kriter: Veri kaynakları	Google Scholar, Dergipark, TRDizin
Kriter: Anahtar kelimeler	“Gastronomi ve Din”, “Gastronomi ve Helal”, “Gastronomi ve Semavi Dinler” “Mutfak ve Din”, “Mutfak ve İnanç”, “Yemek ve Din”, Yemek ve İnanç”
Kriter: Yayın türü	Araştırma Makalesi, Derleme Makale
Kriter: Yayın dili	Türkçe, İngilizce
Kriter: Dergi endeksi	TR Dizin, Ulusal Makale, Diğer Uluslararası Makale



Şekil 1. Gastronomi ve Din Çalışmaları PRISMA Akış Diyagramı

Anahtar Sözcükler: Gastronomi, Din, Sistematiik tarama

Kaynakça

- Akdağ, G. (2021). Gastronomiye Disiplinlerarası Bakış. O. Güler, G. Akdağ ve A. Kale (Ed.), *Disiplinlerarası Bakış Açısıyla Gastronomi Kavramlar, Araştırmalar ve Çalışma Önerileri* (s. 1-13) içinde. Detay Yayıncılık.
- Aydın, B. (2021). Gastronomi ve Din. O. Güler, G. Akdağ ve A. Kale (Ed.), *Disiplinlerarası Bakış Açısıyla Gastronomi Kavramlar, Araştırmalar ve Çalışma Önerileri* (s. 110-121) içinde. Detay Yayıncılık.
- Creswell, J. W. (2018). Nitel Araştırma Yöntemleri Beş Yaklaşımına Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni (M. Bütün ve Demir S. B., Çev.). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Davis, J., Mengersen, K., Bennett, S., ve Mazerolle, L. (2014). Viewing systematic reviews and meta-analysis in social research through different lenses. *SpringerPlus*, 3, 1-9.
- Güler, O. (2021). Bilimsel Araştırma Bakış Açısıyla Gastronomi Disiplini. O. Güler, G. Akdağ ve A. Kale (Ed.), *Disiplinlerarası Bakış Açısıyla Gastronomi Kavramlar, Araştırmalar ve Çalışma Önerileri* (s. 14-35) içinde. Detay Yayıncılık.

- PRISMA (2022). PRISMA Flow Diagram, 15.10.2025 tarihinde <https://www.prisma-statement.org/prisma-2020-flow-diagram> adresinden alınmıştır.
- Yavuz, N. (2022). Sosyal bilimlerde sistematik literatür analizi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitü Dergisi*, 51(Özel Sayı), 347-360.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2021). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (12. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, K. (2021). Sosyal bilimlerde ve eğitim bilimlerinde sistematik derleme, meta değerlendirme ve bibliyometrik analizler. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(2), 1457-1490.

Hatay Mutfak Kültüründe Tören Yemekleri: Somut Olmayan Kültürel Mirasın Gastronomik Yansımaları

Hilal ÖZ^{1*}

¹Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu/Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Türkiye
hilal.oz@mku.edu.tr

ORCID: 0000-0001-7157-6013

Özet

Bu derleme çalışmasının amacı, zengin tarihsel geçmişi, çok kültürlü yapısı ve gastronomik çeşitliliğiyle öne çıkan Hatay mutfak kültürünü, özellikle tören yemekleri bağlamında kültürel, dini ve toplumsal bir miras olarak değerlendirmektir. Hatay mutfağı, tarih boyunca birçok uygarlığın kesişme noktası olmuş; Roma, Bizans, Osmanlı ve Arap mutfak geleneklerinin izlerini taşıyarak bugüne ulaşmıştır. Bu nedenle Hatay mutfağı yalnızca bir yemek kültürü değil, aynı zamanda çok katmanlı bir hafıza alanı olarak değerlendirilmektedir. Çorbasından tatlısına, baharatından pişirme tekniklerine kadar her unsur, bu kadim coğrafyanın çok dinli, çok dilli ve çok etnikli yapısını yansıtan bir kültürel anlatı niteliğindedir. Bu bağlamda, çalışma doğum, evlilik, ölüm, dini bayramlar, kandil ve anma günleri gibi yaşam döngüsünün farklı evrelerinde hazırlanan yemeklerin sembolik anlamlarını, toplumsal rollerini ve ritüel bağlamlarını incelemektedir. Bu yemeklerin yalnızca beslenme amacı taşımadığı; aynı zamanda toplumsal aidiyetin, dayanışmanın ve kimliğin somut birer göstergesi olduğu savunulmaktadır. Hatay halkı için yemek, yalnızca bir sofraya eylemi değil; bir araya gelmenin, paylaşmanın ve kolektif belleğin yeniden üretildiği kültürel bir sahnedir.

Tören yemekleri, toplumların kültürel sürekliliğini sağlayan ve sosyal dayanışmayı pekiştiren önemli ritüel uygulamalardan biridir. Güncel gastronomi ve kültürel antropoloji araştırmaları, bu tür yemeklerin yalnızca biyolojik gereksinimleri karşılamadığını; aynı zamanda topluluk kimliği, aidiyet duygusu ve inanç sistemlerinin sembolik bir temsili olarak işlev gördüğünü ortaya koymaktadır. Yemeğin ritüel bağlamda hazırlanması, paylaşılması ve tüketilmesi, toplumsal ilişkilerin yeniden üretildiği bir kültürel performans biçimi olarak değerlendirilmektedir (Counihan & Van Esterik, 2013; Capocasa & Venier, 2024). Anadolu'nun birçok yöresinde olduğu gibi Hatay'da da tören yemekleri, kolektif belleğin korunması ve sosyal bağların yeniden üretilmesi açısından önemli bir işleve sahiptir. Bu yemeklerin işlevi yalnızca "kram değildir; her biri bir toplumsal mesaj ve duygusal aktarım biçimidir. Örneğin, ölüm sonrası kavrulan helva, acının paylaşıldığı bir simge olarak değerlendirilirken; düğünlerde hazırlanan etli yemekler, bereket ve birlikteliği temsil eder (Uçar, 2023). Dolayısıyla, tören yemekleri hem bireysel hem toplumsal düzeyde anlam üretir, yemeğin tüketimi bir ritüel iletişim biçimine dönüşür.

Çalışma nitel bir yaklaşımla hazırlanmış derleme türü bir araştırmadır. Veri kaynağını, tören yemeklerine ilişkin akademik makaleler, UNESCO Gastronomi Şehri Hatay raporları, yerel kültür envanterleri oluşturmaktadır. Elde edilen bulgulara göre Hatay mutfağı, yalnızca

bireysel damak zevkinin değil, toplumsal aidiyetin kolektif ifadesidir. Örneğin, keşkek düğünlerde birlik, bereket ve toplumsal dayanışmanın sembolüdür. Harire tatlısı ve kömbe, mevsimsel döngülerin ve dini bayramların habercisidir. Bu yemeklerin hazırlanışı, sunumu ve paylaşımı, yalnızca gastronomik bir süreç değil, dini ritüellerle ve toplumsal normlarla iç içe geçmiş bir semboller sistemidir (Akbiyık, 2024; Kurtar & Yılmaz, 2022).

Ayrıca Hatay'ın UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na dahil edilmesi (2017), bölgenin gastronomisini yalnızca yerel bir değer olmaktan çıkarıp uluslararası kültürel mirasın bir parçası haline getirmiştir. Bu statü, tören yemeklerinin “somut olmayan kültürel miras” kategorisinde değerlendirilmesini sağlamış; yerel mutfak uygulamalarının korunması, belgelenmesi ve sürdürülebilir turizm politikalarıyla bütünleştirilmesine zemin hazırlamıştır. Böylece Hatay mutfağı, hem yerel kimliğin taşıyıcısı hem de ekonomik kalkınmanın bir aracı haline gelmiştir (UNESCO Creative Cities Report, 2021).

Çalışmanın bulguları, tören yemeklerinin toplumsal hafıza, dayanışma ve kimlik aktarımı açısından merkezi bir işlev üstlendiğini göstermektedir. Yemek, burada bir iletişim dili olarak işlemekte; dini inançlar, mevsimsel ritüeller ve aile gelenekleriyle örülmüş bir kültürel süreklilik zinciri oluşturmaktadır. Örneğin, Ramazan ve Kurban bayramlarında yapılan toplu iftarlar ve yemek dağıtımları, sadece dini bir vecibe değil, aynı zamanda toplumsal yeniden üretim mekanizmasıdır.

Sonuç olarak, bu çalışma Hatay mutfak kültürünün, yerel üretim pratikleri, paylaşım kültürü ve dini sembolizm temelinde şekillenen çok katmanlı bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Bu yapı, günümüz gastronomi turizmi politikalarıyla bütünleştirilmeye son derece müsaittir. Somut olmayan kültürel mirasın korunması, yerel gastronomi eğitimlerinin desteklenmesi, kırsal üretici ağlarının güçlendirilmesi ve tören yemeklerinin belgesel biçimde arşivlenmesi önerilmektedir. Böylelikle Hatay mutfağı yalnızca sofralarda değil, aynı zamanda akademik literatürde ve kültürel politikalar içinde de yaşamaya devam edecektir. Kısacası, Hatay mutfağı bir lezzet atlası olduğu kadar bir toplumsal hikâye kitabıdır; her lokması, geçmişin bir cümlesini bugüne taşır. Bu derleme, o kitabın sayfalarından birini daha özenle açmayı, Hatay'ın tören yemekleri aracılığıyla insanın hem kültürel hem de duyuşsal belleğine dokunmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Sözcükler: Hatay mutfağı, tören yemekleri, kültürel miras, gastronomi, toplumsal dayanışma.

Kaynakça

- Akbiyık, Ç. (2024). Hatay mutfak kültürü ve geleneksel Hatay mutfağından seçilen bazı yemekler hakkında nitel bir araştırma.
- UNESCO. (2021). UNESCO Creative Cities Network annual report 2021. UNESCO.
- Capocasa, M., & Venier, D. (2024). Food, culture and health: An anthropological perspective. *Anthropology Today*, 40(6), 15-18.
- Counihan, C., & Van Esterik, P. (2013). *Food and culture* (Vol. 367). New York, NY: Routledge.
- Uçar, M. (2023). Hatay yemek kültürü ve üzerinde etkili olan coğrafi faktörler (Yüksek lisans tezi, Harran Üniversitesi). Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

Kurtar, M. F., & Yılmaz, İ. (2022). Geleneksel Hatay mutfağı ve modern Hatay mutfağının değişiminin incelenmesi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5(3), 932-944. <https://doi.org/10.33083/joghat.2022.176>

Bir Restoranı ‘En İyiler’ Arasına Taşıyan Etmenler: Tripadvisor Yorumlarıyla Restoranların Güçlü ve Zayıf Yönlerinin İncelenmesi

Halil İbrahim KARAKAN^{1*}, Nur Deniz KARAGÜLLE²

Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu
Gaziantep Üniversitesi, Türkiye
¹ karakan@gantep.edu.tr

ORCID: 0000-0003-3335-0923

Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu
Gaziantep Üniversitesi, Türkiye
² denizhummeid@gmail.com

ORCID: 0009-0001-8378-0369

Özet

Bu araştırmanın amacı, dünyanın en iyi restoranlarının başarısına katkı sağlayan temel belirleyicileri Tripadvisor kullanıcı yorumları aracılığıyla incelemektir. Çalışmada, restoranların güçlü ve zayıf yönleri nitel içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiş; hizmet kalitesi, gastronomik mükemmeliyet, fiyat-değer dengesi, atmosfer, otantiklik ve müşteri memnuniyeti gibi unsurların “en iyi restoran” algısının oluşumundaki rolü ortaya konulmuştur. Çevrimiçi kullanıcı yorumlarının günümüz hizmet sektöründe karar verme süreçlerini ve algılanan kaliteyi önemli ölçüde etkilediği literatürde vurgulanmaktadır (Litvin, Goldsmith, & Pan, 2008; Sparks & Browning, 2011).

Araştırmanın evrenini, Tripadvisor platformunda listelenen “Dünyanın En İyi Restoranları” oluşturmaktadır. Örneklem ise amaçlı örnekleme yöntemi kullanılarak belirlenmiştir. Bu doğrultuda, Tripadvisor’un “Best of the Best” listesinde yer alan ve farklı coğrafi bölgeleri temsil eden 25 seçkin restoran incelemeye dâhil edilmiştir. Veri seti, her bir restoran için 30 olumlu ve 30 olumsuz kullanıcı yorumu olmak üzere toplam 1.500 yorumdan oluşturulmuştur. Böylece restoran performansının güçlü ve zayıf yönlerini dengeli biçimde analiz etmeye imkân sağlayan kapsamlı bir veri seti elde edilmiştir.

Araştırmada nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiş ve veriler Tripadvisor kullanıcı değerlendirmelerinden elde edilmiştir. Toplanan veriler MAXQDA 2022 yazılımı aracılığıyla

analiz edilmiştir. Analiz süreci veri hazırlığı, açık kodlama, kategori ve tema oluşturma ile bulguların yorumlanması aşamalarından oluşmuştur. Yorumlarda yer alan anlamlı ifadeler kodlanmış; benzer kodlar kategori ve temalar altında birleştirilmiştir. Bu yaklaşım, metin verilerinin sistematik ve güvenilir biçimde çözümlenmesine olanak tanımaktadır (Krippendorff, 2018; Mayring, 2014).

Bulgular, restoran başarısında özellikle yemek kalitesi ve lezzet, hizmet kalitesi ve misafirperverlik, atmosfer ve mekân tasarımı, fiyat-değer dengesi, kültürel ve otantik unsurlar ile deneyimsel ve duygusal değerin belirleyici olduğunu göstermektedir. Hizmet kalitesi boyutunun müşteri memnuniyeti ve tekrar ziyaret niyeti üzerindeki etkisi önceki çalışmalarla da örtüşmektedir (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988; Ryu, Lee, & Kim, 2012). Olumsuz temalar incelendiğinde ise fiyat-değer uyumsuzluğu, hizmet kalitesindeki eksiklikler, hijyen sorunları, beklenti-algı uyumsuzluğu ve yönetsel yetersizliklerin müşteri memnuniyetini olumsuz etkilediği tespit edilmiştir. Özellikle lezzet tutarlılığı, hijyen standartları ve personel profesyonelliği, müşteri güvenini doğrudan etkileyen kritik alanlar olarak belirlenmiştir.

Sonuç olarak, restoranların “en iyiler” arasında yer alabilmesi için yalnızca yüksek kalite standartlarını sürdürmelerinin yeterli olmadığı; aynı zamanda müşterilerle duygusal bağ kuran, otantik ve kültürel açıdan zengin deneyimler sunmalarının da gerekli olduğu anlaşılmaktadır. Çalışma, gastronomi ve hizmet sektöründe müşteri odaklı deneyim yönetimi, marka itibarı ve algılanan değer optimizasyonu açısından önemli kuramsal ve yönetsel çıkarımlar sunmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Gastronomi, SWOT analizi, Restoran, Turizm, Tripadvisor

Kaynakça

- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). Sage.
- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., & Pan, B. (2008). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism Management*, 29(3), 458–468. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.05.011>
- Mayring, P. (2014). *Qualitative content analysis: Theoretical foundation, basic procedures and software solution*. Klagenfurt.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Ryu, K., Lee, H. R., & Kim, W. G. (2012). The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24(2), 200–223. <https://doi.org/10.1108/09596111211206141>
- Sparks, B. A., & Browning, V. (2011). The impact of online reviews on hotel booking intentions and perception of trust. *Tourism Management*, 32(6), 1310–1323. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.12.011>

İslamiyet’te Deniz Ürünleri İkilemi: Gastronomi Öğrencilerinin Bakış Açısı

Uğur KILINÇ^{1*}, Türkan DEDE^{2*}

¹Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Türkiye
ugurkilinc@mehmetakif.edu.tr

ORCID:0000-0001-6412-2689

Turizm Fakültesi
²Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Türkiye
dedeturkan2077@gmail.com

ORCID:0009-0005-8780-2085

Özet

Beslenme hem insanların hayatının devamı için hem de kültürel, dini ve ahlaki anlamda toplumsal hayatın vazgeçilmez bir bölümüdür (Arslan, 2019). Gıda ürünlerin helal ve haram diye gruba ayrılması İslam dininde, Müslüman kişilerin yeme-içme seçimlerini biçimlendirmektedir (Al-Qaradawi,1999). Tüketicilerin seçimlerini yönlendiren birçok öge bulunmaktadır. Bu öğeler arasında din, yaşam biçimi, diyet, kültür ve sağlık durumları yer almakta olup gıda seçimlerinde de belirleyicidir. Gıda ürünlerinin helal olup olmadığı düşüncesi içerisinde din önemli bir öge olarak göze çarpmaktadır. Tüketiciler ise ürünleri tüketirken ve satın alırken dini inanışlarını göz önünde değerlendirerek ona göre yönelmektedirler (Topal & Şahin, 2019; Kurtoğlu & Çiçek, 2013). Helal beslenmeyi tercih eden tüketiciler hem günlük beslenme gereksinimlerini giderirler hem dini inanışlarına uygun helal ürünler konusunda titiz ve dikkatli davranıp helal lokma tüketme çabası içerisindeyler (Riaz & Chaudry, 2004).

İslam dininde deniz ürünlerinin helal veya haram olarak değerlendirilmesine ilişkin ilgili literatürde özellikle mezhepsel farklılıklar olduğu bilinmektedir. Deniz ürünlerinin hem üretim hem tüketim sürecinde bir takım hususlara dikkat edilmesine yönelik bilgiler ilahiyat bilimi ile ilgili yazınlarda yer aldığı görülmektedir. Buna ek olarak Dünya mutfaklarında deniz ürünlerinin önemi tartışılmaz boyuttadır. Bu çalışmanın amacı, ilahiyat bilimi literatüründe deniz ürünlerine yönelik gelişen haram helal yönündeki tartışmalardan, bu ürünlerin yapımı ve sunumu aşamasında yer alan aşçı adaylarının haberdar olma düzeyleri ve bundan etkilenme düzeylerinin tespit edilmesidir. Bu çalışma gastronomi öğrencilerinin dindarlık algıları ile deniz ürünlerinden yemek yapma veya tüketim sürecine yönelik algılarını tespit etmektir. Çalışmanın kavramsal temeli, gastronomi öğrencilerinin dindarlık algıları ile deniz ürünlerinden yemek yapma sürecine, ürünlerin yapımı, sunum aşaması veya tüketim sürecine yönelik algılarını, tespit etmektir.

Bu araştırma da nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Çalışma, daha sonra yapılacak çalışmaların ilk basamağı olarak planlanmış ve durum tespitine yönelik betimsel bir araştırmadır. Araştırmanın veri toplama aşamasında anket tekniği kullanılmıştır. Ankette iki farklı ölçekten alınan ifadeler yer almaktadır. Araştırmanın evrenini Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi'nde Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümünde öğrenim gören 336 öğrenci oluşturmaktadır. Zaman ve erişim sınırlılıkları nedeni ile bu evrenden 66 öğrenciye ulaşılmış ve örneklem seçimi ise kolayda örneklemedir.

Araştırmanın katılımcılarının demografik değişkenleri %59,7'si kadın, %40,3'ü erkek olarak şekillenmiştir. Çalışmaya katılan öğrencilerin yaş dağılımı incelendiğinde 20-21 yaş grubundaki bireylerin her birinin %17,6 oranla en yüksek frekansa sahip olduğu dolayısıyla örneklemin çoğunluğun bu yaş gruplarının oluşturduğu görülmektedir. Bu durum öğrencilerinin büyük çoğunluğu lisans düzeyinde olduklarını göstermektedir. Öğrencilerin sınıf düzeyi %32,8'i 1. sınıf, %11,9'u 2. sınıf, %20,9'u 3. sınıf, %16,4'ü 4. sınıf ve %17,9'u ise lisansüstüdür. Dindarlık ölçeğine ait bulgulara 'Dini görevlerimi özen göstererek yerine getiririm' ifadesine katılımcıların yarısına yakını (%49,3) dini görevlerini yerine getirmede özenli davrandığını belirtmiştir. 'Ne katılıyorum ne katılmıyorum' diyenlerin oranı da (%29,9), bu da bazı öğrencilerin kararsız olduğunu ortaya koymaktadır. Helal gıda ve deniz ürünlerine ilişkin bulgular da 'Helal gıda kavramı benim için önemlidir' ifadesinde katılımcıların %74,6'sı helal gıda kavramının kendileri için önemli olduğunu belirtmiştir. Bu durum öğrencilerin büyük oranda bu kavramı önemsediklerini ve kabul ettiklerini düşündürülebilir. 'İslam'da hangi deniz ürünlerinin helal kabul edildiğini biliyorum' ifadesinde katılımcıların %61,2'si deniz ürünlerinin helallik durumu hakkında bilgi sahibi olduğunu ifade etmiştir. Ancak %22,4'lük bir kesim kararsız, %16,4'ü ise bu konuda bilgi sahibi olmadığını belirtmiştir.

Bu çalışmada ilgili literatürde deniz ürünlerine yönelik gelişen haram helal yönündeki tartışmalardan, bu ürünlerin yapımı ve sunumu aşamasında yer alan aşçı adaylarının haberdar olma düzeyleri ve bundan etkilenme, gastronomi öğrencilerinin dindarlık algıları ile deniz ürünlerinden yemek yapma sürecine veya tüketim sürecine yönelik algılarını düzeyleri tespit edilmiştir. Bu çalışma gastronomi literatüründe ilkler arasında yer almaktadır. Çalışma gelecek alanda benzer konularda yapılacak çalışmalar ve ölçek geliştirme çalışmalarına öncülük yapabilir. Genel olarak, araştırma bulguları gastronomi öğrencilerinin dindarlık düzeyinin yüksek, helal gıda farkındalığının ise orta-üst düzeyde olduğunu ortaya koymaktadır. Deniz ürünlerinin helallliği konusundaki bilgi düzeyi genel olarak yeterli olsa da mezhepsel farklılıklar ve pratik uygulamalar konusunda bilgi eksikliği dikkat çekmektedir.

Anahtar Sözcükler: Helal gıda, Mekruh gıdalar, Deniz Ürünleri, Dindarlık Algıları, Gastronomi Öğrencileri.

Kaynakça

- Arslan, M. (2019). Dini değerlerin tüketici davranışlarına etkisi: Helal gıda tercihleri üzerine bir inceleme. *İlahiyat Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 45–63.
- Al-Qaradawi, Y. (1999). *The lawful and the prohibited in Islam*.
- Kurtoğlu, R., & Çiçek, B. (2013). Tüketicilerin helal ürünler hakkındaki algılama, tutum ve beklentilerini tespit etmeye yönelik bir araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8(3), 181–205.
- Topal, B., & Şahin, H. (2019). Tüketicilerin helal gıda ürünlerine yönelik tutumlarının incelenmesi: Sakarya örneği. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(1), 37–51.
- Riaz, M. N., & Chaudry, M. M. (2004). *Halal food production*. CRC Press.

Türkiye'nin Yerli Turist Profiline Belirlenmesi

Burcu GÖK OLGUN^{1*}

¹ Ağlasun MYO/ Seyahat-Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Türkiye
burcugok@mehmetakif.edu.tr

ORCID: 0000-0003-0795-9436

Özet

Türkiye'deki turistik hareketlilikten ve turizmin katkılarından söz edildiğinde genellikle ilk aklı gelen dış turizmdir. Ancak yerelde turizm bilincinin oluşması, turizmin on iki aya yayılmasını sağlaması, özellikle kriz dönemlerinde turizm sektörünü destekleyici etkisi gibi nedenlerle iç turizm hareketliliğinin de dikkate değer olduğu açıktır. İç turizm hareketliliğinin geliştirilmesi için yerli turist profilinin tanınması ve yerli turistlere hitap edecek turistik ürünler sunulması önem verilmesi gereken konulardır. Türkiye'deki iç turizm faaliyetlerinde hedeflenen kârlılığa ulaşılması ve müşteri sadakatinin sağlanması açısından özellikle yerli turist profilinin tanınması gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bu doğrultuda çalışmada Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 2025 yılı Nisan ve Temmuz aylarında yayınlanmış olan Hanehalkı Yurtiçi Turizm İstatistiklerinden yararlanılarak Türkiye'nin yerli turist profilinin belirlenmesi amaçlanmıştır (TÜİK, 2025). Veriler döküman incelemesi yöntemiyle toplanmıştır. Veriler 2009-2024 yılları arasındaki iç turizm hareketliliğini kapsamaktadır. Toplanan veriler betimsel analize tabi tutulmuştur. Analiz sonucunda yerli turistlerin ortalama geceleme sayısı, harcama türleri, seyahat amacı, konaklama şekli ve yaş grupları olmak üzere beş ana kategori belirlenmiştir. Buna göre Türkiye'nin yerli turist profili ortalama sekiz gece konaklayan, daha çok yeme-içme ve ulaşım harcaması yapan, çoğunlukla yakınlarını ziyaret amacıyla seyahat eden, kendi ya da arkadaş/akraba evinde konaklamayı tercih eden ve ağırlıklı olarak 25-44 yaş arası kişilerden oluşmaktadır. Çalışma bulguları Türkiye'deki yerli turistlerin konaklama işletmelerini kullanmaya ve kültür, gastronomi, sağlık, spor, yeni yerler keşfetme gibi farklı seyahat amaçlarına yönlendirilmeleri gerektiğini, diğer yaş gruplarının da sıklıkla seyahat etmeye teşvik edilmelerinin önemini ortaya koymaktadır. Böylece iç turizmde turistik ürün çeşitliliği sağlanabilir, yerel halkın turizm bilinci gelişebilir, turizm tüm bölgelerde on iki aya yayılabilir, satışlar ve buna bağlı olarak kârlılık artabilir. Bunun için turizm işletmeleri ile destinasyonların tanıtım faaliyetlerini arttırmalarının, destinasyonların alt ve üst yapı olanaklarını geliştirmelerinin, farklı yaş gruplarına göre etkinliklerin düzenlenmesinin, uygun fiyatlı turistik olanakların sunulmasının, farklı içeriklerden oluşan tur programlarının oluşturulmasının ve yerli turistlere yönelik kampanyaların faydalı olacağı düşünülmektedir (Altanlar & Akıncı Kesim, 2011; Güzel, 2011; Çakıcı & Özdamar, 2013; Eryılmaz, 2020).

Anahtar Sözcükler: Turizm, TÜİK, Yerli turist profili, Türkiye.

Kaynakça

- Altanlar, A. & Akıncı Kesim, G. (2011). Sürdürülebilir turizm planlaması için yöre halkı ve yerli turistlerin davranış ve beklentilerini anlamaya yönelik bir araştırma: Akçakoca örneği. *Ankara Üniversitesi Çevrebilimleri Dergisi*, 3(2), 1-20.
- Çakıcı, C. & Özdamar, M. (2013). Şanlıurfa'ya kültür turizmi kapsamında gelen yerli turistlerin profili, Şanlıurfa'yı tercih nedenleri ve karşılaştıkları sorunlar üzerine bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 10(2), 43-52.
- Eryılmaz, B. (2020). Turisti tanımak: Yerli turist profili üzerine bir araştırma, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2327-2342.
- Güzel, Ö. (2011). Türkiye'de iç turizm pazarı analizi ve pazarı canlandırmaya yönelik alternatif turizm olanakları. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(16), 127-144.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). Hanehalkı Yurtiçi Turizm İstatistikleri. 15 Ekim 2025'te <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Egitim,-Kultur,-Spor-ve-Turizm-105> adresinden alındı.

Kars'ta Yerel Halkın Gastronomi Turizmine Katkısı ve Bölgesel Kalkınmadaki Rolü

Ahmet Berke DEMİRAL^{1*}

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Kafkas Üniversitesi, Türkiye
berke_demiral@hotmail.com

ORCID: 0000-0003-3382-8819

Özet

Turizm alanında son yıllarda yaşanan dönüşüm, ziyaretçilerin seyahat deneyimlerini standart rekreasyon faaliyetlerinin ötesinde, anlam ve etkileşim temelli içerikler üzerinden kurgulama eğiliminin güçlenmesiyle ilişkilendirilmektedir (Richards, 2012). Bu eğilim, yerel kültürle temas kurma ve özgün yaşam pratiklerini deneyimleme isteğini artırmıştır. Gastronomik unsurların destinasyon seçiminde giderek daha etkili bir çekim unsuru hâline gelmesi, bu dönüşümün belirgin bir yansıması olarak değerlendirilmektedir. Gastronomi, turistlerin destinasyonla kurduğu ilişkide kültürel bir bağlayıcı işlev üstlenmektedir (Ellis vd., 2018). Gastronomi turizmi, yiyecek ve içecek tüketiminin ötesinde üretim süreçlerinin gözlemlenmesini, yöresel ritüellerin öğrenilmesini ve gastronomik mirasın yerinde deneyimlenmesini kapsayan çok boyutlu bir yapı sunmaktadır. Bu yönüyle gastronomi, kültürel kimliğin aktarımında toplumsal bir araç niteliği kazanmaktadır (Bessière, 2013). Yöresel tatların destinasyon imajının oluşumuna katkı sunduğu ve ziyaretçi motivasyonlarını güçlendirdiği ifade edilmektedir (Everett ve Aitchison, 2008). Yemek kültürünün toplumsal belleğin önemli bir bileşeni olarak kabul edilmesi, gastronomik deneyimin sembolik bir etkileşim alanı sunduğunu ortaya koymaktadır (Choe ve Kim, 2018).

Türkiye, tarihsel birikimi ve yöresel mutfak çeşitliliği sayesinde gastronomi turizmi açısından dikkate değer bir potansiyele sahiptir. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında gastronomi alanında tanınan şehirlerin, Türkiye gastronomisinin uluslararası görünürlüğünü artırdığı belirtilmektedir (Çalıkoglu ve Öter, 2021). Bu çerçevede Kars, hayvancılık temelli üretim yapısı, peynir üretim geleneği ve kültürel çeşitliliğin şekillendirdiği mutfak kültürüyle öne çıkan bir destinasyon niteliği taşımaktadır. Coğrafi işaret tesciline sahip Kars kaşarı, gravyer peyniri, kaz eti ve bal gibi ürünlerin ilin gastronomik kimliğinin güçlenmesine katkı sunduğu görülmektedir (Acar, 2018). Kars'ta gastronomi turizminin gelişiminde yerel halkın üretim süreçlerine katılımı belirleyici bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Yerel üretim bilgisinin korunması ve ekonomik dolaşıma dâhil edilmesi bakımından üretim ağlarının işlevsel bir rol üstlendiği değerlendirilmektedir (Demircan Yıldırım, 2020). Coğrafi işaretli ürünlerin yerel kalkınmaya katkı sunan bir araç olarak ele alınması, gastronomi temelli üretim pratiklerinin kültürel sürekliliği destekleyen bir yapı sunduğunu ortaya koymaktadır (Bowen ve Zapata, 2009). Bu çalışma, Kars'ta yerel halkın gastronomi turizmine katkısını incelemeyi ve coğrafi işaretli ürünlerin bölgesel kalkınma süreçlerindeki rolünü değerlendirmeyi amaçlamaktadır.

Araştırma, Kars'ta gastronomi turizmine konu olan üretim pratiklerinin bölgesel kalkınma bağlamındaki konumunu incelemek amacıyla nitel araştırma tasarımına dayalı olarak

yürütülmüştür. Nitel yaklaşım, yerel aktörlerin algı ve deneyimlerinin bağlam içinde ele alınmasına olanak tanınması nedeniyle araştırma amacına uygun bir çerçeve sunmaktadır (Merriam, 2009). Araştırma deseni olarak durum çalışması tercih edilmiş, bu yaklaşım incelenen olgunun doğal çevresi ve mekânsal bağlamı içinde değerlendirilmesine imkân tanımıştır (Yin, 2018). Örneklem, gastronomi turizmine konu olan yerel üretim zincirini temsil eden aktörlerden oluşturulmuş ve amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır (Patton, 2015). Bu kapsamda peynir üreticileri, kaz yetiştiricileri, arıcılık yapan üreticiler ve kadın kooperatifleri üyeleri araştırmaya dâhil edilmiştir.

Veri toplama süreci doküman incelemesi ve doğrudan gözlem yöntemlerinden oluşmaktadır. Doküman incelemesi, nitel araştırmalarda kurumsal ve yapısal çerçevenin anlaşılmasına katkı sunan bir veri toplama yöntemi olarak kullanılmaktadır (Bowen, 2009). Bu kapsamda yerel kalkınma planları, bölgesel strateji raporları ve coğrafi işaret tescil belgeleri değerlendirilmiştir. Elde edilen veriler tematik analiz yöntemiyle çözümlenmiş, analiz sürecinde ekonomik etkiler, kültürel kimlik aktarımı, toplumsal örgütlenme ve çevresel unsurlar temel temalar olarak ele alınmıştır. Tematik analiz, nitel verilerin sistematik biçimde sınıflandırılmasına olanak tanıyan bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir (Braun ve Clarke, 2006).

Bulgular, Kars'ta gastronomi temelli üretim pratiklerinin çok katmanlı bir yapı sunduğunu göstermektedir. Üretim ve dolaşım süreçlerinin kırsal alanlardan mandıralara ve yerel pazarlara uzanan aşamalı bir ekonomik ağ oluşturduğu belirlenmiştir. Araştırma kapsamında elde edilen bu bulgular, gastronomik üretim ağlarının kırsal kalkınma süreçlerinde yerel aktörlerin pazara erişim kapasitesini artırabildiğine işaret eden yaklaşımlarla örtüşmektedir (Kurnaz ve Kurtuluş, 2019). Çalışma bulguları, coğrafi işaret tesciline sahip Kars kaşarı ve gravyer peynirinin bölgesel marka değeri oluşturma sürecinde etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Bu durum, coğrafi işaretli ürünlerin yerel marka değerini güçlendirdiğini vurgulayan çalışmalarla uyumlu bir görünüm sunmaktadır (Cömert ve Yıldız, 2020). Kaz eti üretiminin turistik talep ve mevsimsellik ekseninde ekonomik görünürlük kazandığı tespit edilmiş, bu yapının gastronomik ürünlerin turizmle bütünleştiğinde ekonomik değeri artırabildiğine işaret eden değerlendirmelerle benzerlik taşıdığı görülmüştür (Liutikas vd., 2023). Bal üretiminin flora çeşitliliği ve dijital erişim kanalları aracılığıyla ticari ağını genişlettiği belirlenmiştir. Bu bulgu, kısa tedarik zincirlerinin yerel ürünlerin ekonomik dolaşımını güçlendirdiğini ortaya koyan yaklaşımlarla örtüşmektedir (Tanasa, 2014).

Kültürel ve toplumsal bulgular, gastronomik unsurların Kars'ta kimliksel değer ve toplumsal bellekle bütünleştiğini ortaya koymaktadır. Gastronominin kültürel aidiyetin taşıyıcısı olarak değerlendirilmesi, Kars'ta ürünlere atfedilen sembolik anlamlarla uyumludur (Bessière, 2013). Peynir üretiminde deneyimsel bilginin kuşaktan kuşağa aktarılması, gastronomik mirasın sürekliliğini destekleyen bir yapı sunduğunu göstermektedir. Bu durum, yemek kültürünün kimlik ve bellek aktarımındaki rolüne işaret eden yaklaşımlarla örtüşmektedir (Fischler, 1988). Kadın kooperatiflerinin ve aile işletmelerinin üretim süreçlerinde aktif rol üstlenmesi, gastronomi temelli üretimin toplumsal katılımı güçlendiren bir alan oluşturduğunu ortaya koymaktadır. Bu bulgu, yerel halkın turizm süreçlerine katılımının sosyal etkileşimi ve toplumsal sahiplenmeyi artırdığına işaret eden değerlendirmelerle uyumludur (Nunkoo ve Gursoy, 2012). Çevresel bulgular ise üretim süreçlerinin yerel kaynaklara dayandığını ve doğal çevreyle bütünleşik bir yapı sunduğunu göstermektedir. Bu görünüm, yöresel üretim pratiklerinin çevresel bileşenlerle bütünleşmesi gerektiğini vurgulayan yaklaşımlarla örtüşmektedir (Ilbery ve Kneafsey, 2000). Genel olarak elde

edilen bulgular, Kars'ta gastronomiye konu olan üretim süreçlerinin ekonomik, kültürel, toplumsal ve çevresel boyutlarıyla bölgesel kalkınma açısından bütüncül bir potansiyel sunduğunu ortaya koymaktadır.

Anahtar Sözcükler: Gastronomi turizmi, Bölgesel kalkınma, Yerel üretim, Coğrafi işaret, Kültürel kimlik, Kars

Kaynakça

- Acar, Y. (2018). Coğrafi işaretli ürünlerin bölgesel kalkınma üzerindeki etkileri: Kars örneği. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(3), 145–162.
- Bessière, J. (2013). Heritage and identity: Food as a cultural heritage. *Journal of Heritage Tourism*, 8(2–3), 1–12.
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27–40.
- Bowen, S., & Zapata, A. V. (2009). Geographical indications, terroir, and socioeconomic and ecological sustainability. *Journal of Rural Studies*, 25(1), 108–119.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.
- Choe, J. Y., & Kim, S. (2018). Effects of tourists' local food consumption value on attitude, food destination image, and behavioral intention. *International Journal of Hospitality Management*, 71, 1–10.
- Çalıkoğlu, İ., & Öter, Z. (2021). UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında gastronomi şehirleri ve destinasyon markalaşması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(2), 1234–1250.
- Cömert, M., & Yıldız, S. (2020). Coğrafi işaretli ürünlerin yerel kalkınma ve marka değeri üzerindeki etkileri. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 45–62.
- Demircan Yıldırım, A. (2020). Yerel üretim ağları ve gastronomi turizminin bölgesel kalkınmadaki rolü. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 3(2), 89–104.
- 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. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), 150–167.
- Fischler, C. (1988). Food, self and identity. *Social Science Information*, 27(2), 275–292.

- Ilbery, B., & Kneafsey, M. (2000). Producer constructions of quality in regional speciality food production. *Journal of Rural Studies*, 16(2), 217–230.
- Kurnaz, A., & Kurtuluş, S. (2019). Gastronomi turizmi ve kırsal kalkınma ilişkisi. *Journal of Tourism Theory and Research*, 5(3), 382–395.
- Liutikas, R., Sidali, K. L., & De Salvo, P. (2023). Gastronomy tourism and regional development. *Tourism Review*, 78(1), 123–138.
- Merriam, S. B. (2009). *Qualitative research: A guide to design and implementation*. Jossey-Bass.
- Nunkoo, R., & Gursoy, D. (2012). Residents' support for tourism. *Journal of Travel Research*, 51(1), 3–15.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods* (4th ed.). Sage.
- Richards, G. (2012). An overview of food and tourism trends and policies. OECD.
- Tanasa, L. (2014). Short food supply chains and local development. *Procedia Economics and Finance*, 15, 1051–1058.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). Sage.

Gastronomi Kültürü, Yabancı Mutfak Deneyimleri ve Gastronomi Turizmi

Rumeysa OĞUZSOY^{1*}

¹İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi/İktisat
Dicle Üniversitesi, Türkiye
mercanoguz.21@gmail.com

ORCID: 0009 0009-7228-4712

Özet

Gastronomi, “yiyecek-içecek üretimi ve tüketimi etrafında oluşan bilgi, teknik, estetik ve anlam dünyası”dır; tarladan sofraya uzanan pratiklerle birlikte mekân, ritüel, anlatı ve duyusallığı kapsar. Gastronomi kültürü, bu pratiklerin bellek, norm, statü, kimlik ve aidiyetle kurduğu örüntüdür. Gastronomi turizmi ise destinasyonu yemek üzerinden tanıma-deneyimleme motivasyonu ile ürün tasarımıyla sahnelemeye ve hatırlamaya uzanan süreci ifade eder. Çalışma, üç eksenli bir çerçeve önermektedir: (1) tarihsel birikim ve sofraya normları; (2) yabancı tatlarla temasın psikolojik-öğrenme boyutu; (3) turistik ürünün tasarımı ve tüketimi. Bu çerçeve, üretim-tedarik, sertifikasyon, hijyen, izlenebilirlik ve mekânsal anlatıyı; algı, beklenti, memnuniyet ve hatırlanabilirlikle birlikte ele alır. Uygulamada: coğrafi işaret ve kısa tedarik ağlarıyla miras-piyasa dengesi; menü mühendisliği ve çok-duyulu tasarımıyla otantiklik-erişilebilirlik dengesi; paydaş katılımı, veri temelli ölçüm-yönetişim önerilmektedir. Böylelikle gastronomi, kültürel sürdürülebilirlik, yerel kalkınma ve destinasyon markalaşmasını birlikte güçlendiren stratejik bir eksen hâline gelmektedir.

Anahtar Sözcükler: Gastronomi, Gastronomi kültürü, Gastronomi turizmi, Yabancı mutfak deneyimi

Giriş

Gastronomi beslenme gereksinimini karşılayan bir pratik olmasının yanında üretimden tüketime, mekândan deneyime, kimlikten ekonomiye uzanan çok katmanlı bir kültürel alandır. Yemeğin tarladan sofraya uzanan yolculuğu; iklim, coğrafya ve biyolojik koşullarla olduğu kadar teknoloji, toplumsal kurumlar ve estetik beğenilerle de şekillenir. Bu karmaşık süreç, hem gündelik hayatın görünmez altyapısını kurar hem de ritüeller, semboller ve paylaşılan anlamlar aracılığıyla toplumsal aidiyeti yeniden üretir. Gastronomi kültürü bu nedenle, yerel-inözümlü bilgi ile küresel dolaşımın, gelenek ile yeniliğin, otantiklik ile standardizasyonun kesiştiği bir sahnedir.

Çalışmanın odağını üç eksen belirlemektedir: gastronomi kültürü, yabancı mutfak deneyimleri ve gastronomi turizmi. İlk eksen, gıda maddelerinin ve pişirme tekniklerinin tarihsel birikimini, sofraya düzenlerinin normatif çerçevelerini ve yemek anlatılarının ortak bellekle kurduğu bağları kapsamaktadır. İkinci eksen, birey ve toplulukların “yabancı” olarak kodladığı tatlarla karşılaşma biçimlerini, merak ve çekingenliğin birlikte çalıştığı duyusal-psikolojik süreçleri ve bu süreçlerin

öğrenme, uyum sağlama, melezleşme gibi sonuçlarını ele almaktadır. Üçüncü eksen, turizm ürününün tasarlanması, sahnelenmesi ve tüketilmesi aşamalarında gastronominin nasıl merkezi bir rol üstlendiğini göstermektedir.

Küreselleşme, hızlı kentleşme ve sayısallaşma, söz konusu eksenleri hızla dönüştürmektedir. Ulusötesi tedarik zincirleri ve lojistik ağlar, mevsimselliğin sınırlarını esnetirken menü planlamasına yeni imkanlar sunar. Öte yandan standardizasyon, damak zevkinde benzeşme baskısı yaratabilir. Bu gerilim hattında coğrafi işaretler, kısa tedarik zincirleri, üreticiyle doğrudan temas ve yerel festivaller gibi araçlar öne çıkar. Gastronomi turizmi tam da bu noktada, yerel ürünleri ve teknikleri deneyim ekonomisinin diliyle yeniden kurgulayarak hem kültürel mirası görünür kılar hem de ekonomik katma değer üretir.

Yabancı mutfak deneyimleri, destinasyon algısının en güçlü belirleyicilerinden biridir. İlk temas çoğu zaman görsel çekicilik ve mekan tasarımı üzerinden kurulur; ardından koku, doku, sıcaklık ve ses gibi eşlikçi duyular deneyimi derinleştirir. Otantiklik ile erişilebilirlik arasındaki denge, memnuniyeti ve tekrar ziyaret niyetini doğrudan etkiler.

Menü mühendisliği, yerel malzemeyi görünür kılarken konukların alışkanlıklarını gözetken ara yüzler sunabildiğinde, karşılaşma estetik ve etik bir tatmin üretir.

Bu çalışma, söz konusu üç eksen bütüncül bir çerçevede birleştirilerek kavramsal bir harita önerir. Harita, arz tarafında üretim, tedarik, sertifikasyon, hijyen, izlenebilirlik ve mekansal tasarımı; talep tarafında algı, beklenti, memnuniyet, paylaşım ve hatırlanabilirliği aynı anda dikkate alır. Ayrıca destinasyon yönetim örgütleri, yerel yönetimler, işletmeler, üretici birlikleri ve eğitim kurumları arasında işbirliği gerektiren yönetim boyutunu vurgular. Çalışmanın yöntemi, disiplinler arası literatürü derleyip karşılaştırmalı bir anlatı senteziyle sistematikleştirmektedir.

Amaç, uygulamaya dönük bir düşünme zemini kurmaktır. Bu zeminde, deneyimin tasarımı çok-duyulu yaklaşım, mekan anlatısı ve toplulukla etkileşim modülleriyle güçlendirilir. Ekolojik duyarlılık ve etik tedarik, sürdürülebilir turizmin yapısal öğeleri olarak ele alınır. Ölçme ve değerlendirme tarafında ise ziyaretçi memnuniyeti göstergeleri, yerel gelir etkisi ve çevresel ayak izi birlikte izlenir. Böylece gastronomi; tanıtım metinlerinin ötesinde, sosyoekonomik kalkınma ve kültürel süreklilik için kurucu bir eksen olarak konumlanır.

Gastronomi Kültürü

Gastronomi kültürü, besinin tarladan mutfığa ve sofraya uzanan döngüsünü kapsayan maddi pratikler, sembolik anlamlar ve kurumsal düzenekler bütünü olarak tanımlanmaktadır; bu çerçeve yemek olgusunu biyolojik gereksinimin ötesine taşıyan estetik ve toplumsal boyutlar içermektedir (Montanari, 2006). Söz konusu bütünlük, sofranın çevresinde kurulan ritüellerin belleği örgütlemekte olduğunu ve gündelik yaşamın sürekliliğini beslemekte bulunduğunu göstermektedir.

Damak tadının toplumsal konumla eklemlenmekte olduğu, habitus kavramsallaştırması üzerinden açıklanmaktadır. Erken yaşlarda içselleştirilen ailevi sofranın pratikleri ve gündelik tüketim örüntüleri, yetişkinlikte seçici beğeniler ve sofranın görgüsü olarak görünürlük kazanmaktadır. Böylece “iyi” ve “rafine” olarak kodlanan tercihler, kültürel sermayenin ifadesi haline gelmekte;

seçkin mutfak vurguları statü sınırlarını yeniden üretmektedir (Bourdieu, 2018). Menüdeki bir tercih, kişisel hazla sınırlı kalmamakta; sınıfsal aidiyetlere ve eğitimsel arka plana işaret eden bir göstergeye dönüşmektedir.

Tarihsel seyirde iklim koşulları, tarımsal imkanlar ve dini normlar yerel repertuarları biçimlendirmektedir. Tarifler, yazılı metinler ve sözlü aktarımlar yoluyla kuşaktan kuşağa devredilmekte; sosyoekonomik değişimlere paralel biçimde uyarlanmaktadır. Küreselleşme süreci, malzeme ve tekniklerin dolaşımını hızlandırmakta; medya ve turizm kanalları yerel lezzetleri görünür kılmaktadır. Bu bağlamda “gastronomik miras” söylemi, kimlik inşasına eklenmektedir ve koruma/yenilik dengesini yönetmek için bir çatı kavram işlevi görmektedir.

Üretim zinciri boyunca etik ve sürdürülebilirlik tartışmaları belirginleşmektedir. Endüstriyel tarımın biyoçeşitlilik üzerindeki baskıları ve gıda güvenliği riskleri, mevsimsellik, yerellik ve izlenebilirlik ilkelerini öne çıkarmaktadır. Politik düzeyde besin egemenliği, erişilebilir fiyatlama ve adil ticaret başlıklarının karar süreçlerine dahil edilmesi gerekmektedir. Toplumsal cinsiyet boyutunda ev içi yemek emeğinin görünürlüğü artmakta; profesyonel mutfaklardaki hiyerarşiler sorgulanmakta; farklı öznelliklerin şeflik pratiğinde yer edindiği görülmektedir.

Dijitalleşme, yemek deneyiminin temsil ve tüketim biçimlerini dönüştürmektedir. Sosyal medya akışları görsel çekiciliği kurmakta; algoritmalar içerik seçimini yönlendirmekte; böylece damak tercihleri dolaylı biçimde biçimlendirilmektedir. Çok-duyulu çalışmalar, renk, ışık, doku ve ortam sesinin tat algısını değiştirebildiğini göstermekte; restoran ve etkinlik tasarımlarında bu bulgulardan yararlanılmaktadır (Spence, 2015). Menü kurgusu, sunum ritmi ve mekan atmosferi birlikte tasarlandığında, deneyimin hatırlanabilirliği artmaktadır.

Gastronomi turizmi alanında coğrafi işaretli ürünler, üreticiyle temas kuran atölyeler ve sokak lezzeti rotaları, destinasyon anlatılarını güçlendirmektedir. Bu düzenlemeler, yerel üretim kapasitesinin görünürlük kazanmasına ve ziyaretçi deneyiminin özgünlükle temellendirilmesine hizmet etmektedir. Kent ölçeğinde festival takvimleri, pazar yerleri ve eğitim etkinlikleriyle desteklenen bir ekosistem kurulduğunda, kültürel mirasın korunması, ekonomik katma değer yerelde tutulması ve kamusal yaşamın canlanması birlikte ilerlemektedir. Böyle bir yaklaşım, gastronomi kültürünü etik duyarlılık, çok-duyulu tasarım ve katılımcı yönetim ilkeleri etrafında güçlendirmekte; yerel bağlam ile küresel dolaşım arasındaki dengeyi yönetilebilir hale getirmektedir.

Gastronomi Kültürünün Tarihsel Arka Planı

Uluslararası gastronomi kültürü, göç, ticaret, savaş ve din gibi makro süreçlerle yan yana ilerleyen bir dönüşüm hattı içinde şekillenmektedir. Tarihsel kayıtlar, yiyeceğin yalnızca biyolojik bir gereksinimi karşılamadığını; kültürler arası temasın dili olarak da işlev gördüğünü göstermektedir (Goody, 1982). Baharat Yolu’nun ördüğü çok yönlü ağ, Akdeniz limanlarının canlı trafiği ve Atlantik üçgen ticaretinin kurduğu dolaşım düzeni, farklı toplulukların damak hafızalarını kesiştirmekte ve melez mutfak repertuarları üretmektedir (Mintz, 1986). Dinî ritüeller, oruç uygulamaları ve bayram sofraları, yemeğin sembolik ufkunu genişletmekte; gündelik ile kutsal arasındaki sınırların yeniden çizildiği bir sahne sunmaktadır (Bynum, 1987). Öte yandan savaş, kıtlık ve sömürgecilik gibi kırılmalar, gıda rejimlerinde zorunlu uyarlamalara yol açmakta; ikame

tahıllar, koruma teknikleri ve acil beslenme stratejileri geliştirilmektedir. Güncel dönemde sosyal medya, sokak lezzetlerinden moleküler yaklaşımlara kadar çeşitlenen eğilimleri hızla dolaşıma sokmakta; tüketicinin kimlik performansları bu hızdan etkilenmektedir (Parasecoli, 2025). Bu ivme, özgünlük söylemlerinin metalaşması ve gıda egemenliği tartışmalarının genişlemesi yönünde bir zemin de yaratmaktadır (Counihan & Van Esterik, 2013).

Erken Holosen'den itibaren tarımsal yayılımın tahıl ve baklagil çeşitliliğini yeni coğrafyalara taşıdığı; böylece Neolitik yerleşimlerden başlayarak mutfak repertuarının katmanlandığı görülmektedir (Fernández-Armesto, 2002). Fenikeli denizcilerin şarap ve zeytinyağını kolonilere ulaştırdığı; Roma yollarının garum gibi fermente ürünlerin dolaşımını hızlandırdığı belirtilmektedir (Freedman, 2007). İpek Yolu boyunca erişte tekniklerinin Doğu-Batı arasında gezindiği; buğday bazlı hamur bilgisi Anadolu üzerinden İtalyan pastacılığına yön veren bir birikim oluşturduğu ifade edilmektedir (Goody, 1982). Hint Okyanusu ticaretinde karabiber ve karanfilin Avrupa'da prestij göstergesi haline geldiği; vergi ve tekellerin erken kapitalist birikimi desteklediği bilinmektedir (Freedman, 2007). Yemen'den Osmanlı sarayına, oradan Viyana'ya uzanan kahve hattı, kamusal sosyalleşme mekanlarının niteliğini dönüştürmekte ve fikir akımlarını besleyen yeni buluşma ortamları üretmektedir (Hattox, 2014).

On beşinci yüzyıldan itibaren Kolomb takası, patates, domates ve mısır gibi Yeni Dünya bitkilerini Eski Dünya'nın mutfaklarına yerleştirmekte; Avrupa diyetinin bileşimi derinden değişmektedir (Mintz, 1986). Karayip plantasyonlarında şeker kamışının kitlesel üretimi, tatlı tüketiminde yaygınlaşmaya ve küresel tüketim örüntülerinde kalıcı bir dönüşüme işaret etmektedir. Aynı dönemde Osmanlı coğrafyasının genişleyen ağları, baharat, kahve ve hamur işi geleneklerini çok katmanlı bir etkileşime sokmaktadır (Albala, 2011).

Sanayi devriminde buhar gücü ve demiryolları, lojistiği hızlandırmakta; soğuk zincir teknolojisi et ve süt ürünlerinin uzun mesafeli taşınmasını mümkün kılmaktadır (Scholliers, 2001). Göçmen işgücünün hareketliliği, ABD'de İtalyan pizzası ve Çin mutfağının yayılımını hızlandırmakta; bu ürünler zamanla “etnik” kategoriden “uluslararası hızlı tüketime” evrilen bir statü kazanmaktadır (Pilcher, 2017). Britanya bağlamında Hint diasporasının etkisiyle köri temelli yemeklerin gündelik damak tadına yerleştiği de vurgulanmaktadır (Parasecoli, 2025). Çağdaş göç dalgaları, taco kamyonlarından falafel büfelerine uzanan sokak lezzetlerini çeşitlendirmekte; metropollerin gastronomik peyzajı yeniden biçimlenmektedir (Leong-Salobir, 2011). Bu akış, yaratıcı melezleşmeleri teşvik ederken “otantiklik” tartışmalarını da hararetlendirmektedir.

Ticaret rotalarının gıda güvenliği ve güç ilişkileri üzerinde belirleyici olduğu bilinmektedir. Yirminci yüzyılın ortalarında çok uluslu tarım şirketleri, monokültür modellerini teşvik etmekte; tohum bağımlılığı ve fiyat dalgalanmaları küçük üreticileri kırılga hale getirmektedir (Counihan & Van Esterik, 2013). Buna karşılık adil ticaret girişimleri, kooperatifler üzerinden kahve ve kakao zincirlerinde etik standartların yaygınlaşmasını amaçlamaktadır. Dijitalleşme, göçmen ve ticari ağları iç içe geçirerek çevrim içi pazar yerlerini güçlendirmekte; “karanlık mutfak” modelleri coğrafi sınırları aşan dağıtım pratikleri üretmektedir. Bu yeni lojistik, gastronomik eğilimlerin algoritmik önerilerle hızla senkronize edilmesine yol açmaktadır. Bütün bu seyir, gastronomi kültürünün durağan değil sürekli devinim içinde bulunduğunu ve gelecekte göç hareketleri ile ticaret politikaları doğrultusunda yeniden şekillenmeye devam edeceğini ortaya koymaktadır.

Gastronomi Kültürü, Dinsel İnançlar ve Bayramlar

Dinsel inançlar ve takvimli ritüeller, uluslararası gastronomi kültürünün normatif sınırlarını ve sembolik ufkunu belirlemektedir. Oruç, perhiz ve adak uygulamaları, üretim ile tüketimin zamanlamasını düzenlemekte; topluluk içinde paylaşılan kimlik duygusunu pekiştirmektedir (Bynum, 1987). Hristiyan litürjisinde Paskalya, diriliş anlatısını sofraya üzerinden görünür kılmakta; çörek, yumurta ve kuzu gibi öğeler yeniden doğuş anlamlarını somutlaştırmaktadır (Freedman, 2007). İslam coğrafyasında Ramazan, gün doğumundan batıya uzanan bir imsak düzeni kurmakta; iftar sofraları, paylaşım ve cömertlik etosunu güçlendirmektedir (Mintz, 1986). Yahudi takviminde Pesah, çıkış ve özgürleşme hafızasını canlandırmakta; mayasız matza ekmeği, anımsama ve disiplin çağrışımlarını taşımaktadır (Bynum, 1987).

Doğu düşünce geleneklerinde vejetaryenizm ve ahimsa ilkesi, şiddetsiz beslenme pratiklerine yön vermektedir. Bu anlayış, bitki temelli diyetlerin etik söylemiyle kesişmekte ve Batı'daki çağdaş eğilimleri etkileyebilmektedir. Sufi gelenekte lokmanın paylaşılması, manevi arınma ile topluluk dayanışmasını bir araya getirmektedir; Zen manastırlarında oryoki pratiği, yeme edimini farkındalık temelli bir disipline dönüştürmektedir (Anderson, 2014). Böylelikle bayram ve ritüel sofraları, diaspora topluluklarında aidiyetin sürdürülmesine aracılık etmekte; kolektif bellek, mevsimsel ve takvimli tekrarlar yoluyla diri tutulmaktadır. Noel örneğinde Amerika'da hindi, Britanya'da puding ve kızılçık sosu, tarihsel ticaret ağlarının izlerini taşımakta ve mekanlar arası bir lezzet coğrafyası kurmaktadır (Mintz, 1986). Çin Yeni Yılı'nda uzun ömür eriştesi, yaşam arzusunu simgeselleştirmekte; küresel metropollerde "Chinatown" festivalleri üzerinden görünürlük kazanmaktadır. Diwali'de tatlı dağıtımı, refah ve ışık temalarını güçlendirmektedir (Parasecoli, 2025).

Dini yemek yasakları ve izinleri, tedarik zincirini ve girişimcilik alanını yönlendirmektedir. Helal ve koşer sertifikaları, kesimden paketlemeye uzanan süreçte standartlaşmış denetim mekanizmaları üretmekte ve küresel pazarda güven tesis etmektedir (Bonne & Verbeke, 2008). Oruç dönemlerinde hurma, balık ya da belirli unlu mamullere yönelen talep artışı, mevsimsel üretim döngülerini yeniden ayarlamaktadır. Din temelli festivaller, destinasyon çekiciliğini artırmakta; hac ziyaretleri, Aşura'ya özgü aşure ya da Oktoberfest birası gibi örneklerle turizm akımlarını canlı tutmaktadır (Hjalager, 2010). Bu görünürlük, kültürel diplomasi çabalarına da zemin hazırlamakta; öte yandan ticarileşme eleştirileri, kutsalın metalaşmakta olduğuna işaret edebilmektedir.

Modernite ve sekülerleşme, kimi pratiklerin zayıflamasına yol açabilmektedir; buna karşılık nostaljik canlandırma hareketleri, "otantik" tarifi arşivleme ve yaygınlaştırma çabalarını artırmaktadır. Sosyal medya, bayram yemeklerinin tarif videolarını hızla dolaşıma sokmakta; genç kuşaklar dijital arşivler aracılığıyla geleneğe yeniden bağlanabilmektedir (Parasecoli, 2025). Yirmi birinci yüzyılda helal turizm, Müslüman gezginlerin ibadet ve beslenme gereksinimlerine duyarlı bir hizmet mimarisi geliştirmektedir (Henderson, 2016). Benzer biçimde kasher cruise uygulamaları, Yahudi diyet kurallarını deniz yolculuğuna uyarlamaktadır. Çevre duyarlılığıyla birleşen dini hassasiyetler, eko-koşer ve tayyib gibi sertifikasyonları gündeme getirmekte; sürdürülebilir tarım ve etik tedarik ağlarının yaygınlaşmasına katkı vermektedir (Rooda, 2013). Bu yönelimler, dini beslenme normlarının yalnızca sınır çizmediğini; aynı zamanda yenilikçi gıda

teknolojilerinin ve kapsayıcı hizmet tasarımlarının gelişimini hızlandırmakta olduğunu göstermektedir.

Gastronomi Kültürü, Savaşlar ve Kıtık Dönemleri

Savaş ve kıtlık dönemleri, gıda zincirini bütünüyle yeniden ölçeklendiren baskılar üretmekte; gastronomi kültürü bu baskılar altında biçim değiştirmektedir. Askerî seferlerin talep ettiği hareketlilik, seyyar mutfak teknolojilerinin ve uzun ömürlü ürünlerin geliştirilmesini hızlandırmakta; konserve, kurutma ve tuzlama gibi yöntemler cephe lojistiğinin temel unsuru haline gelmektedir. Napolyon savaşları bağlamında geliştirilen konserveleme bilgisinin, yirminci yüzyıl gıda endüstrisinin raf ömrü standartlarını belirleyen bir omurga işlevi gördüğü aktarılmaktadır (Freedman, 2007).

Toplumsal seferberlik koşullarında rasyon ve karne uygulamaları, ulusal mutfakları kalori ve besin yoğunluğu mantığıyla yeniden düzenlemektedir. İkinci Dünya Savaşı'nda Britanya'nın "Dig for Victory" kampanyası, kentsel bahçeciliğin ölçeğini büyütmekte; patates, lahana ve havuç gibi türler temel enerji kaynağına dönüşmektedir (Cwierka, 2006). Aynı dönemde Japonya'da pirinç kıtlığı, arpa ve tatlı patates karışımlarına yönelimi hızlandırmakta; savaş sonrasında ortaya çıkan "yōshoku" repertuarı, Batı etkili tariflerle damak zevkini kalıcı biçimde dönüştürmektedir (Cwierka, 2006).

Sömürgecilik ve savaş ekonomileri, yerel gıda sistemlerini kırılğanlaştırmakta; nakit ürüne dayalı üretim, tahıl çeşitliliğini daraltmaktadır. İrlanda Patates Kıtlığı, monokültürün sistemik risklerini görünür kılmakta ve kitlesel göç dalgalarıyla Atlantik ötesi mutfak peyzajını dönüştürmektedir (Pilcher, 2017). Bengal Kıtlığı'nda tahıl sevkiyat politikaları, açlık dalgalarını derinleştirmekte; gündelik beslenme tatlı su bitkileri ve yabani otlara yönelerek çeşitlenmektedir (Sen, 1982). Çin'de kıtlık dönemlerinde yenilebilir yabani türlerin sınıflandırılması ve kayıt altına alınması, kriz bilgisinin kurumsallaştığını göstermektedir (Sarah, 2021). Ortaçağ Avrupa'sında "kara ekmek" ve peynir altı suyuna dayalı çorbalar, düşük kaliteli girdilerle enerji açığının kapatıldığını ortaya koymaktadır (Braudel, 1992).

Soğuk Savaş yıllarında gıda, jeopolitik rekabetin vitrini haline gelmektedir. ABD'nin "Food for Peace" programı, buğday stoklarını müttefik hatlarına yönlendirmekte; beyaz ekmek ve rafine yağlar küresel tüketim örüntülerine eklemlenmektedir (Patel, 2012). Merkezîyetçi rejimlerde kantin tipi beslenme, standardizasyonu artırmakta; lezzet homojenleşmesi eşitlik söylemiyle gerekçelendirilmektedir. Çağdaş çatışma bölgelerinde insani yardım paketleri, "ready-to-use therapeutic food" ürünleriyle yetersiz beslenme krizlerini hafifletmektedir; fıstık bazlı yüksek kalorili mamalar, özellikle çocuk ölümcüllüğünü düşürmede önemli bir araç olarak öne çıkmaktadır (UNICEF, 2021). Uzun süreli kamp yaşamı ise kültürel açıdan uygun pişirme pratiklerine erişimi sınırlamakta; kimlik ve aidiyet kanallarında zayıflama riski doğurmaktadır.

Güncel iklim krizi, kıtlık riskini gündemde tutmakta; su kıtlığı, verim düşüşü ve tedarik kesintileri nedeniyle gıda egemenliği tartışmaları yoğunlaşmaktadır (FAO, 2023). Bu bağlamda sentetik proteinler, hidroponik sistemler ve böcek unları gibi yenilikçi çözümler, kriz senaryolarına karşı seçenek havuzunu genişletmektedir. Salgınlar gibi küresel sağlık şokları da tedarik zincirlerini aksatmakta; ev içi üretim ve fermente-koruyucu tekniklere dönüş eğilimleri yaygınlaşmaktadır. Bu

tür kırılmaların ardından bazı “acil durum” tarifleri, ulusal mutfak kimliğine yerleşmekte; gastronomik miras, dayanıklılık anlatılarıyla birlikte yeniden yazılmaktadır. Barış odaklı gıda politikaları ve iklim uyum stratejilerinin, önümüzdeki dönemde bu evrimi yönlendirmeye devam ettiği görülmektedir.

Küreselleşme ve Hızlı Tüketime Etkileri

Küreselleşme, siyasal-ekonomik ağların ve kültürel dolaşımın yoğunlaştığı bir etkileşim süreci olarak toplumsal beslenme pratiklerini yeniden ölçeklendirmektedir (Mak, Lumbers & Eves, 2012). Ulusötesi zincirler ve hazır gıda teknolojileri, zaman ve mekan kısıtlarını gevşetmekte; benzeşen tüketim örüntüleri farklı şehirlerde eşzamanlı ortaya çıkmaktadır (Cohen & Avieli, 2004). Bu hareketlilik, yerel mutfakların bileşimini dönüştürmekte ve damak tercihlerini yeni normlara doğru çekmektedir.

Hızlı tüketim, yalnızca pratiklik arayışına yanıt veren bir form olarak kalmamakta; yaşam ritmiyle uyumlu bir kültürel çerçeve oluşturmaktadır. Genç kuşakların bu ürünlere yönelimi, küresel tüketim kültürünün hız, erişim ve fiyat eksenlerinde güçlendiğini göstermektedir (Mak vd., 2012). Ancak standardizasyon eğilimi, coğrafi işaretli ürünlerin dolaşımındaki kırılmalıkları artırmakta; özgün malzeme ve tekniklerin görünürlüğü azalabilmektedir (Cohen & Avieli, 2004). Kentsel yoğunlaşma ve uzun çalışma saatleri, pişirme bilgisinin kuşaklar arası aktarımını zayıflatmakta; ev içi mutfak becerileri kamusal tedarike bağımlı hale gelebilmektedir.

Psikolojik düzlemde hızlı tüketim kültürü, anlık haz ve kısa vadeli doyum arayışlarını teşvik eden bir algı çerçevesi üretmektedir. Zaman tasarrufu arzusu ile anlık doyumun birleşmesi, planlama içermeyen yeme davranışlarını yaygınlaştırmakta; benlik algısı ve beden memnuniyeti üzerinde dalgalı etkiler doğurmaktadır (Kivela & Crotts, 2006). Görsel-işitsel medya ve sosyal platformlar, algoritmik sıralamalarla damak tercihlerini yönlendirmekte; “trend” etiketli lezzetler hızla dolaşıma girmektedir (Mak vd., 2012). Merak ekonomisi içinde egzotik tatlara yönelik ilgi artarken, deneyimler yüzeysel bir örneklemeyle sınırlı kalabilmekte ve markalı anlatılar tarafından çerçevelenebilmektedir.

Yerel mutfakların sürdürülebilirliği açısından iki yönlü bir tablo oluşmaktadır. Bir yanda küresel markalar, bütçe ve zaman kısıtlarına uyumlu çözümler sunarak tercih edilir hale gelmekte; diğer yanda gastronomik çeşitliliği korumaya dönük girişimler, coğrafi işaretler ve kısa tedarik ağları üzerinden güçlenebilmektedir (Cohen & Avieli, 2004). Sosyal medya ve uluslararası fuarlar, karşılıklı tanımayı hızlandırmakta; ancak derinleşen öğrenme çoğu kez yerel üreticiyle doğrudan temas ve yerinde deneyim programları gerektirmektedir (Mak vd., 2012).

Bu çerçevede dengeleyici bir yönetim yaklaşımı önem kazanmaktadır. Eğitim ve farkındalık programlarının, okul kantinlerinden kentsel pazar yerlerine kadar genişleyen bir ölçekle tasarlanması gerekmektedir. Menü mühendisliği ile erişilebilir fiyatlandırma politikalarının, yerel malzeme ve mevsimsellik ilkesini öne çıkaracak biçimde düzenlenmesi, kimlik temelli gastronomi anlatılarını canlı tutmaktadır. Böyle bir bileşim, küreselleşmenin sunduğu çeşitlilik ile hızlı tüketimin pratikliğini yönetilebilir bir sınırdan buluşturmaktadır; yerel mutfakların sürekliliği desteklenmekte ve ziyaretçi/tüketici deneyimi daha bilinçli bir zeminde ilerlemektedir (Cohen & Avieli, 2004; Mak vd., 2012).

Yabancı Mutfak Deneyimleri ve Gastronomi Turizmi

Yabancı mutfak deneyimleri, destinasyonla kurulan etkileşimin duyuşsal, bilişsel ve duyuşsal katmanlarını eşzamanlı harekete geçirmekte; gastronomi turizmi bu çok katmanlı deneyimi yöneten bir çerçeve sunmaktadır (Kivela & Crofts, 2006). Seyahat eden birey, yerel malzeme, hazırlama tekniğı ve servis ritüeli üzerinden kültürel kodlarla temas kurmakta; bu temas destinasyon imajının oluşumuna doğrudan yansımaktadır (Cohen & Avieli, 2004). Ziyaretçinin menüyle karşılaşması, yalnızca tat arayışını karşılamakla sınırlı kalmamakta; tarihsel arka plan, gündelik pratik ve toplumsal değerler hakkında örtük bir öğrenme süreci başlatmaktadır (Mak, Lumbers & Eves, 2012).

Deneyimin anlamlı hale gelmesi, otantiklik vurgusunun inandırıcı biçimde sahnelenmesine bağılı görünmektedir. Coğrafi işaretli ürünlerin görünür kılınması, hazırlama tekniklerinin şeffaf biçimde aktarılması ve üreticiyle temas kuran modüllerin (pazar gezisi, atölye, çiftlik ziyareti) programa dahil edilmesi, algılanan özgünlüğü artırmaktadır (Mak vd., 2012). Böyle bir kurguda, ziyaretçi yerel içeriklerle etkileşime girmekte; damak hafızasında kalıcı bir iz oluşmaktadır. Bununla birlikte, yoğun turistik bölgelerde tariflerin ve tat profillerinin ziyaretçi alışkanlıklarına uyarlanması sık rastlanan bir uygulama olarak öne çıkmakta; bu tür “uyarlama” pratikleri deneyimi erişilebilir kılarken, özgünlük algısını kısmen zayıflatabilmektedir (Cohen & Avieli, 2004). Dengenin kurulması, tecrübenin hem memnuniyet hem de kültürel öğrenme boyutlarını gözetten bir tasarımla mümkündür.

Psikolojik boyut, merak ve tedirginlik arasında salınan bir duyuş seti üretmektedir. Yeni bir doku, koku ya da hazırlama tekniğı, keşif motivasyonunu beslemekte; hijyen, alerjenler ve alışılmadık bileşenler ise ihtiyatı artırmaktadır (Chang, Kivela & Mak, 2010). Bu gerilim doğru yönetildiğinde, ziyaretçi bilişsel esneklik geliştirmekte; kültürlerarası empati güçlenmektedir (Kivela & Crofts, 2006). Restoran atmosferi, anlatı dili ve servis ritüelleri bu yönetimi kolaylaştıran arayüzler olarak işlev görmektedir.

Gastronomi turizmi, destinasyonun uzun vadeli markalaşma stratejileri açısından da belirleyici bir alan haline gelmektedir. Festivaller, şef konuklukları ve tematik rotalar, küresel görünürlüğü artırmakta; sosyal medya aracılığıyla üretilen kullanıcı içerikleri deneyimi çoğaltarak yeni talep dalgaları oluşturmaktadır (Mak vd., 2012). Yerel üreticinin eklemlendiğı kısa tedarik ağları ve eğitim odaklı etkinlikler, ekonomik faydayı yerelde tutmakta ve kültürel aktarımı hızlandırmaktadır. Böylece gastronomi, ziyaretçinin duyuşsal tatmini ile destinasyonun kültürel sürdürülebilirlik hedeflerini aynı düzlemde buluşturmaktadır.

Yabancı mutfak deneyimleri destinasyon algısını dönüştürmekte; gastronomi turizmi bu dönüşümü ölçülebilir bir rekabet üstünlüğüne taşımaktadır. Otantiklik–uyarlama dengesini gözetten tasarımlar, hem memnuniyet göstergelerinde iyileşme üretmekte hem de kültürel öğrenmeyi derinleştirmektedir (Cohen & Avieli, 2004; Kivela & Crofts, 2006; Mak vd., 2012; Chang vd., 2010).

Gastronomi Kültürünün Etkileri

Yemek etrafında kurulan paylaşım pratikleri, toplumsal bağların tesisi ve sürdürülmesi bakımından temel bir rol üstlenmektedir. Sofranın etrafında bir araya gelme, ortak bir deneyimi eşzamanlı yaşama ve bu deneyim üzerinden iletişimi derinleştirme süreçleri, kolektif dayanışmayı güçlendirmektedir (Cohen & Avieli, 2004). Geleneksel bağlamlarda aile, akrabalık ve komşuluk ilişkileri içinde örgütlenen ortak sofralar, kuşaklar arası bilgi aktarımını ve kültürel değerlerin sürekliliğini canlı tutmaktadır. Bu paylaşım, yalnızca besin alımını düzenlemekle sınırlı kalmamakta; duygusal doyumu ve aidiyet hissini besleyen bir ritüel alanı üretmektedir (Batu, 2024). Modern kent yaşamında ortaya çıkan zaman baskısı ve mekansal hareketlilik, paylaşımın biçimini dönüştürmektedir. Kafe ve restoranların gündelik sosyalliğin çekirdeğine yerleşmesiyle birlikte, “birlikte yeme” pratiği ev dışı mekanlara taşınmakta ve yeni etkileşim biçimleri gelişmektedir. Böylelikle yemek, toplumsal bağların hem kurulmasına hem de güncellenmesine yönelik bir ara yüz işlevi görmektedir.

Ortak sofraların gücü

Ortak sofralar, yeme eylemini bireysel doyumdan çıkarıp kolektif bir tecrübeye dönüştüren düzenekler üretmektedir. Aile sofraları, kutlamalar ve geçiş ritüelleri boyunca sürdürülen yemek hazırlama ve sunma süreçleri, sözlü tariflerin, becerilerin ve görgü kurallarının genç kuşaklara aktarılmasını sağlamaktadır (Kivela & Crotts, 2006). Bu aktarım sırasında kültürel kimliğin dil, temsil ve simge repertuarı canlı kalmakta; özel günlerde kurulan sofralar, birliktelik hissini pekiştiren güçlü sembolik çevreler oluşturmaktadır (Demirkol, 2013). Ortamın rahatlığı ve ritüelin öngörülebilir akışı, iletişimi kolaylaştıran bir psikososyal iklim üretmektedir. Ebeveyn- ocuk etkileşiminin sofrada düzenli biçimde sürmesi, benlik gelişimi ve duygusal güven duygusunun yerleşmesi açısından önemli bir işlev görmektedir. Bu nedenle düzenli ortak yemekler, aile bağlarını sağlamlaştıran ve psikolojik iyi oluşu destekleyen gündelik bir altyapı sunmaktadır (Chang, Kivela & Mak, 2010).

Küreselleşme ve kentleşme dinamikleri, bu düzeni yeni mekansal örgütlenmelerle yeniden kurmaktadır. Yoğun  alışma saatleri ve farklı yaş gruplarını içeren esnek takvimler nedeniyle kalabalık aile sofralarında buluşmak güçleşmektedir. Bunun yerine kısa süreli, daha küçük gruplarla gerçekleşen buluşmalar yaygınlaşmakta; restoran ve kafeler, yeni sosyalleşme sahneleri olarak öne çıkmaktadır. Bu sahnelerde kişiler hem yeni tatlarla karşılaşmakta hem de farklı sosyal çevrelerle temas kurmaktadır (Mak vd., 2012). Dijital platformlar da ortak sofranın hissini dönüştürmektedir. Fotoğraf ve kısa video paylaşımları, eşzamanlı olmasa da “paylaşılan yeme” deneyimini görünür kılmakta; coğrafi mesafelere rağmen sembolik bir birliktelik hissi üretmektedir. Her ne kadar sunum kaygısı ve beğeni ekonomisi kimi zaman rekabetçi bir estetik  retsin, bu dolaşım yine de ortak kültürel repertuarın genişlemesine katkı vermektedir. Böylece ortak sofralar, farklı mekan ve medya rejimleri içinde esneyerek varlığını sürdürmekte ve toplumsal dayanışmanın hem duygusal hem bilişsel katmanlarını beslemektedir.

Toplumsal etkinlikler ve gastronomi

Toplumsal etkinlikler, ortak değerler ve anlamlar etrafında toplanan toplulukların kendilerini ifade ettikleri kamusal sahneler sunmaktadır. Bu sahnelerde yiyecek-içecek düzenlemeleri, etkinliğin

kimliğini belirleyen ana bileşen haline gelmektedir (Cohen & Avieli, 2004). Dini bayramlar, düğünler, festivaller ve panayırılar, özel olarak hazırlanan yemeklerin dolaşıma girdiği ve dayanışma göstergelerinin görünürleştiği pratik bağlamlar üretmektedir. Böyle etkinlikler, yerel tarifleri ve malzemeleri gündeme taşıyarak kültürel mirasın yeniden üretimini hızlandırmakta; gelecek kuşaklara aktarımı için elverişli bir zemin hazırlamaktadır (Kayran & Atçı, 2024). Yemek burada yalnızca enerji sağlayan bir öge olmamakta; simgesel çağrışımlar ve duygusal anlamlarla örülü bir sosyalleşme aracına dönüşmektedir (Mak vd., 2012).

Bu etkinliklerin ekonomik yüzeyi de dikkate değer etkiler üretmektedir. Yerel üreticilerin ve işletmelerin sürece eklemlenmesi, gelir akışının yerelde kalmasına imkan vermekte; destinasyonun turistik çekiciliğini artıran bir görünürlük sağlamaktadır. Katılımcıların bir araya gelmesi, sosyal destek ağlarının genişlemesine ve yeni temasların kurulmasına olanak tanımaktadır. Ortak sofranın düzeni, statü farklarını geçici olarak geri plana iten kapsayıcı bir yakınlık iklimi yaratmakta; bireylerin güven ve aidiyet hissini güçlendirmektedir (Chang vd., 2010). Neşeli atmosferin yarattığı duygusal rahatlama, günlük stres ve kaygı düzeylerini aşağı çekebilmekte; toplumsal iyi oluş göstergelerine olumlu yansımalar üretmektedir (Erciyas & Yılmaz, 2021). Kültürel açıdan bakıldığında, belirli bir yemeğin ritüeller eşliğinde sunulması, o yemeğe atfedilen tarihsel ve ahlaki değerlerin pekişmesine hizmet etmektedir. Ziyaretçilerin bu düzenekler üzerinden temas kurması, kültürlerarası öğrenme ve empati kapasitesini artıran somut deneyimler ortaya çıkarmaktadır (Kivela & Crofts, 2006).

Bununla birlikte kitlesel turizm ve ticarileşme, otantiklik tartışmalarını tetikleyebilmektedir. Tariflerin turiste uyarlanması ya da sahneleme odaklı sunumlar, yerel deneyimin algılanışını değiştirebilmektedir. Memnuniyet düzeyinde artışlar üretilse de kültürel değerlerin korunmasına dönük kaygılar belirginleşmektedir. Bu nedenle etkinlik tasarımlarında ekonomik fayda ile kültürel bütünlük arasında dengeli bir çerçeve kurulması gerekmektedir (Cohen & Avieli, 2004). Literatür, coğrafi işaretler, kısa tedarik ağları ve yerinde öğrenme modülleriyle desteklenen etkinliklerin hem yerel kalkınmaya hem de kültürel mirasın korunmasına eşzamanlı katkı verebildiğini göstermektedir (Küçükkömürler vd., 2018).

Kültürel kimlik ve yeme davranışları

Kültürel kimlik, ortak değerler, inançlar, dil ve ritüeller üzerinden örülen bir sosyal yapı olarak bireyin kendilik algısını yönlendirmektedir. Yeme pratikleri, bu yapının en görünür dışavurum alanlarından birini oluşturmaktadır (Cohen & Avieli, 2004). Malzeme seçimi, pişirme tekniği, sunum dili ve sofranın görgüsü, bir topluluğun tarihsel deneyimi ve coğrafi koşullarıyla örülmüş bir kimlik anlatısı üretmektedir. Örneğin Akdeniz mutfağındaki zeytinyağı ve taze sebze-meyve ağırlıklı düzen, bölgenin tarımsal-ekolojik profilini ve tarihsel temaslarını yansıtan bir örüntü sunmaktadır (Çaycı & Aktaş, 2018). Birey, geleneksel yemekleri tüketerek geçmişle temas kurmakta; kendisini belirli bir kültürel bütün içinde konumlandırmaktadır (Mak vd., 2012).

Göç süreçleri, bu bağın yönetilmesi bakımından özel bir dikkat alanı açmaktadır. Yeni bir coğrafyaya taşınan birey, kendi mutfağını koruma ve yeniden kurma çabası içinde kimliğini teyit etmektedir. Bu çaba, azınlık-topluluk ilişkilerinde beslenme tercihleri üzerinden görünürleşebilmekte; kimi durumlarda kültürel gerilimlerin semptomuna dönüşebilmektedir (Chang vd., 2010). Bu tür gerilimler, psikolojik iyi oluş üzerinde baskı oluşturmakta; dışlanma

algısının yükseldiği bağlamlarda yeme pratikleri, direniş ya da uyum stratejilerine zemin sağlamaktadır (Ürkün & Özgürel, 2025). Küreselleşmeyle birlikte bireyler, yerel repertuarlarını korurken uluslararası mutfaklardan da beslenmekte; melez beslenme desenleri ortaya çıkmaktadır. Böyle bir desen, kimliğin tekil bir çizgiden çok katmanlı bir yapıya evrildiğini düşündürmektedir (Kivela & Crotts, 2006). Aile sofrasında geleneksel tariflerin sürmesi ve kamusal alanda dünya mutfaklarının denenmesi, bireysel damak hafızasını genişletmekte; kültürel özdeşimi çoğul bir zeminde güncellemektedir. Ritüeller, bu ilişkinin normatif çerçevesini çizmektedir. Helal ve koşer gibi kurallar ya da belirli dönemlerde uygulanan oruç pratikleri, topluluğun manevi dünyasıyla beslenme düzeni arasında kalıcı köprüler kurmaktadır. Bu köprüler, üyelerin ortak değerler etrafında buluşmasına ve sosyal bağların sağlamlaşmasına hizmet etmektedir (Mak vd., 2012). Yeme davranışlarının bu çok katmanlı yapısı, gastronomi kültürünün sosyolojik ve psikolojik boyutlarının çözülmesi için verimli bir analitik zemin sunmaktadır. Küreselleşme, göç ve modern yaşam dinamikleri, söz konusu ilişkinin parametrelerini sürekli dönüştürmekte; yemek, kültürel etkileşim ve kimlik müzakerelerinin odak noktalarından biri haline gelmektedir. Bu nedenle gastronomi alanındaki politika ve uygulamaların, kimlik ve aidiyet boyutlarını dikkate alan, kapsayıcı ve sürdürülebilir bir çerçeveye tasarlanması önem taşımaktadır.

Sonuç

Bu çalışma, gastronomi kültürünü, yabancı mutfak deneyimlerini ve gastronomi turizmini aynı optikte buluşturarak, yemeğin toplumsal, ekonomik ve estetik boyutlarının nasıl birbirini koşulladığını ortaya koymuştur. Gastronomi, yalnızca tat tercihleri ve alışkanlıklar üzerinden değil üretici ağlarından mekansal tasarıma, ritüellerden anlatıya uzanan geniş bir bileşim üzerinden anlam kazanır. Yabancı mutfakla kurulan temas ise, merakın ve ihtiyatın aynı anda işlediği çok-duyulu bir müzakere alanıdır. Bu müzakerenin iyi tasarlanması, destinasyon imajını güçlendirir, hatırlanabilir deneyimleri çoğaltır ve tekrar ziyaret davranışını destekler.

Elde edilen kavramsal çerçeve üç stratejik sonuca işaret eder. Birincisi, miras ve piyasa dengesinin kurumsal araçlarla yönetilmesi gerekir. Coğrafi işaretler, izlenebilirlik sistemleri ve kısa tedarik zincirleri; hem yerel üreticinin gelirini güvence altına alır hem de konuklara özgünlüğü kanıtlanabilir bir deneyim sunar. İkincisi, tasarım ve deneyim bileşenleri, otantiklik ile erişilebilirliği birlikte gözetmelidir. Menü mühendisliği, servis ritüelleri ve mekan anlatısı, yabancı tatlarla karşılaşmayı kolaylaştıran “açıklayıcı ara yüzler” üretmelidir. Atölyeler, üretici ziyaretleri ve topluluk sofraları gibi katılımcı modüller, öğrenmeyi ve aidiyeti güçlendirir. Üçüncüsü, yönetim ve ölçüm mekanizmaları şeffaf ve paydaş katılımcı olmalıdır. Ziyaretçi memnuniyeti, yerel gelir etkisi ve çevresel göstergeler, düzenli raporlanan bir pano üzerinden izlenerek karar döngülerine dahil edilmelidir.

Uygulayıcılar için öneriler nettir: Destinasyon yönetimi, gastronomiyi bir vitrin unsuru olmasının yanında üretim ve eğitimle bağlanan bir ekosistem olarak görmelidir. Küçük üreticiye kapasite geliştirme, genç şeflere yerel malzeme odaklı yaratıcı mutfak kuluçkaları, mevsimselliği görünür kılan etkinlik takvimleri ve erişilebilir fiyatlandırma politikaları bu ekosistemi güçlendirir. Mekansal tasarım, kokudan sese, ışıktan dokunsal öğelere kadar bütüncül bir duysal kurgu sunmalıdır. Dijital anlatı ve görsel dil ise, abartılı vaatlerden kaçınarak etik ve şeffaf bir iletişim benimsemelidir. Araştırmacılar için iki yönlü bir gündem önerilmektedir. İlki, farklı kültür ve destinasyonlarda karşılaştırmalı saha çalışmalarıyla kavramsal çerçevenin sınanmasıdır. İkincisi,

deneyim tasarımı ve davranış göstergeleri arasında nedensel ilişki kurmaya dönük yöntemsel ilerlemelerdir. Deneyin, gözlemin ve nitel anlatıların akıllı bir bileşimi, karmaşık etkileşimleri daha görünür kılacaktır. Sınırlılık olarak, bu çalışmanın ikincil veriye dayalı bir sentez olması, bağlama özgü mikro dinamikleri yalnızca örnekleyerek tartışmasına yol açmıştır. Bu nedenle gelecekte, yerel üretici ağları ve ziyaretçi profillerini eşleştiren uzunlamasına tasarımlar değerli olacaktır.

Gastronomi, ekonomik katma değer, kültürel sürdürülebilirlik ve toplumsal esenliği bir arada düşünebileceğimiz kapsayıcı bir alan açar. Yabancı mutfak deneyimleri, bu alanı zenginleştirirken kimlik müzakerelerini, öğrenmeyi ve dayanışmayı teşvik eder. Başarı, dengeli bir kurguya bağlıdır: otantik ama kapsayıcı, yenilikçi ama köklerine sadık, görkemli ama ölçülü. Böyle kurgulandığında gastronomi turizmi, destinasyonların rekabet gücünü artırırken ortak sofraların kurduğu bağlar üzerinden toplumsal dayanıklılığa da katkıda bulunur.

Kaynakça

Albala, K. (Ed.). (2011). *Food Cultures of the World Encyclopedia*: [4 Volumes]. Bloomsbury Publishing USA.

Anderson, E. N. (2014). *Food and environment in early and medieval China*. University of Pennsylvania Press.

Batu, A. (2024). Türk tarihinde gastronomi kültürü. *Gastro-World*, (4), 1–9.

Bonne, K., & Verbeke, W. (2008). Muslim consumer trust in halal meat status and control in Belgium. *Meat Science*, 79(1), 113–123.

Bourdieu, P. (2018). *Distinction a social critique of the judgement of taste*. In *Inequality* (pp. 287–318). Routledge.

Braudel, F. (1992). *Civilization and capitalism, 15th–18th Century*, Vol. I: The structure of everyday life (Vol. 1). Univ of California Press.

Bynum, C. W. (1987). *Holy feast and holy fast: The religious significance of food to medieval women* (Vol. 1). Univ of California Press.

Chang, R. C., Kivela, J., & Mak, A. H. (2010). Food preferences of Chinese tourists. *Annals of Tourism Research*, 37(4), 989–1011.

Cohen, E., & Avieli, N. (2004). Food in tourism: Attraction and impediment. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 755–778.

Counihan, C., & Van Esterik, P. (2013). *Food and culture: A reader*. Routledge.

Cwiartka, K. J. (2006). *Modern Japanese cuisine: Food, power and national identity*. Reaktion Books.

Çaycı, A. E., & Aktaş, C. (2018). Dijitalden tatmak: Yemeğin “yeni” gastro mekanlardaki seyirlik gösterisinin kültürel yansımaları. *TRT Akademi*, 3(6), 710–727.

Demirkol, N. (2013). Bir masa etrafında toplanmak: Kùltürler arasılığın hayata geçirilme alanı olarak sofra ve mutfak. In Aynı tadı paylaşmak: Türkiye–Romanya geleneksel ortak mutfağı çalıştay bildirileri (pp. 23–30).

Erciyas, N., & Yılmaz, İ. (2021). Gastronomi turizminin gelişiminde gastronomi festivalleri ve Türkiye’deki mevcut durum. *ART/icle: Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1(1), 91–108.

FAO. (2023). The state of food security and nutrition in the world. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü.

Fernández-Armesto, F. (2002). Near a thousand tables: A history of food. Simon and Schuster.

Freedman, P. (Ed.). (2007). Food: The history of taste (Vol. 21). Univ of California Press.

Goody, J. (1982). Cooking, cuisine and class: A study in comparative sociology. Cambridge University Press.

Hattox, R. S. (2014). Coffee and coffeehouses: The origins of a social beverage in the medieval Near East. University of Washington Press.

Henderson, J. C. (2016). Halal food, certification and halal tourism: Insights from Malaysia and Singapore. *Tourism Management Perspectives*, 19, 160–164.

Hjalager, A. M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, 31(1), 1–12.

Kayran, M. F., & Atçı, D. (2024). Geçmişten günümüze gastronomi akımlarının toplumsal değişimler açısından değerlendirilmesi. *Toros University Journal of Food Nutrition and Gastronomy*, 3(1), 69–81.

Kivela, J., & Crotts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354–377.

Küçükkömürler, S., Şırvan, N. B., & Sezgin, A. C. (2018). Dünyada ve Türkiye’de gastronomi turizmi. *Uluslararası Turizm Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(2), 78–85.

Leong-Salobir, C. (2011). Food culture in colonial Asia: A taste of empire. Routledge.

Mak, A. H., Lumbers, M., & Eves, A. (2012). Globalisation and food consumption in tourism. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 171–196.

Mintz, S. W. (1986). Sweetness and power: The place of sugar in modern history. Penguin.

Montanari, M. (2006). *Food is culture*. Columbia University Press.

Parasecoli, F. (2025). *Al dente: A history of food in Italy*. Reaktion Books.

Patel, R. (2012). *Stuffed and starved: The hidden battle for the world food system—Revised and updated*. Melville House.

Pilcher, J. M. (2017). *Planet taco: A global history of Mexican food*. Oxford University Press.

Rooda, C. (2013). *Eco-kashrut and Jewish Tradition*. Levisson Institute. October.

Sarah, H. C. (2021). Fulfilling the potential of all plants: “Jiuhuang Bencao” and the discourses on famine foods in the Ming dynasty. *Ming Qing Studies* 2021, 87.

Scholliers, P. (2001). Food, drink and identity: Cooking, eating and drinking in Europe since the Middle Ages. *Order*, 11, 223.

Sen, A. (1982). *Poverty and famines: An essay on entitlement and deprivation*. Oxford University Press. Spence, C. (2015). Multisensory flavor perception. *Cell*, 161(1), 24–35.

UNICEF. (2021). RUTF supply and demand update. Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu.

Ürkün, K., & Özgürel, G. (2025). Gastronomi perspektifinden kültürel kimlik üzerine nitel bir araştırma: Edremit Körfezi Balıkesir örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 55–79.

Teşekkür

Bu çalışmanın hazırlanmasında yönlendirmeleri için Prof. Dr. Bahar Burtan Doğan’a teşekkür ederim.

Toplu Hayır Yemeklerinin Sosyal ve Kültürel Boyutları: Dijital Çağdaki Yaklaşımlar

*Burak ALTIN¹**

¹Sosyal Bilimler Enstitüsü/Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Türkiye
2510217005@ogr.mehmetakif.edu.tr

ORCID: 0009-0006-9832-7125

Özet

Toplamları oluşturan bireylerin ibadet şekilleri yalnızca bireysel yapılan ibadetlerden ibaret değildir. Toplu yapılan ibadetlerin toplumsal paylaşım, dayanışma, birlik ve beraberlik gibi sosyal faydaları kültürel anlamda oldukça yüksektir. Türk toplumunda genel olarak ölüm sonrası belirli aralıklarla ve düzenli şekilde ölen kişi hayrına toplu yemek etkinlikleri düzenlenmektedir. Diğer yandan adak haricinde yine aynı amaçla genellikle lokma ya da farklı şerbetli tatlılar da yapıp hayır amaçlı dağıtılabilmektedir. Lokmada amaç kimin ne getirdiğine bakılmaksızın, her canın getirdiğinin ortaklaşa yenilmesidir. Burada rızalık esastır. Çünkü Alevi toplumu bir rızalık toplumdur. (Dayıoğlu, 2016). Türkiye’de yaygın olarak görülen ve özellikle ölümlerin ardından ya da adak ibadeti kapsamında gerçekleştirilen hayır yemekleri, bu bağlamda hem dini devamlılık hem de toplumsal dayanışma ve birleşmenin güçlü bir örneği olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu yemekler, sadece dini gerekliliklerin yerine getirilmesiyle sınırlı kalmayıp, toplumsal bağları kuvvetlendiren, kültürel hafızayı canlı tutan ve dayanışma kültürünü pekiştiren önemli etkinliklerdir. Günümüzde dijitalleşme süreci son derece yaygınlaşmıştır. Duyuru, reklam, tanıtım ve haberleşmede toplum ve yerel idareler tarafından sıklıkla kullanılmaktadır. Özellikle yerel yönetimlerin bu sürece aktif biçimde dâhil olmasıyla birlikte hayır yemekleri daha organize, daha görünür ve daha geniş katılımlı kamusal etkinlikler haline gelebilmektedir. Geleneksel olarak bireylerin ekonomik durumu, dini inancı ve sosyal çevresi doğrultusunda çeşitlenen bu yemekler, günümüzde belediyeler, sivil toplum kuruluşları ve çeşitli yerel aktörlerin desteğiyle daha kapsamlı biçimde yürütülmektedir. Bu hayır yemek etkinlikleri yalnızca organizasyonun gıda ulaşılabilirliği ve hazırlanıp servis edilmesi boyutunu geliştirmekle kalmayıp aynı zamanda gıda güvenliği, hijyen ve sanitasyon standartları ve etkinliğin devamlılığıyla beraber geniş kitlelere ve ihtiyaç sahiplerine de ulaşabilmesi açısından da önem teşkil etmektedir. Bu sayede hayır yemekleri sadece bir ibadet eylemi değil, aynı zamanda kültürel kimliğin korunması ve toplumsal dayanışmanın güçlenmesi yönünde çok yönlü bir görev üstlenmektedir. Dijitalleşmenin etkisiyle birlikte bu tür etkinlikler artık sadece fiziksel alanlarda daha küçük kitlelerle sınırlı kalmayıp, çevrimiçi platformlar aracılığıyla da duyurulmakta, kayıt altına alınmakta ve yaygınlaştırılmaktadır. Belediyeler, yerel medya kuruluşları ve sivil toplum örgütleri sosyal medya hesapları, internet siteleri ve dijital afişler aracılığıyla hayır yemeklerini halka duyurarak daha fazla katılım sağlamaktadır. Örneğin Burdur Belediyesi’nin Ramazan ayı boyunca her gün farklı bir mahallede düzenlediği toplu iftar yemekleri, yerel halkın büyük bir kısmı tarafından desteklenmekte ve sosyal medya üzerinden yapılan paylaşımlarla çok daha geniş kitlelere ulaşmaktadır. Bireylerin yapmak istedikleri hayır yemekleri ve yardımlar yerel yönetimlerin

desteğiyle diğer yan masraflar olmadan daha kapsamlı şekilde yapılabilmektedir. Örneğin 50 kişilik planlanan bir hayır yemeğinde alan tesisi masa, sandalye, ve aşçı temini gibi diğer unsurlara ayrılan bütçeler göz ardı edilip hayır yemeği organizasyonundan daha çok insan yararlanabilir. Günümüzde dijital mecralar, hem geleneksel inanç temelli uygulamaların çağın gereklerine uygun biçimde sürdürülebilirliğini sağlamış hem de bu uygulamalara yeni bir boyut kazandırmıştır. Dijital ortamın sunduğu olanaklar, aynı zamanda hayır yemeklerinin manevi boyutunun daha geniş kesimler tarafından anlaşılmasına da olanak sağlamaktadır. Dijital içeriklerin planlı, etik, şeffaf ve duyarlı bir şekilde paylaşılması büyük önem taşımaktadır. Çalışmada nitel verilerle sürecin analizi yapılmıştır. Veriler iki aşamada toplanmıştır: Yerel basın haberleri, belediye sosyal medya paylaşımları ve gözlemler üzerinden içerik analizi uygulanmış, hayır yemeklerine katılan bireylerle ve hayırseverlerle yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Toplanan verilerle katılımcıların hayır yemeklerine dair algıları incelenmiştir. Görüşmelerden elde edilen demografik bileşenler sayesinde katılımcıların yaş, cinsiyet, dini eğilim ve hayır yemeklerine dair algılarıyla ilgili veriler toplanmıştır. “Toplu şekilde düzenlenen hayır etkinliklerine bakış açınız nedir?” sorusu çerçevesinde görüşmeler derinleştirilmiş ve dijitalleşmenin bu algılar üzerindeki etkisi ortaya konulmaya çalışılmıştır. Yerel basın haberleri ve yerel idarelerin sosyal medya paylaşımları incelendiğinde benzer çalışmaların katılım oranlarının yoğun olduğu ve daha fazla kişiye ulaşılabildiği görülmektedir. Burdur Belediyesinin Ramazan aylarında geleneksel olarak düzenlediği toplu iftar yemeklerine ait veriler tablo-1’de, yerel yönetimler tarafından düzenlenen örnek etkinlikler görsel-1 ve görsel-2’de verilmiştir.

Yıl	Etkinlik Adı / Türü	Yer	Tahmini Katılım
2025	Gönül Sofrası İftar Programı	Cumhuriyet Meydanı ve Mahalleler	3.000–5.000 kişi (tahmini)
2024	Gönül Sofrası Mahalle İftarları	Bağlar, Hızırilyas Mahallesi vb.	Belirtilmemiş (yoğun katılım)
2023	Kadir Gecesi Toplu İftar	Cumhuriyet Meydanı	6.500 kişi
2022	Gönül Sofrası Etkinlikleri	Cumhuriyet Meydanı ve Mahalle Alanları	2.000-3000 kişi(tahmini)
2021	Gönül Sofrası Ramazan Etkinliği	Açık alanlar (COVID önlemleri kapsamında kısıtlı)	Belirtilmemiş (~500–1000 kişi tahmini)

Görsel-1 Burdur Belediyesi’nin düzenlediği yemek



Görsel-2 Burdur Valiliği’nin düzenlediği



Araştırmada daha önce hayır yemeği veren ya da katılmış olan farklı meslek grupları, yaşlar ve farklı bölgelerde yaşayan toplam 21 kişi ile yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Katılımcılara ait demografik değişkenler grafik-1, grafik-2 ve grafik-3'te verilmiştir.



Katılımcılardan elde edilen veriler incelendiğinde, tüm katılımcılar hayır yemeklerinin toplum için önemli olduğu konusunda hemfikirdir. Bu durum, hayır yemeklerinin toplumsal kabulünün ve öneminin oldukça yüksek olduğunu göstermektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğu yerel yönetimlerin hayır yemeklerini desteklemesine olumlu bakmaktadır. 30-39 yaş grubunda sadece olumlu görüşler varken, 50+ yaş grubunda olumsuz görüşlerin oranı daha yüksektir. Yöntem olarak ise geleneksel yöntem hafif bir farkla en çok tercih edilen yöntemdir, ardından “Dijital yöntem” ve “İkisi de” cevapları gelmektedir. Yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen veriler doğrultusunda katılımcıların toplu hayır yemeklerine ilişkin görüşleri tablo-2’de verilen dört ana tema altında, bu temaların öncülleri ve engelleri ise tablo-3’te toplanmıştır.

Tablo-2 Ana Temalar

Tema	Özet Görüş	Temsili Katılımcı İfadesi
Toplumsal Fayda ve Birliklilik	Katılımcıların tamamı toplu hayır yemeklerine olumlu yaklaşmaktadır. Bu etkinliklerin yardımlaşma, paylaşma ve dayanışma duygusunu güçlendirdiği vurgulanmıştır.	“İnsanlar bir araya geliyor, birlik duygusu artıyor. Hem ihtiyaç sahipleri faydalaniyor hem de toplumsal kaynaşma oluyor.”
Dini ve Kültürel Bağlam	Katılımcılar, hayır yemeklerinin dini gün ve gecelerde düzenlenmesinin anlamını artırdığını ve kültürel bir değer taşıdığını belirtmiştir.	“Ramazan veya kandil gibi zamanlarda yapılması daha anlamlı, hem dini hem kültürel yönü var.”
Geleneksellik ve Dijitalleşmeye Yaklaşım	Çoğunluk geleneksel yöntemi tercih etmiştir. Ancak süreç şeffaf olduğu takdirde dijital yöntemlere de yönelim olabileceği belirtilmiştir.	“Geleneksel yöntem daha güvenilir ama şeffaf olursa dijitalde de karşı değilim.”
Yerel Yönetimlerin Rolü ve Destek Gerekliliği	Katılımcılar, yerel yönetimlerin bu tür etkinlikleri desteklemesi gerektiğini; yer, ürün temini ve lojistik anlamda kolaylık sağlayacağını vurgulamıştır.	“Belediye destek verirse organizasyon daha düzenli olur, daha fazla kişiye ulaşılır.”

Tablo-3 Temaların öncülleri ve engelleri

Tema	Öncüller (Neden ortaya çıkıyor)	Engeller (Neden sınırlı kalıyor)
Toplumsal Fayda ve Birliktelik	Dini inançlar, geleneksel değerler, yardımlaşma kültürü	Katılımın azalması, ekonomik zorluklar
Dini ve Kültürel Bağlam	Dini günlerin manevi anlamı, geçmişten gelen alışkanlıklar	Dini bilincin zayıflaması, modern yaşamın etkisi
Geleneksellik ve Dijitalleşmeye Yaklaşım	Güven, alışkanlık, yüz yüze etkileşim ihtiyacı	Dijital sistemlere güvensizlik, teknoloji okuryazarlığı eksikliği
Yerel Yönetimlerin Rolü ve Destek Gerekliliği	Kamu desteği, lojistik kolaylık, toplumsal fayda anlayışı	Bütçe kısıtları, bürokrasi, planlama eksikliği

Sonuç olarak hayır yemeklerinin artık sadece bireysel inanca dayalı uygulamalar değil; aynı zamanda toplumsal bütünleşmeyi sağlayan, kültürel hafızayı canlı tutan ve gastronomik mirası koruyan etkinlikler haline geldiğini göstermiştir. Yerel yönetimlerin bu etkinliklerde aktif rol alması, aynı zamanda yerel mutfak kültürünün tanıtılması, gastronominin desteklenmesi ve yerel kimliğin güçlendirilmesi açısından da önem taşıdığı bilinmektedir. Bu noktada hayır yemekleri, inanç temelli olmalarının ötesinde, kültürel sürdürülebilirlik açısından değerlendirilebilecek önemli sosyal unsurlardandır. Dijital duyurular ve medya desteği, etkinliklerin geniş kitlelere ulaşmasını sağlarken, aynı zamanda genç kuşaklara kültürel değerlerin aktarılmasına da aracılık ettiği düşünülmektedir. Dijital çağda hayır yemekleri sadece dini vecibeleri yerine getirme biçimi olmaktan çıkmış; toplumsal dayanışmayı artıran, kültürel kimliği yaşatan ve yerel mutfak mirasını tanıtan çok katmanlı bir sosyal organizasyona dönüşmüştür. Bu dönüşüm, yerel yönetimlerin, medya kuruluşlarının ve sivil toplumun iş birliğiyle sürdürülebilir hale gelmekte; hem kültürel belleği korumakta hem de geleceğe aktarılmasını mümkün kılmaktadır. Hayır yemeklerinin toplum için önemi konusunda tam bir fikir birliği vardır. Bu, yerel yönetimlerin bu alandaki girişimleri için güçlü bir toplumsal zemin oluşturmaktadır. Hammadde, lojistik, alan ve ekipman tesisi, hijyen kuralları ve daha dijital mecralarda fazla kişiye ulaşma anlamında yerel yönetimlerin önemli desteği olması hayırseverlerin gözünde önemli rol oynadığı düşüncesi hakimdir. Geleneksel yöntemlerin dijital yöntemlerden daha çok tercih edilmesindeki temel sebep dijital yöntemler üzerindeki güvensizlik algısıdır. Katılımcıların çoğu dijital yöntemlerin üzerindeki bu algının belgelendirmeden faaliyete kadar atılan bütün adımlarda şeffaflık olması durumunda değişebileceği ifadesini kullanmıştır. Günümüzde sosyal medya hesapları gibi dijital platformların yerel halk tarafından takibi yoğun bir biçimde yapılmaktadır. Yapılacak toplu hayır etkinliklerinin duyurulmasında yerel yönetimlerin dijital ortamlardaki gücünden de faydalanılmalıdır. Görüşmelerde katılımcıların fikirleri doğrultusunda dinimizce önemli gün, hafta ve gecelerde bu tarz toplu hayır yemeği etkinlikleri düzenlenmesi önerilmektedir. Yerel yönetim desteği ve dijital mecraların gücüyle hayırseverlerin yapmak istedikleri hayırların kitlesi ve yararı daha da büyüyeceği önerilmektedir.

Kaynakça

- Assmann, J. (1995). *Collective memory and cultural identity*. *New German Critique*, 65, 125–133.
- Dayıoğlu, Y. (2016). *Alevi toplumunda lokma geleneği ve paylaşım kültürü üzerine bir değerlendirme*. *Folklor/Edebiyat Dergisi*, 22(85), 45–60.
- Düzgün, E. (2022). *Gastronomi ve dijitalleşme*. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Yayınları.
- Erdemir, N. (2020). *Türk kültüründe tören yemeklerine işlevsel bir yaklaşım*. *Milli Folklor Dergisi (MAHDER)*, 32(127), 92–107.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Kivela, J., & Crotts, J. C. (2006). *Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination*. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354–377. <https://doi.org/10.1177/1096348006286797>

Yahudilikte Beslenme Kuralları: Koşer

Hatice TATAR^{1*}

¹Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı/Dinler Tarihi

Şırnak Üniversitesi, Türkiye

haticetatar199973@gmail.com

ORCID: 0009-0002-6789-5606

Özet

Her din ve her inanç grubu bir takım kural ve kaideler üzerine bina edilmiştir. Din, insanların yaşam biçimini oluşturan etmenlerin tamamıdır. Bu etmenler de belli kriterlerden oluşmaktadır. Dolayısıyla mevcut dinin mensupları bu kriterleri en iyi ve en sağlıklı şekilde gerçekleştirerek mensubu olduğu dinlerin nihai hedefini gerçekleştirmek istemektedir. Kural ve kaideler günlük hayatta nasıl davranılacağından, ne yiyip içileceğine kadar her şeyi kapsamaktadır. Yahudilik bu din gruplarından bir tanesidir. Yahudilik, eski ve köklü geçmişle yaşayan dünya dinlerinin en önemlilerindendir (Gündüz, 2021: 60). Semitik gelenekteki dinlerin en eskisi olarak kabul edilen Yahudilik bir takım kural ve yasaklardan oluşmaktadır. Bu çalışmada ele alacağım konu; Yahudilikte tüketilmesi haram olan başka bir ifadeyle tanrı tarafından yasaklanmış olan yiyecek ve içeceklerdir. Bu besinler inanç sahibi bir Yahudi'nin sınırları minvalindedir. Bildirinin temel amacı koşer kuralların teorik kaynakları ve pratik hayata yansımalarını ele almak olacaktır. İlgili kuralların Yahudi inanç yasasında ne denli merkezde olduğu ve beslenme hususunun insan hayatı için ne kadar önem arz üzerinde durulacaktır. Bir inanç sisteminin insanın hayatına ne derecede sirayet edeceği ve bunun yeme-içme kadar temel ve mutlak bir konuya kadar uzanabileceğini gösterilecektir. Konunun kapsamını genişletip birlikte tüketimi yasak olan gıdalar, bilhassa et ve süt tüketiminin bir arada bulundurulamayacağı hususunu ifade edilecektir. Yahudilikte haram çok geniş bir yer tutmaktadır. Bu durum bilhassa gıda yasalarında kendini göstermiştir. 'Koşer' Yahudi fıkıh literatürüne göre yenilip içilmesi uygun olan anlamında kullanılırken bunun aksi olan 'Trefa' dinen yenilmesi ve tüketilmesi yasak olan besinlere denir. Bununla beraber yenilebilen hayvanların da rastgele bir kesiminin olamayacağı 'Şehita' denilen kesim kuralları doğrultusunda bir yol izlenirse bu besinlerin helal sayılacağı vurgusu yapılacaktır. 'Şehita' adı verilen hayvan kesim işlemi dinsel bir nitelik taşımaktadır. Yahudi hukukunda usulleri kesin olarak belirlenmiştir (Mammadli, 2013). Beslenme pratiğinin insan yaşamında sürekli ve döngüsel bir nitelikte olması sebebiyle tüketilen besin maddeleri de son derece önem taşımaktadır. Nitekim tüketilen gıda bireyin fiziksel, ruhsal ve hatta bilişsel yapısını etkileyebilmektedir. Çoğunlukla kişinin yediği yemek onun kişiliği hakkında da bilgi vermektedir. Yahudi olan ve olmayanı ayırt eden bu kurallar, inanca ve kişiliğe dair izler barındırır. Bütün bu sebeplerden dolayı yiyecek ve içecek eyleminin insan üzerinde bıraktığı tesir ve bilhassa bunun Tanrı'nın kendisi

tarafından emredilecek kadar önemli bir nokta olması üzerinde durulacaktır. Konu ile ilgili literatür taraması yapılacak olup, yazılı gelenek olan Tevrat ve sözlü gelenek olan Talmud metinleri menşeli bir yol izleyerek günümüze kadar süregelen modern koşer yöntemleri ve bunların uygulanışına kadar uzanan bir literatür taraması ve analiz yöntemi izlenecektir. Bununla beraber Türkiye'de buna dair çalışmalar, Yahudilik dininin temel alındığı kitaplar, tezler vb. kaynaklardan istifade edilecektir. Bu çalışma Yahudilerin beslenme kurallarından ne yiyip yiyemeyeceklerinden ve hangi gıdaların birlikte tüketilemeyeceği sorularına cevap arayacaktır.

Anahtar Sözcükler: Dinler tarihi, Koşer, Gıda yasası, Yahudi, Trefa, Şehita.

Giriş

İnsan var olduğundan beri fizyolojik ve manevi varlığını sürdürmek amacıyla bazı temel ihtiyaçlara gereksinim duymuştur. Bununla birlikte belli bir inanca mensup bireyi dahi yalnızca dini pratikleri ve inanışları yönünden ele almak doğru değildir (Tunç, 2021a, s. 243). Zira birey inançsal yönelimlerinin yanı sıra; sosyal, psikolojik, ekonomik ve kültürel boyutlara da sahip çok katmanlı bir yapıya sahiptir. Dönemsel koşullar ve mekânsal gereklilikler doğrultusunda bu ihtiyaçların tezahür biçimi farklılık gösterse de bu güdünün kendisi değişmemiştir. Toplayıcılık kültürüyle başlayan bu süreç zamanla insanları avcılığa yönlendirmiş. Bu şekilde beslenmek te kültürel biyolojik ve sosyal anlamda değişikliğe sebebiyet vermiştir. Beslenme gibi temel fizyolojik ihtiyaçların şekillenmesinde inanç ve inancın beraberinde getirdiği pratikler önemli bir etkiye sahiptir (Güven&Yardı, 2025, s. 21). Bu durumda din koymuş olduğu itikadı ve ameli vazifelerle insanda sorumluluk alabilme yetisini geliştirmiştir. Söz konusu dine mensup olan bireyler de bunun etkisini üzerlerinde taşırlar. Bu durum beslenme kadar mutlak bir duruma da etki etmektedir.

Beslenme ve gıda yasaları daha çok tanrı veya dinin kurucusu tarafından oluşturulmuş ve konulmuş ilkelerden oluşmaktadır. Bu ilkeler günlük beslenme düzeniyle birlikte 'Kefaret-yemin-Kurban' ritüellerinde de kendini göstermiştir (Öztürk, s.167). Yemin, kefarete ve kurbanda sunu olarak kesilecek hayvanın birtakım özelliklere haiz olması gerekmektedir. Yahudi teolojisi bağlamında tanrıya takdim edilen kurban hayvanlar (zebahim) aynı zamanda helal kategorisinde kabul edilmektedir. İsraililer kurban uygulamasında sunu olacak hayvanı seçtiklerinde gıda temini amacıyla da kullanılabilecek olanları seçmiştir. Talmud 'da çiftlik hayvanlarının kurban edilebilir olduğuna yer verilmiştir. Bu bağlamda buzağı, koyun, keçi, kumru gibi hayvanların kurbanlık kategorisinde olduğunu ifade etmek mümkündür (Mammadli, 2013, s.19). Adak olarak yaratıcıya sunulacak olan hayvan veya meyve-sebzenin kötü özellikler taşıması sebebiyle geçersiz oluşunu Habil-Kabil olayından net bir şekilde görmek mümkündür (Maide 27). Nitekim kardeşlerden Kabil' in sunusu kötü olduğu ve gerekli şartları taşınamaması sebebiyle kabul edilmemişti. Habil ise sürüsünün en seçkin hayvanını adak olarak sunmuştu. Böylece Yahudilik tarihinde ilk adağı Habil sistemleştirdi. Dolayısıyla tanrıya sunulacak olan her türlü gıda ve besin maddesinin gerekli şartlara uyması gerekmektedir. Din, kendi hayat modelini özümseyen bireyi her konuda, etkisi altına almaya çalışmaktadır. Bütün hayat düzenine yön vermeye çalışan bu sistem bilhassa dindar kişiler için kaçınılmaz olmuştur. Bu aynı zamanda tanrıya bağlılığın da bir ifadesidir. Bu durumda kendini

tanrının koruması altında olduğunu düşünen birey aynı zamanda beslenme konusundaki kurallara da uymuş olur. Çoğu zaman dinin yasak kıldığı şeyler bir ihtiyaca ve hikmete binaen olmuştur. Bu hikmetler de kurallar uyabilmeyi ve yasaklardan kaçınabilmeyi daha olası kılmaktadır.

Yahudi İnancında Gıda Yasası (Koşer-Trefa)

Din bir yaşam biçimi ve hayat modelidir. Din, bir topluluğun oluşumuna zemin hazırlayan ayin ve inançlardan meydana gelen; dua yakarış ve dini pratikler aracılığıyla beşer hayatı ile doğanın işleyişini etkilediğine inanılan ve metafizik âlemle ilişki kurma arzusuna dayalı bütüncül bir sistemdir (Tunç, 2021a, s. 59). Din, koymuş olduğu itikadı ve ameli vazifelerle insanda sorumluluk alabilme yetisini geliştirmiştir. Söz konusu dine mensup olan bireyler de bunun etkisini üzerlerinde taşırlar. Bu durum beslenme kadar mutad bir duruma da etki etmektedir. Monoteist din ailesinin en eski halkası olan Yahudilik geniş bir inanç boyutuna sahiptir. Yahudi inancının normatif yapısı, yaşamın her alanında, davranışsal ve teolojik referanslarını kutsal metinlere (Tevrat) dayandırır. Dolayısıyla Eski Ahit diye nitelediğimiz Tevrat ve kutsal metinlerin bütünü Yahudilerin gıda yasası ve hangi durumda neyi tüketebilecekleri ile alakalı net bir bilgi vermektedir. Tevrat'ta yeme yasağı ilk insanla başlar. Kutsal kitaba göre Âdem'in yasak meyveden yememesi gerektiği anlatılır. Yaratılış kitabının 2. Babında Yehova'nın Âdem'e verdiği emir şu şekildedir: 'Bahçedeki her ağacın meyvesini serbestçe yiyebilirsin. Ama iyilik ve kötülüğü bilme ağacından yemeyeceksin. Çünkü oradan yediğin gün kesinlikle ölürsün.' Söz konusu emir, insanlık için bir itaatsizlik sınavı olmanın ötesindedir. Bu emir ilahi otorite tarafından konulmuş tarihteki ilk gıda yasası olma özelliğini taşımaktadır. Bu yasa helal ve haram kavramlarının arasına bir çizgi çekip yeme-içmenin salt bir insani eylem olmadığını ahlaki bir bağlılık olduğunu vurgulamaktır. Ancak bununla beraber temiz ve temiz olmayan ayrımı Nuh döneminde ortaya çıkmıştır. Daha detaylı bir şekilde hayvanların temiz ve pis şekilde sınıflandırılıp temiz olanların yenilmesinin emredilmesi ise Musa ile birlikte başlar (Kurt, 2020, s. 106). Bu hükümlerin bütünü İsrailoğulları ile alakalıdır. Tevrat İsrailoğullarına seçilmişlik gibi bir ayrıcalık atfettiği için helal ve haramlar da yalnızca İsrailoğullarını kapsamaktadır. Yahudilikte yasakların ve kanunların koruyucusu, belirleyicisi ve bunu bir ölçüye göre takdir eden kişi tanrıdır. Milli ve evrensel değerler taşıyan özellikleri ile beraber Yahudilik bir inanç sisteminden ziyade bir hayat tarzına, bir geleneğe olan bağlılıktır. Bu gelenek içerisinde sözlü ve yazılı edebiyat mevcuttur. Hem yazılı hem de sözlü kültürde 'gıda yasaları' bulunmaktadır.

Gıda yasaları, Yahudilerin pratik hayatta hangi yiyecek ve içecekleri tüketebilecekleri, birlikte tüketimi yasak olan gıdalar, kurbanlık ve sunu olarak verilecek olan hayvanlarda bulunacak özellikler gibi çok geniş bir alanı ihtiva etmektedir. Yahudi literatüründe haram kavramı oldukça geniş bir yer tutmaktadır. Haram kavramı Eski Ahit'teki 613 emirle (taryag mitzvot) ilişkilendirilmiştir. Yahudi inancına göre Sina dağında Hz. Musa'ya vahyedilen 613 emirden (mitzvot) 365 tanesi haram diye ifade ettiğimiz yasakları, 248 tanesi ise helal olanları kapsamaktadır. Bu emirler kümesi içerisinde kaşrut ile ilişkili olan hükümlerin sayısı 27 olarak belirlenmiştir (Mammadli, 2013, s. 4). Bitkilerle alakalı birkaç madde bulunmaktadır. Bunların dışında kalan kuralların bütünü hayvanlarla ilgilidir. Bu başlık altında hangi hayvanların tüketileceğinden kesim koşullarına kadar birçok husus yer alır (Güven&Yardı, 2025, s.22). Hayvanlarla ilgili konulmuş olan bu kurallarda hayvanın yalnızca cinsi değil aynı zamanda kesim usulü de yer almaktadır. "Kaşer" kelimesi Tevrat'ta yer almamaktadır. Burada İsrailoğulları'na yemeleri için müsaade edilen hayvanlar, 'tahor' (temiz) olarak tanımlanmıştır. Yenilmesi yasak olanlar ise 'tame' (temiz olmayan) veya 'trefa' (iğrenç) gibi (Levililer, 11; Tesniye, 14/3-20) kelimelerle tanımlanmaktadır. Koşer, Tevrat'a ve Yahudi dininin esaslarına uygun tespit edilmiş

çerçevede yer alan kaidelere göre, Yahudi inancına tabi olanlar için yenmesi mubah olan besinlerin hazırlanmasında göz önünde bulundurulması gereken hüküm ve geleneklerin bütünüdür (Mammadli, 2013, s.6).

Helal, caiz anlamına gelen koşer Yahudilikte yenilmesi uygun olan gıdalar için kullanılır (Gündüz, 2021, s. 101). Bu gıdalar meyve sebze, tahıl, et ve süt ürünleri başta olmak üzere besin değeri taşıyan her şeyi kapsamaktadır. Bu kurallar besinlerin yalnızca helal ve haram olmasıyla ilgili değildir. Aynı zamanda bunların hangi durumlarda yenilebileceği, birlikte kullanıp kullanılmayacağı ile ilgili tüm şartları barındırır. Yahudiliğin erken dönemlerinden itibaren beslenme yasalarının uygulanması, inanç sahibi bireyin tanrıya bağlılığını kanıtlama yollarından bir tanesi olarak işlev görmüştür (Mammadli, 2013, s. 5). Bazılarına göre koşer olmayan yiyeceklerin yenilmesi manevi yeteneklerin körelmesi ve kutsal olanla erişimi engeller (Kurt, 2010, s.117). Bu teolojik perspektif kaşrut yasalarını yalnızca sağlık ile alakalı bir kural olmaktan çıkarmıştır. Bireyin tüketmiş olduğu besin aynı zamanda onun tanrı ile arasındaki ilişkinin aracısı minvalindedir. Bu bağlamda yasak gıdalar (sürüngeçenler, kan, yırtıcı kuşlar, geviş getirmeyen canlılar, pul ve yüzgece sahip olmayan deniz canlıları) manevi bütünlüğü ve insan doğasını bozucu nitelik taşımaktadır. Bu gıdaları ilahi emir gereği tüketmemek kutsal bir ulus olma misyonunun da bir işaretidir. Nitekim bu yasaklar İsrailoğullarına has olup başka milletlere hitap etmemektedir. Koşer-Trefa Yahudilik kimliğinin inşasının da net bir tezahürüdür.

Gıda yasaları tanrıya koşulsuz bağlılık ve dinin hükümlerine olan sadakati ifade eder. Dinin her vecibesini yerine getirmek isteyen dindar birey için bu hükümler de mihenk taşı konumdadır. Dolayısıyla dinine bağlı Ortodoks Yahudiler bu kuralları uygularlar. Bir ürünün koşer sayılmasının ölçütü kutsal kaynaklarda geçmesine bağlıdır. Tevrat bu anlamda geniş bir muhtevaya sahiptir. Pratik yaşam üzerine son derece hüküm sahibi olan kutsal kitap, gıdalar konusunda da bir ölçüt koymuştur. Bir ürünün koşer sayılma konusunda denetlenmesi de hahamlık tarafından denetlenir. Denetleme sonucunda koşer sertifikası verilir (Adam, 2022, s. 108). Uygun şartları taşıyanlar tüketilir diğer yiyecekler ve içeceklerden ise kaçınılır. Yahve'ye takdim edilen kurbanın “kanı ve yağını sunak üzerine serpererek eti topluca yemektir. Bu uygulamaya göre kadim İsrail’de insanlar, hayvanı sunduktan sonra onun kanı ve yağını sunak üzerine serperler ve etini ise oradaki insanlarla birlikte hep beraber Yahve’nin huzurunda yerlerdi (Yetim, 2020, s.69).

A. Koşer Kabul Edilen Besinler

Bir topluluğun ya da belli bir grubun neleri tüketmesi gerektiği hem din hem de kültürün belirlediği bazı kurallar ile olur. Din ve kültür ilişkisi burada oldukça belirgindir ve çoğu zaman dini kurallar topluluğun neleri yapıp yapmaması gerektiğini belirler (Tunç, 2021b; Ertaş, 2022, 194). Bu bağlamda Yahudi dini literatürü ve metinleri nelerin tüketilmesi gerektiği konusunda bağlayıcı hükümler vermektedir. Bunların bazıları şu şekilde sıralanabilir:

1. Bitkiler

Yahudi yazılı geleneğine göre Tanrı, yaratılışın üçüncü günü yeryüzünde bitkisel yaşamı tesis ederek çeşitli bitkileri, onların üreme yetisini taşıyan tohumlarını bununla beraber her türün kendi cinsine özgü meyve veren bitkisel yapıları yaratmıştır (Yaratılış, 1/11-12.). Tevrat’a göre yeryüzünde yetişen bütün bitkiler, meyve, sebzeler ve tohum cinsinden olan her şey insanlar için koşer sayılmıştır (Yaratılış, 1/29-30.). Dolayısıyla Yahudiler yerden biten her şeyi tüketebilirler. Yahudiler kutsal ırk iddiasında bulundukları için toprak ta onlara bir lütuf olarak sunulmuştur. Diledikleri gibi bundan istifade edebilirler. ‘Öyle bir ülke ki, ırmakları, pınarları, derelerden

tepelerden çıkan su kaynakları bulunmaktadır; buğdayı, arpası, üzümü, inciri, narı, zeytinyağı, balı mevcuttur' (Yasa'nın Tekrarı, 8/7-8.). 'Böylece Yusuf'un on kardeşi buğday alma sebebiyle Mısır'a gittiler'. Bunun üzerine İsrail, 'Öyleyse gidin' dedi, 'Yalnız torbalarınıza bu ülkenin en iyi ürünlerinden biraz pelesenk, biraz bal, kitre, laden, fıstık, badem koyun, Mısır'ın yöneticisine armağan olarak götürün' (Yaratılış, 43/11.).

Sözü edilen gıdaların tamamı koşer statüsünde sayılmıştır. Çünkü kutsal toprağın bitkisini de kutsal olması icap eder. Sözü edilen bu gıdalar et ve süt kategorisine dâhil olmadıklarından 'parve' olarak adlandırılmıştır. Bunların et yâda süt ile tüketimi uygundur. Hububat konusuna gelince Yahudi birisi için balık almanın hükmü ekmek almanın hükmü ile eşdeğerdir. Balık satın alırken Yahudi olmayan birinden alınmamasına dikkat edildiği gibi ekmek alırken de ekmeğin alındığı fırının Yahudiye ait olması gerekmektedir (Mammadli, 2013, s.38).

Kurban; Yahudilikte çoğu zaman takdime olmak üzere hayvanlardan sunulur. Yahudilikte kurban edilecek hayvanların cinsi, ya da ve niteliği de belirtilmiştir. Herhangi bir kusuru olmayan evcil hayvanlar kurban edilebilir. Kurban hayvanı kusursuz olması, sembolik olarak bunları sunan insanın da beden ve ruhen sağlıklı olmasını zorunlu kılar (Öztürk, s. 190). İbranilerde kurban ibadetin esas kısmını oluşturmaktadır (Lasebikan, 1998, s.577). Yaklaştırmak anlamında kullanılan kurban ifadesi tanrı ile kul arasındaki yakınlık vesilesi olarak görülmüştür. Yahudiler bu vesileyle tanrıya yakın olmaya çalışmıştır.

2. Hayvanlar

2.1. Kara Hayvanları

Hayvan kesimi 'şohet' adı verilen kasaplar tarafından yapılır. Etteki kanlar suyla veya tuzda bekletilmek kaydıyla temizlenir. Eti koşer olan hayvanın sütü ve yumurtası da koşerdir. Tevrat'a göre, koşer kabul edilen kara hayvanlarının birtakım özelliklere sahip olması gerekir. Bu özellikler büyükbaş ve küçükbaş hayvanları ihtiva etmektedir. Helal sayılabilmesi için bütün büyükbaş ve küçükbaş kara hayvanlarının geviş getirebilmesi lazım. Bununla beraber çift tırnaklı olması gerekmektedir. Bu iki şartı taşıdığı takdirde bütün kara hayvanları koşer hale gelecektir. Bu durumun aksi hayvanı haram kılmaktadır. Yani yarı tırnaklı olması veya geviş getirememesi hayvanı 'trefa' kılmaktadır. Tevrat koşer kabul ettiği kara hayvanlarını şu şekilde sıralamaktadır. 'Şu hayvanların etini tüketebilirsiniz: Sığır, koyun, karaca, dağ koyunu keçi, geyik, ceylan, yaban keçisi, gazal, ahu' (Yasa'nın Tekrarı, 14/4-5).

2.2. Deniz Canlıları

Deniz ürünlerine en fazla kısıtlama getirilen din Yahudiliktir. Yahudilikte yenilmesi helal kabul edilen deniz hayvanlarının temel özelliği bu canlıların pullu ve yüzgeçli olmasıdır (Mammadli, 2013, s.33). 'Suda yaşayan hayvanların içerisinden şunların etini yiyebilirsiniz: Denizde, akarsularda yaşayan pullu ve yüzgeçli canlıların etini yiyebilirsiniz' (Levililer, 11/9.). Yahudilikte deniz canlılarının koşer sayılmasının ölçütü bu canlılarda pulların mevcut olmasıdır. Kaşer olarak kabul edilen canlının havyarı da koşer sayılmakta ve tüketimine izin verilmektedir.

Koşer bir balığın pullarının elle ya da başka bir aletle çıkarılması, deriyi de beraberinde çıkartmayacak şekilde olmalıdır. Balığın pulu ve derisi bütünleşmiş olmamalıdır. Eğer balıkta bu özellik bulunmazsa o balık helal sayılmaz. Çünkü Talmud, pulun kolayca çıkarılan "bir giysi gibi" olduğunu ifade eder. Balıkların koşer olmasının başka bir ölçütü ise sudan çıkarıldıklarında pullarının dökülmesidir. Aynı zamanda balık olgunlaştıktan sonra da pulları kendiliğinden

dökülüyorsa bu balık tüketilebilir. Koşer sayılan canlılar arasında hamsi, turna, alabalık, morina, lüfer, uskumru, levrek, sazan, somon, ton balığı, beyaz balık ve sardunya yer almaktadır (Mammadli, 2013, s.34).

2.3. Kanathılar

Yahudi kutsal metinlerinde helal sayılan kuşlar net bir şekilde ifade edilmemiştir. Bunun yerine yasak ve yırtıcı olanlar sayılmıştır. Bunların dışında kalanlar koşer sayılmıştır. Örneğin tavuk, hindi, ördek, güvercin kuşlar koşerdir. Koşer sayılan kuşların yumurtaları da koşerdir.

2.4. Böcekler

Yahudi gıda yasaları bütün böcek türlerini ‘trefa’ kategorisinde değerlendirmiştir. Bunların bir istisnası çekirgelerdir. Böcek türleri koşer kurallarına uymadığı gerekçesi ile yasaklanmıştır.

3. İçecekler

İnsanların fizyolojik anlamda doygunluk hissine varabilmesi için yiyecek kadar içecekler de gereklidir. Bu içeceklerin başında en doğal ve katıksız olanı yani su gelmektedir. Su yalnızca içme amaçlı değil aynı zamanda temizlenme amaçlı da kullanılmaktadır. Bununla birlikte suyun için herhangi bir maddenin eklenmesiyle üretilmiş içeceklerde mevcuttur. Hayvanlardan elde edilen süt ve meyvelerin organik hallerinden üretilen içecekler de mevcuttur. İçecekler arasından süt bereketle ilişkilendirilmiştir. Süt saf haliyle ve etle beraber tüketilmemek kaydıyla koşer sayılmıştır. Yahudi yasasında helal olarak görülen meyve ve sebzelerden üretilen içeceklerin tüketilmesi de helal sayılmıştır. Söz konusu içecekler alkollü ya da alkolsüz olabilir (Mammadli, 2013, s. 50). Şarabı da özel günlerde bilhassa tüketmektedirler. Bununla beraber işlenmemiş su, çay kahve gibi içecekler de koşerdir. Ancak içecek endüstrisinde karmaşık bileşenler nedeniyle bunlara da koşer sertifikası verilmesi gerekir.

B. Trefa Kabul Edilen Besinler

1. Bitkisel Gıdalar

Tevrat trefa kabul edilen yiyecekleri geniş bir şekilde açıklamıştır. Bunların bir kısmı bitkisel kaynaklıdır. Bitkiler özünde saf ve temiz kabul edilir. Toprakla irtibatlı olduğu için de tüketilebilmektedir. Ancak onu haram sayacak bir şey meydana gelirse bitki koşer olmaktan çıkar trefa olur. Örneğin böcekler trefa sayıldığı için böceğin bulunduğu meyvelerin veya bitkilerin tüketimi yasaktır. Bir başka yasak da bir tarlanın içinde iki ayrı ürünün bulunmasıdır. Tevrat bu yasağı ‘Bağına iki çeşit farklı tohum ekmeyeceksin. Yoksa hem ektiğin tohumun hem bağıın ürününü kullanamazsın.’ (Yasa’nın Tekrarı, 22/9) diyerek ifade etmiştir.

Yasaklar bir kısmı da herhangi bir zamanla kayıtlandırılmıştır. Örneğin pesah bayramında mayalı ürünler tüketilemez. Bununla beraber yeni olan bir meyve ağacının ilk ürünleri de yasaklanmıştır (Levililer 19:23).

2. Hayvansal Gıdalar

2.1. Kara hayvanları

Yahudilikte tek tırnaklı ve geviş getirmeyen hayvanlar trefa sayılmıştır (Adam, 2022, s. 108). Bu hayvanların eti yenilmediği gibi sütünden veya yağından da istifade edilemez. Domuz ise

Yahudilerin en çok dikkat ettiği hayvandır. Domuz eti ve yağı yasak olan hayvanlardandır. Deve ve tavşanlar da koşer değildir. Ayrıca kanın, uyluk sinirinin, hastalıktan ya da kayadan düşerek ölen veyahut yırtıcı bir hayvan tarafından parçalanmış hayvanların etleri de yasaklanmıştır (Gündüz, 2022, s. 102).

Tevrat'ta adı geçen domuz, tavşan, kaya tavşanı ve deve gibi hayvanların etlerinin yenmesi trefa kabul edilmiştir. Bunun yanı sıra pençeleri üzerine yürüyen kedi tilki, aslan, kaplan, ayı, köpek, sırtlan gibi yırtıcı ve vahşi hayvanlar da haramdır (Vayikra, 185).

2.2. Deniz canlıları

Denizde yaşayan pulsuz ve yüzgeçsiz canlılar Yahudiler için haram kılınmıştır. 'Denizde, akarsularda yaşayıp pul ve yüzgeç sahibi olan canlıların etini yiyebilirsiniz. Denizdeki ve akarsulardaki pulsuz ve yüzgeçsiz canlıların tamamı–suda toplu halde yaşayanlar ve ötekiler– sizin için iğrenç sayılır. Etlerini yemeyecek, leşlerinden tiksineceksiniz (Levililer, 11/9-11). Bu hüküm gereği balina, köpekbalığı, yılanbalığı, kedibalığı, yunus balığı gibi pulsuz ve yüzgeçsiz balıkların, karides, yengeç midye, istiridye, ahtapot ve denizkestanesinin yenilmesi haram sayılmıştır (Mammadli, 2013 s. 74).

2.3. Et ve Süt Yasağı

Yahudi gıda yasaklarından en önemlisi et ve süt yasaklarıdır. Bu yasak et ve süt ürünlerinin beraber tüketilemeyeceğini ifade etmek için konulmuştur. Bu yasağın kaynağı 'oğlağı anasının sütünde haşlamayacaksın' (Çıkış 23:19, 34:26) ibaresidir. Et ve süt bir arada bulundurulamaz. Et yenildikten birkaç saat sonra süt ürünleri tüketilebilir. Et ve süt için ayrı tabaklar bulundurulur. Pişirildiği kaplar da ayrı olmak zorundadır. Koşer lokantaları ya etlidir ya da sütlüdür. Hatta zengin Yahudiler bu kural gereği iki ayrı buzdolabı bulundurmaktadırlar (Gündüz, 2022, s.102). Ayrıca iki kişi bir masaya oturduğunda, biri etli, diğeri de sütlü gıdanın dâhil olduğu yiyeceği yiyemezler. Tüketilse bile aralarına belirli bir zaman diliminin girmesi gerekir. Bu kişilerden her biri için ayrı ekmek, tuz, bardak ve peçete olmalıdır. Diğer taraftan sütlü yemeğin yenildiği sofrada masa örtüsü, çatal, kaşık, bıçak ve tabaklar değiştirilmeden etli yemek yenilemez (Mammadli, 2013, s.63). Bu uygulama et ve sütün tüketimde tamamen ayrılması gerektiğini belirtir. Et ve sütün olduğu yemeklerin yapılması aşmasında farklı ekipmanlar kullanılması zorunludur (Bulut-Solak, 2021, s.39). Bu durum yemeğin hazırlanmasından tüketilmesine hatta kapların yıkanmasına kadar geçerlidir. Bu ürünler aynı yerde muhafaza da edilemezler.

Bu durum hakeza pişirme esnasında da olmalıdır. Örneğin et yemeği tereyağında pişirilemez. Et ve süt aynı tencereye konulmaz. Beraber kızartılamaz. Bu kurala kümes hayvanları da dâhildir. Yalnızca balık bu hususun dışında tutulmuştur. Balık et veya süt ile tüketilebilmesi bakımından diğer besinlerden ayrılmıştır (Mammadli, 2013, s. 64).

2.4. Sürünge

Yahudilerle Yahudi olmayanları birbirinden ayran gıda yasalarından bir tanesi de sürüngelele alakalıdır. Yahudiler, sürüngelelele yapısı gereği çok iğrenç yaratıklar olduğunu ve bunu ancak yabancıların tüketebileceğini ifade ederler. Yahudi sözlü geleneğin taşıyıcısı olan Talmud sürüngelele tüketen insanların vücut fonksiyonlarında yoğun bir ısınma meydana geleceğini, bu durumun kişilerin bünyelerinde ve bağışıklık sisteminde bozulmaya sebep olacağını bildirir (Kurt, 2010, 116). Be sebeple sürüngelele tüketimi haram sayılmıştır.

B. Gıda İşleme Ve Tüketim Kuralları

1. Hayvan Kesim Usulü (Şehita)

Koşer sisteminde, yasaklanmış gıdalardan kaçınmak kadar koşer kabul edilen hayvanların usulüne uygun kesilmesi de önemlidir. Bu sebeple hayvanların dini usullere uygun kesilmesi gerekir. Bu usule Şehita adı verilir. Kesim esnasında özel tasarlanmış keskin bıçak kullanılır. Bu işlemi Şohet adı verilen ve özel olarak eğitilen kasap yapmaktadır (Bulut-Solak, 2021, s. 37). Şohet sadece bir kasap değildir. Dini bilgileri çok iyi bilen ve Yahudi hukukunu özümsemiş biri olmalıdır. Bununla beraber hayvan anatomisini ve fizyolojisini de iyi bilmelidir. Bu konuda bir sınavdan geçtikten sonra hahambaşılığından bir belge almaya hak kazanır. Şohetlerin kıyafetleri de farklı olmalıdır. Kıyafetleri genellikle uzun ve tek tür kumaştan imal edilir. Kemerden aşağıda cepler bulundurulmalıdır. Başları her zaman kapalı olmalıdır (Mammadli, 2013. s.11).

Şehita uygulaması hem hayvanın en az acı ile ölmesini hem de koşer kurallarının gerekliliğini yerine getirmeyi hedeflemektedir. Şehita için birtakım kurallar bulunmaktadır. Hayvan dışarıdan bakıldığında tam sağlıklı ve görünen organları sağlam olmalıdır. Kesim esnasında duraksama yaşanmaması gerekir. Bıçak hareket halinde iken herhangi bir duraksama yaşanması hayvanın tek darbeye öldürülmemesi kesimi haram yapar ve o et tüketilemez. Bir diğer özellik baskı uygulamaksızın kesimin gerçekleştirilmesidir. Yani testere hareketi gibi yarma yapılmamalıdır. Kesim soluk ve yemek boruları gibi belirlenmiş bir bölgeden olmalıdır. Kesim sırasında ette yırtma veya parçalanmadan sakınılmalıdır. Söz konusu kurallardan herhangi birinin ihlali eti direkt trefa yapar.

Kesim işlemi son derece hassastır. Bu işlem halef adı verilen bir bıçakla yapılır. Bıçak paslanmaz çelikten imal edilmiş olup boyotu kesilecek hayvana göre (Kümes hayvanı, büyükbaş, küçükbaş) imal edilir. Kesme aleti, kesilecek canlının vücut ölçüsünün en az iki katı kadar olmalıdır. Kesim öncesi ‘beraha’ adı verilen dua okunur. Kesim işleminden sonra etin koşer damgası alabilmesi için iç organlar ve yenilebilen bölümler ayrıştırılır. Tüketimi yasak olan kan ve yağlar etler atılır. Ölümcül bir hastalığı olmadığı anlaşıldıktan sonra koşer statüsünde kabul edilir (Baş, 2021, s.28).

2. Parve (Tarafsız Gıdalar)

Yahudi gıda yasalarında ‘parve’ etli ve sütü gıdalar dışında kalanları gıdaları ifade etmek için kullanılır. Parve gıdalar genellikle meyve, sebze, tahıl baklagilleri kapsamaktadır. Aynı zamanda koşer hayvandan olması şartıyla yumurta, yüzgeçli ve pullu olması şartıyla balık ta parve gıdalar kapsamındadır. Balık ne etli ne de sütü yiyecekler arasındadır. Balık için şehita kuralına gerek yoktur. Balığın sütü ya da etli yiyeceklerle yenme yasağı bulunmamaktadır. Ayrıca balığın kandan arındırılmasına da gerek yoktur. Balık nötr-parve gıda sınıfının içerisinde yer almaktadır. Bu yüzden balık etle veya süt ürünleriyle birlikte tüketilebilir. Fakat sağlık açısından riskli olduğu için, balığın etle bir arada yenmesi kişiye zarar verebilir. Bu sebeple balığın etle beraber tüketimi uygun olmasına rağmen tavsiye edilmemiştir. Sonuç olarak et ve balık için farklı kapların kullanımı daha uygundur (Mammadli, 2013, s.35). Parve gıdaların, Yahudi gıda yasasındaki temel özelliği etli veya sütü gıdalar ile birlikte pişirilebilir ve tüketilebilir olmasıdır.

3. Eti Koşerleştirme

Koşer kabul edilen hayvanların eti de koşerdir. Ancak bir etin koşer damgasına sahip olabilmesi için kanın koşerleme denilen teknik ile tamamen arındırılması gerekir. Bu işlem, etler kesildikten sonra en geç 72 saat içinde tuzlanıp yıkanma şeklindeki uygulama ile olur. Gıdaların hazırlanma

süreci son derece titizlikle yapılır. Koşerlemede koşer tuzu olarak bilinen özel tuzun kristalleri bir saat içerisinde çözünmeyecek kadar büyük boyutlu ancak etin tamamını saracak kadar küçük tanelere sahip olması gerekmektedir (Bucak, 2025, s.701).

Koşerleştirme Yahudi mutfak hukukunun olmazsa olmazıdır. Üç aşamalı bir gıda prosedürüdür. İlk etapta etin yüzeyini yumuşatmak suyun içinde ıslatmayla başlar. Ardından özel olarak hazırlanan koşer tuzu yoğun bir tabaka halinde etin her tarafına uygulanır. 60 dakikalık bir bekleme sürecinden sonra et ve kan ayrılmış olur. Son aşamada ise kalan tuz ve çekilen kan kalıntıları sebebiyle et üç defa titizlikle durulanır. Et bu işlemlerden geçtikten sonra koşer sayılmış olur. Çiğ et bu şekilde tuzlanıp bir saat bekletildikten sonra yıkanır ve ardından pişirilip yenilir. Kanatlılar iç organlarından arındırıldıktan sonra içi temizlenip yıkanır. Böylece tüketilebilir hale gelir. Tavuğun içindeki yumurta şayet katı kabukla örtülmüşse et gibi suya koyarak yumuşak olması sağlanır. Ardından etteki işlem gibi tuzlanıp yıkanır (Mammadli, 2013, s.13).

Bu bağlamda koşer olmayan hayvanlardan elde edilmiş yumurtalar, kaşrut kurallarına uygun kesilmemiş hayvanlardan elde dilmiş jelatin ve enzim gibi katkı maddeleri koşer kabul edilmez. Böceklerden elde edilen kırmızı renklendiriciler de trefa sınıfında kabul edilir (Bucak, 2025, s.701).

Besin Maddesi Türü	Koşer-Helal	Trefa-Haram	Dini kaynak
Et ve Süt	Ayrı zamanlarda ve ayrı kaplarda tüketilir. Et yedikten sonra aradan birkaç saat geçmeden süt ürünü yenilmez.	Et ve süt beraber pişirilmez, yenmez (örneğin köfte ayrıntı beraber tüketmek haramdır.	Çıkış 23:19 Tesniye14:21
Kara Hayvanları	Kara hayvanlarının çift tırnaklı ve geviş getiren özelliği taşıması gerekir. İnek koyun, keçi geyik, ceylan gibi hayvanların eti ve sütü helaldir.	Domuz (tırnaklı ama geviş getirmeyen) deve (geviş getirir ama tırnakları tam ayrıntı değildir) tavşan, at, köpek, ayı gibi hayvanlar haramdır.	Levililer 11:3-8, Tesniye 14:4-8
Böcekler ve Haşerat (sürüngeçenler, örümcekler) türleri	Sadece belirli çekirge türleri helal sayılır.	Diğer Tüm böcekler: yılan, solucanlar, sürüngeçenler, kertenkeleler	Levililer 11:20-23, 29-30
Deniz Canlıları	Pulları ve yüzgeçleri olan balıklar: sardalya, uskumru, somun, çipura, alabalık. Balık yumurtası pullu balıklardan olmalıdır.	Pulsuz veya yüzgeçsiz: yılan balığı, köpek balığı, ıstakoz, ahtapot, midye, yengeç	Levililer 11:9-12
Kan	Tüm kan akıtılmalı, et tuzlanmalı veya haşlanma suretiyle kanı çıkarılmalıdır.	Kanlı et yemek ve kan içmek	Levililer 17:10-14

Kuşlar	Zararsız, evcil kuşlar: tavuk, hindi, ördek, güvercin. Yumurta koşer kuşlardan olmalıdır.	Leş yiyen veya yırtıcı olan kuşlar: kartal, şahin, akbaba, leylek, yarasa, martı	Levililer 11: 13-19
Meyveler-Sebze	Kurt içermeyen Temiz, böceksiz sebze ve meyveler	Böcekli, kurtlu ve çürümüş sebze yahut meyveler	Levililer 19:23-25 Tesniye 14:22-27
Tahıllar ve Unlu Mamuller	İçerisinde yasak hayvansal katkı olmamalı, üretim aşamasında koşer denetiminden geçmeli.	Domuz yağı, tereyağı-et karışımı ve maya olarak hayvansal ürün kullanılan hamur	Koşer denetiminden geçmelidir.
Şarap ve İçecek Türleri	Üzüm şarabı Yahudi olanlar tarafından üretilmişse helal sayılır. Şarap sadece tora ayinlerinde tüketilebilir.	Yahudi olmayanlar veya putperestler tarafından hazırlanan şarap haramdır.	Talmud, Avodah zarah 29.
Yumurta	Koşer kuşlardan ve içinde yaşam belirtisi olmayan yumurta	Kan damarı oluşmuş ve haram kuşların yumurtaları	Levililer: 11:16-19
Jelatin	Bitkisel yağlar, koşer olan hayvanlardan üretilmiş yağlar	Domuz yağı ve koşer olmayan hayvansal yağlar	Talmud'taki yorumlar ve gıda yasaları
Kaplar	Et ve süt için ayrı kaplar ve tabaklar kullanılmalıdır.	Aynı kaptan et ve sütü pişirmek ya da yemek	Yahudi gıda yasaları (kaşrut mutfağı)
Şehita (kesim usulü)	Hayvan şohet tarafından şehita usulü ile kesilir. Kesim tek darbeye olur. Kan tamamen akıtılır.	Uygun olmayan şekilde kesilen, boğularak vurularak veya kendiliğinden ölen hayvanlar	Tesniye 12:21, Levililer 17:13

Sonuç

Tüm dinler ve inanç sistemleri sahip olduğu değer yargıları ve normlarıyla aktif bir konumda olup bunları somut olarak toplumsal düzene ve somut hayat aktarmayı amaçlar. Yahudilik bu inanç sistemlerinden biri olarak sahip olduğu öğreti ve yasalarla yaşamın en temel pratiklerinden biri olan beslenmeye kadar uzanan bir alanda kurumsallaşmış yapısını göstermektedir. Yahudilik' te helal-haram olarak nitelediğimiz beslenme kurallarına 'Kaşerut' denir. Bu kurallar yalnızca gıdaların fiziksel niteliklerini düzenleyen bir çerçeve değil, dini kimliği, aidiyeti ve ritüel bilincini pekiştiren kapsamlı bir yaşam tarzıdır. Koşer ve trefa

ayrımı dini metinlerle şekillenmeye başlamış olsa da zaman içerisinde hahamların yorumları ve cemaat içi uygulamalarla sınırları belirlenmiş sistematik bir yapıya bürünmüştür.

Bitkisel ve hayvansal gıdaların sınıflandırılması, kara ve deniz canlılarına ait yasalar, böcekler ve sürüngenlere ait nitelikler yalnızca biyolojik bir sınıflandırma değildir. Yahudi inancının seçilmişlik, disiplin ve kutsallık kavramlarıyla doğrudan ilintilidir. Bilhassa et-süt ayrımı gibi günlük hayatı her anlamda kuşatan kısımlar Yahudi inancının aktif olarak yaşandığının göstergesidir.

Parve, kesim süreci (şehita) ve etin koşerleştirilmesi gibi kurallar da kaşerutun yalnızca teorik bir dini vecibe olmadığını aynı zamanda titizlik gerektiren pratik yönünün de olduğunu göstermektedir. Yahudilikteki bu kurallar hem dini hem toplumsal hayatı şekillendiren merkezi bir konuma sahiptir. Yahudi gıda yasaları ile Yahudilere bir kimlik ve aidiyet bilinci aşılanmış olur. Bu sebeple kaşerut, tarihsel anlamda sürekli bir canlılık kazanan, kültürel hafızayı besleyen ve Yahudi inanç bütünlüğünü koruyan kuralların bütünüdür.

Kaynakça

- Adam, Baki (Ed.). *Dinler Tarihi*. Ankara. Grafiker Yayınları, 2022.
- Baş, Mustafa. Dinlerde, kültürlerde hayvan kesim usulleri ve Avustralya’da sığırma örneği. Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 6(1), 26–40.2021.
- Bucak, Turgay. Üç semavi dinde helal gıdalar: Halil (Hz.) İbrahim sofrası ve kardeşlik menü önerisi, *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 8/2, 695-710, 2025.
- Bulut-Solak, Birsan. Musevilikte koşer yiyecek ve içecekler ve koşer beslenme kanunlarının koşer gıda üretimine potansiyel etkileri. *International Journal of Tourism and Social Research*, 6, 33-44, 2021.
- Ertaş, Kasım, “Din-Kültür İlişkisi Bağlamında İbrahimi Dini Gelenekte Bazı Ortak Kültürel Unsurlar”. *Teoloji ve Antropoloji Perspektifinden Din ve Kültür İlişkisi-II*. ed. Abdulvasıf Eraslan-İsmet Tunç. 175-197. Ankara: Eskiyeini Yayınları, 2022.
- Gündüz, Şinasi (Ed.). *Dünya Dinleri*. İstanbul: Milet ve Nihal yayınları. 2021.
- Güven, Rabia. Yardı, Zehra. *İslam ve Yahudilikte yemek kültürü ve dini yeme pratikleri üzerine karşılaştırmalı bir analiz*, *Gastro-World*, 5, 20-34, 2025.
- Kurt, Ali Osman. Yahudilikte koşer ve koşer ekonomisi. C.Ü. İlahiyat Fakültesi Dergisi, 14/2, 103-149.2010.

- Lasebikan, G, L, Eski Ahit'te kurban, (Çev. Ahmet Güç). Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 7, 575-586, 1998.
- Mammadli, Bahar, *Yahudilikte beslenme kuralları (kaşerut)*, Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2013.
- Öztürk, Nermin. *İlahi dinlerde yemin kefareti ve kurban*, 167-192. 2002.
- Tunç, İsmet. *Antropoloji ve Din*. Eski Yeni Yayınları, 2021a.
- Tunç, İsmet. "Din ve Kültür İlişkisi". *Teoloji ve Antropoloji Perspektifinden Din ve Kültür İlişkisi-I*. ed. İsmet Tunç-Abdulvasıf Eraslan. 9-38. Ankara: Eski Yeni Yayınları, 2021b.
- Yetim, Merve. *Belgesel hipotez'e göre Yahudilikteki kurban ibadetinin tarihsel süreci*. Milet ve Nihal, 17, 61-85, 2020.

Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Sıklıkla Kullanılan Bazı Baharatların Özellikleri ve Gastronomide Kullanımı

Sedat SARIGÜL^{1*}, Semra GÜRBÜZ²

¹Lisansüstü Eğitim Enstitüsü/Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye
sarigul_20@hotmail.com

ORCID: 0009-0006-6649-9299

Özet

Bu çalışmanın amacı, Güneydoğu Anadolu Bölgesi geleneksel mutfak kültüründe önemli kullanım alanına sahip baharatlardan kişniş, sumak, çörek otu, fesleğen (reyhan) ve tarçının özellikleri ile mutfak kültüründeki kullanım alanlarını literatür taramasına dayalı olarak ortaya koymaktır. Baharatların kullanımı M.Ö. 4000’li yıllara kadar dayanmaktadır. Bu dönemde baharatlar yalnızca yemeklerde değil, aynı zamanda dini ritüellerde kötü ruhları uzaklaştırmak ve tanrılarla iletişim kurmak amacıyla tütsü olarak da tercih edilmiştir. (Özer Altundağ ve Samav, 2024). Baharatlar, yiyecek veya içecekler tat, renk, aroma vermek ve korumak amacıyla kullanılır. Bitkinin kabuk, tomurcuk, çiçek, meyve, yaprak, rizom, kök, tohum, dişi organ parçaları veya tüm üst kısımlarından elde edilebilirler (UNIDO & FAO, 2005). Günümüzde baharatların, gıdalara tat katmanın yanı sıra bakterisidal, bakteriostatik ve fungustatik gibi özellikleri ile insan sağlığı üzerindeki tansiyon düşürücü, antioksidan, idrar söktürücü ve diğer işlevsel etkilerine yönelik pek çok bilimsel çalışma yapılmaktadır. (Coşkun, 2010).

Çörek otu (*Nigella sativa* L.), tek yıllık ve otsu bir bitkidir. Türkiye’de ise başta Isparta, Burdur, Konya ve Afyon olmak üzere çeşitli bölgelerde yetiştirilmektedir. (Taşkan, 2022). Çörek otu Türkiye’de “siyah kimyon”, “bereket tanesi” ve “siyah tohum” gibi farklı isimlerle de bilinmektedir (Güneş, 2021). Hipokrat döneminde çörek otu, özellikle karaciğer rahatsızlıkları ve sindirim sistemi sorunlarının giderilmesinde kullanılmıştır. İbn-i Sina’nın tıp tarihinde önemli bir yere sahip olan "El-Kanun fi’t-Tıbb" adlı eserinde, çörek otunun metabolizmayı canlandırıcı ve yorgunluk ile halsizliği giderici etkilerinden bahsedilmektedir. Hz. Muhammed’in (sas) “Çörek otunu kullanın, ölüm dışında her derde devadır.” sözü, bu bitkinin inanç temelli ve yaygın bir şekilde kullanılmasında etkili olmuştur (Gün, 2011). Çörek otu mutfakta; ekmek, pasta, macun, peynir ve turşu gibi ürünlerde aroma verici olarak kullanıldığı gibi, tohumlarından elde edilen uçucu yağların antimikrobiyal, antifungal, antienflamatuar, antikanserojen, antidiyabetik ve antioksidan etkileri sayesinde, koruyucu ve tamamlayıcı tıbbi bitki olarak da değerlendirilmektedir. (Altuncu ve Gıdık, 2020). Çörek otu Güneydoğu Anadolu Bölgesi mutfak kültüründe; coğrafi işaretli ürünlerden Antep köy kahkesi, Urfa (Şanlıurfa) külünçesi, Diyarbakır çakıl ekmeği, Mardin kiliçesi ve Midyat tandır ekmeğinde kullanılmaktadır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2025).

Tarçın (Cinnamon), Asya kökenli, yapraklarını dökmeyen hoş kokulu bir ağacın kabuğundan elde edilen doğal bir üründür. Geleneksel tıpta tarçın kabuğu; bitkisel çaylar veya ilaç formunda kullanılarak, soğuk algınlığı, kalp-damar rahatsızlıkları, kronik sindirim sistemi problemleri ve jinekolojik hastalıklar gibi çeşitli sağlık sorunlarının giderilmesinde değerlendirilmiştir. Tıbbi ve gastronomik alanlarda yaygın olarak tercih edilen tarçın, güçlü antioksidan, antibakteriyel, ateş düşürücü, antienflamatuar ve doku onarıcı özellikleriyle bilinmektedir. İki temel tür olan Çin Tarçını ve Seylan Tarçını, içerdikleri tanenler ve %1–2 oranındaki uçucu yağ ile tanımlanmaktadır. Tarçının baharat olarak kullanımı, ağacın gövde ve dal kabuklarının dış kısmının sıyrılarak elde edilen iç kabuğun kurutulup öğütülmesiyle sağlanmaktadır. Tatlılar, şekerlemeler, sütlü tatlılar, boza, sahlepe gibi içecekler ile sos ve çorba gibi yiyeceklerde yaygın olarak

kullanılmaktadır. Yapılan bir çalışmaya göre, tarçın içeren coğrafi işaretli ürünlerin %50'sinin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ne ait olduğu tespit edilmiştir. Bölgedeki mutfak kültüründe tarçının kullanım alanları şu şekildedir: Diyarbakır'da badem ezmesi, lezbüniye, dalak dolması, duvaklı pilav, incaz hoşafı, şırdanlı bastırma; Gaziantep'te köy kahkesi, meyan şerbeti, peynirli irmik helvası, damat dolması, kuymak; Siirt'te perde pilavı; Şanlıurfa'da külünçe, isot çömleği, sini darahlığı, yumurtalı köfte; Mardin'de kiliçe; Kilis'te katmer, kübbülmüşviyye (Demirci ve Coşkun, 2025).

Kişniş (*Coriandrum sativum* L.), 300 cinsi ile 3000'den fazla türü içeren maydanozgiller (Apiaceae) familyasına ait bir bitkidir. Akdeniz Bölgesi kökenli olan bu tıbbi ve aromatik bitki, mutfaklarda da yaygın olarak kullanılmaktadır. Tarihin en eski baharatlarından biri olarak kabul edilen kişniş, geleneksel tıpta iştahsızlık, hazımsızlık, mide gazı, ishal, karın ağrısı ve kusma gibi sindirim sistemi rahatsızlıklarının tedavisinde kullanılmıştır. Bitkinin uçucu yağ içeren yaprak, meyve ve diğer kısımları, birçok kültürde halk hekimliği uygulamalarında değerlendirilmiştir. Yeşil yaprakları salatalarda sebze olarak kullanılırken, uçucu yağ içeren yaprakları ve meyveleri de yiyeceklere eklendiğinde tipik aromasını verir, diğer ülke mutfaklarında tercih edilmektedir (Ulutaş Deniz vd., 2017) Güneydoğu Anadolu Bölgesi mutfak kültüründe, Kilis'de kahvaltılık toz zahter, Mardin'de irok, ve ikbebet, turşu gibi coğrafi işaretli ürünlerde kişniş kullanılmaktadır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2025).

Reyhan (*Ocimum basilicum* L.), Antik Çağlardan bu yana çeşitli sağlık sorunlarının tedavisinde kullanılan birçok fesleğen çeşidini kapsamaktadır. Türkiye'de ise bu bitki; "fesleğen", "fesliyen", "festikan", "reyhan", "ireyhan", "peslan" ve "rahan" gibi farklı adlarla bilinmektedir (Özçelik & Yaylalı, 2024). Reyhan, başta İran, Japonya, Çin ve Türkiye olmak üzere birçok ülkede yaygın şekilde yetiştirilmektedir. Geleneksel kullanım alanları arasında baş ağrısı, öksürük, ishal ve böbrek fonksiyonlarındaki bozuklukların tedavisi yer alırken, ayrıca böcek sokmaları, yılan ısırıkları ve cilt enfeksiyonlarında harici olarak da uygulanmaktadır. (Purushuthaman vd., 2018). Taze, kurutulmuş ve macun formunda tüketilebilen reyhanın taze aromatik yaprakları; soslarda, güveçlerde, salatalarda, turşu sebzelerde, sirkede ve aromatik yağlarda tatlandırıcı veya baharat olarak kullanılmaktadır (Spence, 2024). Güneydoğu Anadolu Bölgesi mutfak kültüründe, reyhan; Diyarbakır Ekşili Dolması, Diyarbakır Nardan Aşı, Diyarbakır Kuru Dolma ve Siirt Kiteli gibi coğrafi işaretli ürünlerde kullanılmaktadır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2025).

Sumak (*Rhus coriaria* L.) ismi, Türkçe, Arapça ve Farsça dillerinde yer almakta olup, kökeni Süryanicede "kırmızı" anlamına gelen sumaqa kelimesine dayanmaktadır. Genellikle yol kenarları, yamaçlar, çalılık ve ormanlık alanlar gibi bölgelerde doğal olarak yetişebilmektedir. Sumak bitkisinin yaprakları, Dioscorides ve İbni Sina tarafından hemoroid, ağız yaraları, ishal, göz hastalıkları ile el ve ayaktaki çatlakların tedavisinde tavsiye edilmiştir. Anadolu'da ise yaprak ve meyveleri, halk hekimliğinde ağız yaraları ve diyabet gibi rahatsızlıklara karşı yaygın biçimde kullanılmaktadır. Sumak; tanen, polifenol, flavonoid, organik asitler ve uçucu yağlar gibi çeşitli biyoaktif bileşenler içermektedir. Antiviral, antimikrobiyal, antienflamatuar, antioksidan, antihemolitik, lökopeni önleyici ve antifibrojenik etkileri, yapılan bilimsel araştırmalarla desteklenmiştir. Özellikle ekşimsi lezzeti sayesinde Anadolu mutfağında önemli bir yere sahiptir. Sumak ve sumak ekşisi; yaprak sarma, dolma, kaşık salatası, paça, kısır, et yemekleri ve piyaz gibi pek çok yemekte tercih edilmektedir. Coğrafi işaret almış olan Antep Sumağı ise özellikle mezeler, salatalar ve dolmaların vazgeçilmez baharatı olarak kullanılmaktadır. (Akay vd., 2023). Güneydoğu Anadolu Bölgesi mutfak kültüründe, sumak ve sumak türevlerinin kullanıldığı bazı ürünler şunlardır: Kilis Kahvaltılık Toz Zahter, Diyarbakır Ekşili Balık, Diyarbakır Ekşili

Dolması, Diyarbakır Hırçıklı Meftunesi, Diyarbakır Tirit Yemeği, Diyarbakır Kuru Dolması, Diyarbakır Kenger Meftunesi, Antep Yaz Dolması, Antep Sumağı, Antep Börk Aşı, Antep Pırpırım Aşı, Antep Firikli Acur Dolması ve Antep Ekşilisi'dir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2025).

Sonuç olarak, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin zengin ve köklü mutfak kültüründe yer alan kişniş, sumak, çörek otu, reyhan ve tarçın gibi baharatlar, yalnızca lezzet unsuru olarak değil; aynı zamanda kültürel (geleneksel) aktarımın, şifalı geleneğin ve yerel kimliğin bir parçası olarak geçmişten günümüze önemini korumaktadır. Bu baharatların gastronomideki kullanımı, hem sağlığa katkı sağlamakta hem de bölgesel lezzetlerin tanıtımında önemli bir rol oynamaktadır. Literatüre dayalı bu çalışma, söz konusu baharatların tarihsel (geleneksel) ve güncel kullanım biçimlerini ortaya koyarken, gelecekte yapılacak bilimsel araştırmalara ve coğrafi işaretli ürünlerin tanıtılarak gastronomi turizmiyle bütünleştirilmesine de katkı sağlamayı hedeflemektedir. Bu bağlamda, bölgenin geleneksel tatlarını yaşatmak ve tanıtmak; aynı zamanda yerel kalkınmayı desteklemek açısından stratejik bir öneme sahiptir.

Anahtar Sözcükler: Baharatlar, Güneydoğu Anadolu, Gastronomi, Geleneksel mutfak, Yöresel mutfak.

Kaynakça

- Akay, E., Yılmaz, İ. ve Eyioğlu, U. (2023). Sumak (*Rhus coriaria* L.) bitkisinin fitoterapide kullanımı ve gastronomik değeri. *Journal of Academic Tourism Studies*, 4(1), 56–65. <http://dx.doi.org/10.29228/jatos.69344>
- Altuncu, M. ve Gıdık, B. (2020). Uses and importance of black seed (*Nigella sativa* L.) plant. *Bayburt Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 3(2), 176–183.
- Coşkun, F. (2010). Gıdalarda kullanılan bazı baharat ve baharat özütlerinin antimikrobiyal aktivitesi. *Akademik Gıda*, 8(4), 41-46.
- Demirci, B. ve Coşkun, R. (2025). Türkiye'nin coğrafi işaretli ürünlerinde tarçın. *BŞEÜ Sosyal Bilimler Dergisi / BSEU Journal of Social Sciences*, 10(1), 32–39. <https://doi.org/10.33905/bseusbd.1644181>
- Gün, M. (2012). Kutsal tohum (*Nigella sativa*): Çörek otunun iyileştirici etkisine ilişkin bazı bilgiler. *Lokman Hekim Journal*, 2(1), 43–46.
- Güneş, Z. (2021). Mardin ekolojik koşullarında farklı ekim dönemlerinde bazı çörek otu (*Nigella sativa* L.) genotiplerinin agronomik ve kalite özelliklerinin belirlenmesi (Doktora tezi, Dicle Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarla Bitkileri Anabilim Dalı). Diyarbakır
- Özaydın, F. (2021). Mardin ve Diyarbakır bölgelerinden toplanan sumak bitkilerinden elde edilen sumak baharatının fizikokimyasal ve antioksidan özellikleri (Yüksek lisans tezi, Harran Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü). Harran Üniversitesi.
- Özer Altundağ, Ö. ve Samav, U. (2024). The functional aspects of spices used in Turkish cuisine. *Turkish Journal of Agriculture - Food Science and Technology*, 12(s2), 2355–2367.
- Özçelik, H., & Yaylalı, M. D. (2024). Basil (*Ocimum* L.) genus in Türkiye from various aspects. *Bio-Science Research Bulletin*, 40(2), 79–96.

- Purushothaman, B., Srinivasan, R. P., Suganthi, P., Ranganathan, B., Gimbin, J., & Shanmugam, K. (2018). A comprehensive review on *Ocimum basilicum*. *Journal of Natural Remedies*. <https://doi.org/10.18311/jnr/2018/21324>
- Spence, C. (2024). Sweet basil: An increasingly popular culinary herb. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 36, Article 100927. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2024.100927>
- Taşkan, K. (2022). Çörek otunun (*Nigella sativa*) yapısı ve akciğerler üzerindeki antioksidan etkisi (Yüksek lisans tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun). Ondokuz Mayıs Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Ulutaş Deniz, E., Yeğenoğlu, S., Sözen Şahne, B. ve Gençler Özkan, A. M. (2018). Kışniş (*Coriandrum sativum* L.) üzerine bir derleme. *Marmara Pharmaceutical Journal*, 22(1), 15–28.
- United Nations Industrial Development Organization, & Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2005). Herbs, spices, and essential oils: Post-harvest operations in developing countries. UNIDO & FAO.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2025). Türkiye'nin Coğrafi İşaretleri. Erişim Tarihi: 15.10.2025. <https://ci.turkpatent.gov.tr/anasayfa>

Kırsaldaki Gastronomik Öğelerin Bir Turistik Çekicilik Olarak Kullanımı: Ege Bölgesi Örneği

İsmail Umut ÖZENÇ^{1*}, Taner DALGIN², Büşra UZUN³

Özet

Kitle turizmi, yüksek harcama ve konfor düzeyi sunmasına rağmen bireylere özgün deneyimler ve anlamlı etkileşimler sağlamada yetersiz kalmaktadır (MacCannell, 2013). Buna karşılık ekoturizm, kırsal turizm, kültürel turizm, gastronomi turizmi, agro-turizm ve doğa temelli turizm gibi

alternatif türler, bireylerin haz, öğrenme ve aidiyet ihtiyaçlarını karşılayarak daha unutulmaz turistik deneyimler sunmaktadır. Alternatif turizm türlerine olan ilginin artışı, yalnızca ekonomik bir eğilim olarak değil, aynı zamanda modern toplumların anlam, aidiyet ve mutluluk arayışının bir yansıması olarak değerlendirilmelidir (Richards, 2011). Farklı alternatif turizm türlerini birbiri ile bütünleşik bir yapı içerisinde turistik deneyimi zenginleştirme paydasında bir araya getirmek, destinasyonların daha zengin içerikli bir turistik deneyim tasarlamasına katkı sağlayacaktır. Bu bakış açısından hareketle bu araştırmada kırsal alanlarda gastronomi unsurlarının bir turistik deneyim bileşeni olarak kullanım olanaklarını belirlemek amaçlanmıştır. Gastronomi turizmi, turistin yerel halkla etkileşime girdiği, yemek üretim süreçlerine tanık olduğu ve otantik tatları deneyimlediği bir katılımcı öğrenme süreci yaratmaktadır (Cohen, 1988). Bu süreçte birey, tüketime dayalı pasif bir rol üstlenmek yerine, yerel kültürün bir parçası haline gelmektedir. Kırsal bölgelerde gastronomik öğeler, doğrudan tarımsal üretim ve doğa ile ilişkilidir. Gastronomi, modern ekonominin yüzeyselleştirdiği “yeme eylemini” yeniden anlamlı kılmakta ve bu eylemi bir kültürel paylaşım ve aidiyet pratiği haline getirmektedir (Richards, 2011). Bunun yanında gastronomi unsurlarının turistik deneyime dahil edilmesi, yerel üreticilerin, küçük ölçekli işletmelerin ve geleneksel mutfakların turizm gelirlerinden pay alabilmesi imkanını arttıracak, turizmin ekonomik ve sosyal katkılarının daha eşit paylaşımını destekleyecektir. Nitel yaklaşım çerçevesinde tasarlanan bu araştırmanın amacı, Ege Bölgesi’ndeki kırsal gastronomik öğelerin turistik bir çekicilik olarak nasıl değerlendirildiğini ortaya koymaktır. Bu kapsamda literatür incelemesi ve örnek olay (case study) analizinden yararlanılarak çıkarımlarda bulunulmuştur. Ege Bölgesi, sahip olduğu zengin tarımsal ürün çeşitliliği, köklü mutfak gelenekleri ve özgün yerel lezzetleriyle, kırsal alanlarda gastronomik unsurların turistik deneyim kapsamında incelenmesi için uygun bir araştırma alanı sunmaktadır. Bölge mutfağı özellikle zeytinyağı kullanımı, sebze ağırlıklı yemekler, ot çeşitleri, deniz ürünleri ve yerel içecekler ile karakterize edilmektedir. Bu bağlamda Ege gastronomisi hem sağlıklı beslenme anlayışı hem de otantik kültürel değerleriyle ön plana çıkmaktadır. Ege bölgesinde turistik deneyime dahil edilebilecek gastronomik değerleri 7 farklı tema kapsamında değerlendirmek mümkündür. Bunlar arasında en çok dikkat çeken zeytin ve zeytinyağı kültürü ile ilgili deneyimlerdir. Zeytin hasadı, her yıl sonbahar aylarında düzenlenen etkinliklerle Ege Bölgesindeki birçok yörede turistlere sunulmaktadır. Bu etkinliklerde katılımcılar, zeytin toplama süreçlerine dahil olmakta, üretim tekniklerini yerinde görmekte ve çeşitli tadım atölyelerine katılmaktadır. Örneğin Ayvalık Zeytin Hasat Günleri, yalnızca bir tarımsal faaliyet değil aynı zamanda gastronomi, kültür ve eğlencenin bir arada sunulduğu bir turistik festival niteliği taşımaktadır. Zeytinyağı tadım merkezleri ve müzeler de bu kültürün turistik çekiciliğini desteklemektedir. Milas’ta açılan Zeytinyağı Müzesi, zeytinyağı üretim tekniklerini tarihsel süreçte sergilemekte ve turistlere otantik bir deneyim sunmaktadır. Ot yemeği kültürü Ege Bölgesinde turistik deneyime dahil edilebilecek gastronomik değerlerden bir diğeridir. Bölgenin zengin bitki çeşitliliği, kırsal gastronomiye özgün bir boyut kazandırmıştır. Radika, şevketibostan, turp otu, labada, enginar gibi otlar, geleneksel Ege mutfağının temel malzemeleri arasındadır. Fakat bu ürünleri menüsünde bulunduran yerel restoranların az sayıda olması ve kırsal ortamda geleneksel otlar odaklı faaliyet gösteren turistik ziyaretçiye hitap eden restoranların olmaması, henüz bu gastronomik çekiciliklerin turistik deneyime katkı sunmamasına sebep olmaktadır. Ege bölgesindeki kırsal yörelerdeki önemli gastronomik unsurlardan bir diğeri bağcılık ve şarap kültürüdür. Urla, Bozcaada ve Denizli gibi bölgelerde üretilen şaraplar, hem yerel halkın kültürel kimliğini, hem de bölgenin turistik cazibesini güçlendirmektedir. Özellikle Urla Bağ Yolu projesi, kırsal gastronomi turizminin başarılı bir örneğidir. Bu proje kapsamında bağ evleri, şarap üretim tesisleri ve butik şarap işletmeleri turistlere açılmış; tadım etkinlikleri, bağ

gezileri ve atölyeler düzenlenmiştir. Şarap turizmi, “üst segment” turist profiline hitap etmesiyle de önem taşımaktadır. Bağ rotaları, butik oteller, gurme restoranlar ve yerel pazarlarla bütünleşerek ilgili yörelerin turizm gelirlerini çeşitlendirmektedir. Bu kapsamda Ege bölgesinde şarap turizmi açısından gelişme potansiyeli taşıyan birçok yöre bulunmaktadır. Ege kırsalında üretilen süt ürünleri ve özellikle peynir çeşitleri, gastronomik deneyim açısından bir diğer önemli bileşendir. İzmir Tulumu, Mihaliç Peyniri, Karasakız peyniri gibi peynirler belirli bir bilinmişliğe sahip olsa da, farklı yörelerde üretilen birçok peynir türü yeterli bilinirliğe sahip değildir. Ege Bölgesi’nde kırsal gastronominin en görünür unsurlarından biri, yerel pazar kültürüdür. Tire Salı Pazarı, Seferihisar Üretici Pazarı, Bergama köy pazarları gibi merkezler, hem bölge halkı hem de turistler için cazibe noktalarıdır. Bu pazarlarda yalnızca ürün satışı değil, aynı zamanda sosyal bir deneyim de yaşanmaktadır. Yerel üreticilerin tezgâhlarında otantik ürünler, el yapımı yiyecekler ve yöresel lezzetler turistlere sunulmaktadır. Turistler için bu pazarlar, hem otantik ürünlere erişim hem de kültürel etkileşim açısından önemli bir deneyim sunmaktadır. Ege mutfağı, sadece malzeme çeşitliliğiyle değil aynı zamanda pişirme teknikleri ile de özgün bir yapıya sahiptir. Taş fırınlarda yapılan ekmekler, tandırda pişirilen etler ve düğün yemeklerinde hazırlanan keşkek, bölgenin gastronomik kimliğini yansıtan öğeler arasındadır. Bu geleneksel yemeklerin turistik çekiciliği, özellikle gastro-turlar ve workshop etkinlikleriyle artmaktadır. Örneğin bazı butik oteller ve çiftlikler, turistlere taş fırında ekmek yapma atölyeleri düzenlemekte ya da yöresel yemek tariflerini öğretmektedir. Bu uygulamalar, turistlerin yalnızca bir tüketici değil aynı zamanda sürece katılan bir “deneyim ortağı” olmasını sağlamaktadır. Ege Bölgesi’nde düzenlenen gastronomi festivalleri, kırsal gastronomik öğelerin en görünür turistik çekicilikleri arasındadır. Alaçatı Ot Festivali, Ayvalık Zeytin Hasat Günleri, Urla Enginar Festivali ve Bozcaada Bağbozumu Şenlikleri bunların başında gelmektedir. Bu festivaller, kırsal gastronomiyi yalnızca yerel düzeyde değil ulusal ve uluslararası ölçekte tanıtan etkinliklerdir. Katılımcıların artmasıyla birlikte destinasyon imajı güçlenmekte, bölgenin gastronomiyle özdeşleşmiş marka değeri oluşmaktadır. Yerel halk için bir eğlence ve sosyalleşme aracı olan bu festivaller, turistik ziyaretçiler için otantik bir deneyim oluşturmakla birlikte, yerel halk ve turist arasındaki kültürel etkileşimi güçlendirmektedir. Araştırmada edinilen bulgular, turistik deneyimleri zenginleştirmede Ege Bölgesi’ndeki kırsal alanlarda var olan gastronomi unsurlarının önemli bir potansiyel teşkil ettiğini göstermektedir. Özellikle turistik deneyim tasarımı kapsamında gastronomik unsurlar hem tamamlayıcı hem de dönüştürücü bir rol üstlenmektedir. Bu kapsamda gastronomik unsurlar kırsal yöreler için sadece ekonomik kalkınmada değil, aynı zamanda geleneksel yaşam biçimlerinin korunması, kültürel kimliğin yaşatılması ve turizmin sürdürülebilirliğinin sağlanmasında önemli bir yapı olarak karşımıza çıkmaktadır. Kırsal yörelerdeki turistik deneyimi zenginleştirme potansiyeline sahip gastronomik çekicilikler, belirli yörelerde planlı uygulamalarla turistik deneyim içerisine dahil edilmiş durumdadır. Fakat Ege Bölgesindeki birçok kırsal yörede bu gastronomik unsurlar var olsa da turistik deneyim içerisine yeterince dahil edilmemiştir. Bu kapsamda kırsal girişimciliğin teşvik edilmesi oldukça önemlidir. Kültürel kimliğin üretildiği sosyal ortamlar olarak, şarap tadımları, geleneksel pişirme yöntemlerine katılım, hasat etkinlikleri ve ot toplama aktiviteleri sadece eğlence amaçlı faaliyetler değildir. Bu faaliyetlere olanak sağlayan kırsal gastronomi, turistlere aktivitelere katılırken pasif izleyici olmaktan çıktıkları ve aktif bir katılımcıya dönüştükleri zemini hazırlamaktadır. Dolayısıyla dinamik bir unsur olarak yerel halk ile ziyaretçiler arasındaki gastronomik ve kültürel etkileşimi sürekli kılmaktadır. Gastronomi turizminin yörelerde gelişmesi kadın kooperatiflerinin ve küçük üreticilerin, gastronomi turizmi zincirine daha etkin biçimde dâhil edilmesiyle mümkün olabilecektir. Ayrıca, bilinirlik açısından gastronomik ürünlerle ilgili coğrafi işaretlerin alınması

oldukça önemlidir. Coğrafi işaretler, belirli bir yöreyle özdeşleşmiş tarımsal ürünlerin ve gıda ürünlerinin hem kalite garantisi sağlamasına, hem de yerel markalaşma sürecini desteklemesine olanak tanımaktadır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2023). Bu süreçte, gastronomik değerlerin sürdürülebilir biçimde pazarlanabilmesi ve destinasyon kimliğiyle bütünleştirilebilmesi için hem kurumsal destek mekanizmaları hem de turizm sektöründeki aracı aktörlerin etkin rol üstlenmesi gerekmektedir. Kırsal alanlarda gastronomi temelli turizm faaliyetlerinin sürdürülebilir biçimde geliştirilmesinde seyahat acenteleri önemli bir aracı rol üstlenmektedir. Seyahat acenteleri, yöresel üretim ve gastronomik deneyimleri bütüncül bir turistik ürün haline getirerek hem destinasyonun tanıtımına hem de yerel ekonominin güçlenmesine katkı sağlayabilirler (Hall & Sharples, 2008).

Anahtar Sözcükler: Gastronomi, kırsal alan, turistik deneyim.

Kaynakça

- Cohen, E. (1988). Authenticity and Commoditization in Tourism. *Annals of tourism research*, 15(3), 371-386.
- Hall, C. M., ve Sharples, L. (2008). *Food and wine festivals and events around the world: Development, management and markets*. Routledge.
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225–1253.
- MacCannell, D. (2013). *The Tourist: A New Theory Of The Leisure Class*. Univ of California Press.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2023). [Coğrafi İşaretler Portalı](#) (Erişim tarihi: 07.10.2025)

Dijital Platformlar ve Türkiye’de Gastronomi Turizmi

Seda ADLİ TAPANCI^{1*}

¹İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi/İktisat Bölümü
Dicle Üniversitesi, Türkiye
smmmsedaadlitapanca@gmail.com

ORCID: 0009-0002-4290-6145

Özet

Bu araştırma, dijital platformların Türkiye’de gastronomi turizmiyle kesişen dinamiklerini kavramsal ve uygulamalı bir çerçevede tartışmaktadır. Çalışma, gastronomi deneyiminin keşif-değerlendirme-rezervasyon/ziyaret-paylaşım döngüsünün çevrimiçi ortamlarda yeniden kurgulanmakta olduğunu; eWOM, puan/yorum sistemleri ve kullanıcı üretilen içeriklerin destinasyon algısını yönlendirmekte bulunduğunu göstermektedir. Otantiklik ile erişilebilirlik arasındaki dengenin dijital temsiller üzerinden kurulmakta olduğu; Türkiye’de coğrafi işaretler, kısa tedarik zincirleri ve yerel etkinliklerin görünürlüğünün platform ekonomisiyle artmakta geldiği savunulmaktadır. Değerlendirmeler eWOM güvenilirliğinin ve sosyal medya anlatılarının ziyaretçi memnuniyeti ile tekrar ziyaret niyetini anlamlı biçimde etkilediğine işaret etmektedir. Türkiye bağlamında politika önerileri, kapsayıcı tasarım ve sertifikasyon şeffaflığı etrafında geliştirilmektedir.

Anahtar Sözcükler: Dijital platform, Dijitalleşme, Gastronomi turizmi

Giriş

Dijital platformlar, Türkiye’de gastronomi turizminin görünürlüğünü, erişimini ve deneyim tasarısını kökten dönüştürmektedir. Ziyaretçi, destinasyonla ilk teması çoğu kez çevrimiçi arama ve sosyal ağ akışları üzerinden kurmakta; kullanıcı üretilen içerikler (fotoğraf, kısa video, yorum) beklenti setlerini biçimlendirmekte ve karar süreçlerine nüfuz etmektedir (Xiang & Gretzel, 2010). Bu aşamada elektronik ağızdan ağıza iletişimin (eWOM) güvenilirlik, yararlılık ve anlatı tonu gibi boyutları, gidilecek mekanın seçimini ve seyahat planının ayrıntılarını belirgin biçimde yönlendirmektedir (Filieri, 2016; Filieri, Hofacker, & Alguezaui, 2018). Türkiye bağlamında, özellikle büyükşehirlerde (İstanbul, Ankara, İzmir) ve gastronomi odaklı destinasyonlarda (Gaziantep, Hatay, Kapadokya) çevrimiçi görünürlüğü yüksek işletmelerin çevrimdışı taleple hızlıca buluşmakta olduğu gözlenmektedir.

Gastronomi turizmi, deneyimi tat bileşeni üzerinden olduğu gibi “hikaye-mekan-ritüel” üçlüsü üzerinden kurgulamakta ve çok-duyulu bir temas alanı yaratmaktadır. Ziyaretçi, yeni bir mutfakla karşılaşırken merak ile çekingenlik arasında gidip gelmekte; hijyen algısı, içerik/alerjen şeffaflığı ve kültürel kodların anlaşılabilir sunumu büyük önem kazanmaktadır. Klasik çalışmalar, yemeğin bir çekicilik olduğu kadar bir engellenme kaynağı da olabildiğini; algılanan riskin deneyimi sınırlayabildiğini vurgulamaktadır (Cohen & Avieli, 2004). Dijital arayüzlerde menü bilgisinin ayrıntılı verilmesi, hazırlama tekniklerinin görsellerle aktarılması ve etik/sertifikasyon etiketlerinin (helal, vegan, vejetaryen, glütensiz) açıkça sergilenmesi, bu engellenme kanallarını daraltmakta ve algılanan otantiklik ile erişilebilirlik arasındaki dengeyi güçlendirmektedir (Mak, Lumbers, & Eves, 2012).

Türkiye’de gastronomi sahnesi, sokak lezzetlerinden ince yemek deneyimlerine, yerel ürün pazarlarından gastronomi festivallerine uzanan geniş bir yelpazede çeşitlenmektedir. Bu çeşitlilik, dijital platformlarda farklı anlatı stratejileriyle sahnelenmekte; coğrafi işaretli ürünlerin görünürlüğü artmakta, üreticiyle temas kuran deneyim modülleri (pazar/çiftlik gezileri, atölyeler) çevrimiçi keşif akışlarına eklenmektedir. Küreselleşme, bir yandan tat profillerinde standardizasyon baskısı üretmekte; öte yandan yerel mirasın yeniden icadı ve vitrine taşınması için fırsat pencereleri açmaktadır (Mak vd., 2012). Bu ikili dinamik, Türkiye’de “otantik” temsilin nasıl kurulmakta olduğunu ve ziyaretçinin tasarlanan deneyimi nasıl okumakta bulunduğunu belirlemektedir.

Dijital müşteri yolculuğu, keşif → değerlendirme → rezervasyon/ziyaret → paylaşım/hatırlama olarak bir döngü içinde ilerlemektedir. Keşif aşamasında arama motoru sonuç sayfalarında platform içerikleri öne çıkmakta; harita tabanlı arama ve sosyal medya önerileri, kısa liste oluşturmayı hızlandırmaktadır (Xiang & Gretzel, 2010). Değerlendirme aşamasında metin ve görsel yorumların güvenilir bulunması, niyet oluşumunu güçlendirmekte; aşırı olumlu/olumsuz uç yorumların güven algısını farklı biçimlerde etkileyebildiği görülmektedir (Filieri, 2016). Rezervasyon/ziyaret evresinde işletmenin çevrimiçi vaatleri ile yerinde deneyimin uyum göstermesi, memnuniyet ve tekrar ziyaret niyetini beslemektedir (Kivela & Crotts, 2006). Ziyaret sonrası paylaşımında ise kullanıcı üretilmiş içerikler, destinasyon imajını yeniden dolaşıma sokmakta; “hatırlanabilirlik” ve “paylaşılabilirlik” göstergeleriyle yeni talep dalgaları yaratmaktadır (Mak vd., 2012).

Türkiye’de yerel yönetimler ve destinasyon yönetim örgütleri, bu döngüyü destekleyen dijital anlatı mimarileri kurmaya başlamaktadır. Festival takvimlerinin çok dilli içerikle duyurulması, coğrafi işaretli ürünlerin izlenebilirlik bilgilerinin platformlarla entegrasyonu ve erişilebilirlik/alerjen şeffaflığının standart çıktılarına dönüştürülmesi, ziyaretçi güvenliğini pekiştirmektedir. Aynı zamanda, platform ekonomisinin getirdiği görünürlük rekabeti ve komisyon baskısı gibi riskler, küçük işletmeler için stratejik yönetim ihtiyacını artırmaktadır. Menü mühendisliği, kapasite–fiyat optimizasyonu ve görsel anlatı kalitesi, bu rekabette belirleyici kaldıraçlar olarak öne çıkmaktadır (Cohen & Avieli, 2004; Kivela & Crotts, 2006).

Bu bildiri, söz konusu dönüşümü üç eksende incelemektedir: (i) kavramsal zemin ve Türkiye’nin güncel konumlanışı; (ii) talep tarafında algı–deneyim–eWOM dinamikleri ve dijital müşteri yolculuğu; (iii) arz tarafında işletmeler, üretici ağları ve destinasyon tasarımı. Her eksen, otantiklik–erişilebilirlik dengesini ve kapsayıcı tasarım ilkelerini veri–temelli ölçümle birleştirmektedir. Böylece dijital platformların ölçeklenebilirliği, yerel mirasın korunması ve sürdürülebilir turizm hedefleriyle uyumlandırılmakta; Türkiye’de gastronomi turizmi daha görünür, daha öğrenilebilir ve daha hatırlanabilir bir deneyim mimarisine kavuşmaktadır (Mak vd., 2012; Xiang & Gretzel, 2010; Filieri, 2016; Cohen & Avieli, 2004; Kivela & Crotts, 2006).

Kavramsal Çerçeve ve Türkiye Bağlamı: Dijital Platform Ekonomisi ile Gastronomi Turizminin Kesişimi

Dijital platform ekonomisi, çok-taraflı pazar mantığıyla kullanıcıyı, içerik üreticisini ve işletmeyi aynı ara yüz üzerinde buluşturmakta; ağ etkileri aracılığıyla değer yaratımını hızlandırmaktadır. Platform, bir yandan işlem maliyetlerini düşürmekte, diğer yandan veri akışı üzerinden eşleştirmeyi optimize ederek talep ve arzın buluşma olasılığını artırmaktadır (Hagiu & Wright, 2015; Parker, Van Alstyne, & Choudary, 2016). Gastronomi turizmi bağlamında bu mimari, keşif–değerlendirme–rezervasyon/ziyaret–paylaşım döngüsünü tek bir dijital ekosistemde toplamaktadır. Türkiye’de bu döngü, harita/yorum, rezervasyon, teslimat–pazar yeri ve sosyal ağ katmanları üzerinden akmakta; kullanıcı üretilmiş içerik (UGC) destinasyon anlatısını sürekli güncellemekte ve çoğaltmaktadır (Xiang & Gretzel, 2010; Leung, Law, van Hoof, & Buhalis, 2013).

Kuramsal düzlemde platformların başarısı, doğrudan ve dolaylı ağ etkilerinin tetiklenebilmesine ve çok-taraflı tasarım kararlarının (komisyon, görünürlük, sıralama, doğrulama) dengelemesine bağlı görünmektedir (Gawer & Cusumano, 2014; Hagiu & Wright, 2015). Gastronomi alanında bu etkiler, işletmenin görünürlük kazanması, kullanıcının bilgi asimetrisini azaltması ve yerel ürün/üretici ağlarının öne çıkması şeklinde tezahür etmektedir. Türkiye’de gastronomi turizmi,

coğrafi işaretli ürünlerin (ör. peynirler, tatlılar, baharat karışımları) ve yerel tekniklerin dijital etiketleme ile görünür kılınması sayesinde “kanıtlanabilir otantiklik” iddiasını güçlendirmektedir (Sims, 2009; Everett, 2016). Bu sayede yerel miras anlatısı, platform üzerinden doğrulama–öneri–yorum üçgeniyle pekiştirilmektedir.

Turizm literatürü, sosyal medyanın çevrimiçi bilgi arayışının merkezine yerleşmekte olduğunu ve destinasyon imajı oluşturma sürecinde belirleyici bir katman haline gelmekte bulunduğunu göstermektedir (Xiang & Gretzel, 2010; Zeng & Gerritsen, 2014). Gastronomik deneyim söz konusu olduğunda, görsel yoğunluk (tabak sunumları, ortam ışığı, servis ritmi) algılanan kalite ve otantiklik üzerinde çarpan etkisi yaratmaktadır. Kullanıcı üretimli içeriklerin algı ve niyet üzerindeki etkisi, eWOM güvenilirliği ve bilgi yararlılığı boyutlarıyla açıklanmaktadır; olumlu/olumsuz duygu tonu ve ayrıntı düzeyi, ziyaret ve satın alma niyetlerini anlamlı biçimde yönlendirmektedir (Filieri, 2016; Filieri, Hofacker, & Alguezaui, 2018). Türkiye’de bu dinamik, özellikle büyükşehirlerde ve gastronomi destinasyonlarında (İstanbul, Gaziantep, Hatay, İzmir, Kapadokya) güçlü dönüşümlere yol açmaktadır; restoran seçimleri, sokak lezzeti güzergahları ve festival katılımı, çoğu zaman platform puanı ve görsel anlatının ikna gücüyle biçimlenmektedir.

Dijital deneyim mimarisi, yalnızca talebi yönlendirmekle kalmamakta, işletmelerin ve destinasyonların kendi sunumlarını yeniden tasarlamasını da tetiklemektedir. “Akıllı turizm” yaklaşımı, platform verileri, konum bilgisi ve gerçek zamanlı geri bildirimler aracılığıyla deneyimi kişiselleştirmekte; menü görünürlüğü, stok–mevsimsellik eşleştirmesi ve kapasite yönetimi kararları veriyle hizalanmaktadır (Gretzel, Sigala, Xiang, & Koo, 2015). Türkiye’de yerel yönetimlerin ve destinasyon yönetim örgütlerinin festival takvimlerini çok dilli içerikle sunması, coğrafi işaretli ürünlere ilişkin izlenebilirlik bilgisini sayfalarına entegre etmesi ve erişilebilirlik/alergen şeffaflığını standartlaştırması, dijital kanallarda güven ve karşılaştırılabilirlik üretmektedir. Bu standartlar, özellikle yabancı ziyaretçiler için algıdaki belirsizliği azaltmakta ve risk algısını aşağı çekmektedir (Cohen & Avieli, 2004; Mak, Lumbers, & Eves, 2012).

Öte yandan platform ekonomisinin yapısal riskleri, gastronomi ekosistemi üzerinde baskı da yaratmaktadır. Komisyon oranlarının maliyet yapısı üzerindeki etkisi, görünürlük algoritmalarında yaşanan rekabet, “trend” odaklı standardizasyonun menüleri benzeştirme eğilimi ve “kaybolan yerel” sorunları, işletmeler açısından stratejik yönetim ihtiyacını artırmaktadır (Parker vd., 2016; Dolnicar, 2019). Türkiye’de özellikle küçük ve aile işletmeleri, dijital beceri, içerik üretimi ve çevrimiçi itibar yönetimi konularında kapasite geliştirmeye ihtiyaç duymaktadır. Bu gereksinim, meslek örgütleri ve yerel odaların düzenlediği eğitimlerle giderilmeye çalışılmakta; fotoğraf–metin standardı, çok-dilli menü sunumu ve alergen–diyet etiketlerinin sistematik kullanımı yaygınlaştırılmaktadır.

Algılanan otantiklik, gastronomi odaklı seyahatte temel bir değer önerisi olarak öne çıkmaktadır. Otantikliğin “nesneye içkin” olmaktan çok deneyim performansında kurulmakta olduğu, sahnelenen ritüeller, mekan atmosferi ve anlatı diliyle birlikte şekillenmekte bulunduğu vurgulanmaktadır (Kolar & Žabkar, 2010; Sims, 2009). Dijital platformlar, bu performansın uzaktan sahnelenmesine aracılık etmekte; mutfak tekniğinin kısa videolarla açıklanması, üreticiyle temas kuran atölye duyuruları, pazar/çiftlik gezisi rotalarının haritalanması gibi içerikler, “yerinde öğrenme” vaadini çevrimiçi olarak görünür kılmaktadır. Türkiye’de Gaziantep mutfağının emek yoğun tekniklerinin (ör. taş fırın, baklava açımı) ya da Ege’nin zeytinyağı–ot kültürünün kısa videolarla anlatılması, ziyaretçi adaylarının zihninde “somut otantiklik” izlenimi üretmektedir. Bu

anlatı, işletmenin yerinde performansı ile uyum gösterebildiğinde memnuniyet ve tekrar ziyaret niyeti artmaktadır (Kivela & Crotts, 2006; Mak vd., 2012).

Hizmet kalitesinin dijital uzantısı, e-hizmet deneyimi ile ölçülmektedir. E-S-QUAL/E-RecS-QUAL ölçeklerinin işaret ettiği kolaylık, güvenlik, sistem kullanılabilirliği ve yanıt verme gibi boyutlar, çevrimiçi vaat ile yerinde deneyim arasındaki tutarlılığın algısal temelini oluşturmaktadır (Parasuraman, Zeithaml, & Malhotra, 2005). Türkiye’de çok dilli rezervasyon akışları, açık alerjen–diyet etiketleri, fiyat–porsiyon şeffaflığı ve engelli erişimine ilişkin görsel kanıtların platform sayfalarında sunulması, hizmet kalitesi algısını yükseltmekte; özellikle yabancı ziyaretçiler için engelleyici unsurları azaltmaktadır (Cohen & Avieli, 2004). Bu sunum, aynı zamanda sürdürülebilirlik ve etik etiketlere (ör. yerel tedarik, gıda atık yönetimi, enerji–su verimliliği) bağlandığında, destinasyonun “sorumlu gastronomi” imajı güçlenmektedir (Everett, 2016).

Dijital müşteri yolculuğu teorisi, gastronomi turizminde üç önemli eşik tanımlamaktadır: keşif–değerlendirme, rezervasyon/ziyaret ve paylaşım/hatırlama. Keşif–değerlendirmede arama motoru sonuç sayfası, haritalar ve sosyal ağ önerileri öne çıkmakta; yararlı ve güvenilir bulunan yorumlar niyeti yükseltmektedir (Xiang & Gretzel, 2010; Filieri, 2016). Rezervasyon/ziyarete çevrimiçi vaat ile yerinde deneyimin uyumu, hizmet kalitesi algısını doğrulamaktadır (Parasuraman vd., 2005). Paylaşım/hatırlamada ise UGC, destinasyon imajını yeniden üretmekte; mikro-influencer anlatıları ve “hikaye/akış” formatları, yeni talep dalgaları oluşturmaktadır (Leung vd., 2013; Zeng & Gerritsen, 2014). Türkiye’de bu döngünün ölçeklenebilirliği, festival ve etkinlik takvimlerinin platformlarla senkronize yönetilmesi, coğrafi işaretli ürünlerin izlenebilirliğinin doğrulanması ve üreticiyle temas kuran modüllerin görünür kılınmasıyla artmaktadır.

Son olarak, platformlaştırmanın yönetim boyutu önem kazanmaktadır. Veri etiği, algoritmik şeffaflık ve sahte yorumlarla mücadele, eWOM’un güvenilirliğini doğrudan etkilemektedir (Filieri, 2016). Türkiye’de kamu–özel–sivil aktörlerin beraber geliştireceği ölçme–değerlendirme panoları (memnuniyet, yerel gelir etkisi, çevresel göstergeler) dijital anlatı ile sahadaki performans arasındaki uyumu izlemeye yardımcı olmaktadır. Böylelikle dijital platform ekonomisinin ölçek çıkarları ile yerel kültürel sürdürülebilirlik hedefleri dengelenmekte; gastronomi turizmi, hem rekabetçiliği hem de kültürel mirasın görünürlüğünü artıran bir çerçeve içinde ilerlemektedir (Gretzel vd., 2015; Everett, 2016).

Talep Tarafı: Algı, Deneyim, eWOM ve Dijital Müşteri Yolculuğu

Dijital müşteri yolculuğu, gastronomi turizmi bağlamında keşif, değerlendirme, rezervasyon/ziyaret ve paylaşım/hatırlama evrelerinden oluşan kesintisiz bir akış olarak işlemektedir. Bu akış, kullanıcının çevrimiçi temas noktalarında üretilen sinyallerle (puan, yorum, görsel, kısa video) şekillenmekte; algı, beklenti ve risk değerlendirmesi bu sinyallerin niteliğine bağlı olarak değişmektedir (Xiang & Gretzel, 2010; Mak, Lumbers, & Eves, 2012). Türkiye’de özellikle İstanbul, İzmir ve Antalya gibi yüksek turistik yoğunluk barındıran kentlerde, bu dijital temaslar karar anını öne çekmekte; çevrimiçi ikna, çevrimdışı deneyime hızla dönüşebilmektedir.

Keşif evresi arama motoru sonuçları, harita tabanlı arayüzler ve sosyal ağ akışları üzerinden ilerlemektedir. Kullanıcı, destinasyona özgü anahtar kelimelerle görsel ağırlıklı bir tarama

yapmakta; “yakınımda” türü aramalar ile platform listelerini kısa sürede daraltmaktadır. Bu noktada kullanıcı üretilmiş içeriğin (UGC) hacmi ve güncelliği “canlılık sinyali” vermekte; düzenli güncellenen görsel ve menü bilgilerinin tercih olasılığını yükselttiği bulgulanmaktadır (Leung, Law, van Hoof, & Buhalis, 2013; Zeng & Gerritsen, 2014). Türkiye bağlamında sokak lezzetleri ve coğrafi işaretli ürünler (ör. baklava, künefe, ezine peyniri) görsel estetikle desteklendiğinde daha erken evrede güçlü bir merak uyandırmakta; “denenebilirlik” algısı artmaktadır.

Değerlendirme evresinde eWOM’un güvenilirlik ve yararlılık boyutları belirleyici hale gelmektedir. Yorumların ayrıntı seviyesi, fotoğraf/videoyla desteklenmesi ve yazarın itibarı, algılanan güvenilirliği yükseltmektedir (Filieri, 2016). Yardımcı nitelikteki bilgiler (fiyat aralığı, porsiyon büyüklüğü, alerjen ve diyet etiketleri, ödeme ve rezervasyon koşulları) bilişsel yükü azaltarak niyet oluşumunu hızlandırmaktadır (Filieri, Hofacker, & Alguezaui, 2018). Aşırı olumlu ya da aşırı olumsuz uç yorumların güven algısını iki yönlü etkileyebildiği; dengenin orta-yüksek puan ile gerekçelendirilmiş metinlerde kurulduğu gösterilmektedir (Sparks & Browning, 2011). Türkiye’de hijyen, helal/vegan seçenekler ve fiyata karşı değer gibi temaların yorum metinlerinde sık görünmekte olduğu; bu temalara verilen yanıtların (işletme geri dönüşleri) güven duygusunu pekiştirmekte bulunduğu gözlenmektedir.

Rezervasyon/ziyaret evresi, çevrimiçi vaat ile yerinde deneyim arasındaki tutarlılığın test edildiği kritik eşiği oluşturmaktadır. Hizmet kalitesinin dijital uzantısı olan e-hizmet deneyimi; kullanılabilirlik, güvenlik, verim ve tepki hızı gibi boyutlarda değerlendirilmektedir (Parasuraman, Zeithaml, & Malhotra, 2005). Restoran ya da atölye sayfasında açıkça sunulan alerjen bilgisi, oturma düzeni, engelli erişimi ve çok dilli menü, Türkiye’ye gelen yabancı ziyaretçiler için belirsizliği azaltmakta; memnuniyet olasılığını artırmaktadır (Cohen & Avieli, 2004). Mekanın ışık, ses, koku ve servis ritmi gibi çok-duyulu öğeleri, dijitalde kurulan beklentiyle uyum gösterdiğinde “vaat–deneyim açıklığı” kapanmakta; tekrar ziyaret niyeti güçlenmektedir (Kivela & Crofts, 2006).

Paylaşım/hatırlama evresinde kullanıcı, anılarını yorum, görsel ve kısa videolarla dolaşıma sokmaktadır. İçeriğin duygusal tonu (coşku, sürpriz, nostalji) ve anlatı kurgusu, diğer kullanıcıların keşif akışına geri besleme olarak girmekte; destinasyon imajı sürekli yeniden üretilmektedir (Leung vd., 2013). Türkiye özelinde festival ve pazar yerlerinden yapılan canlı yayınlar ve “hikaye/reels” formatındaki kısa videolar, anlık ilgi dalgaları oluşturmakta; bu dalgalar, belirli sokak lezzeti duraklarında yoğun talep kümeleri doğurmaktadır. Bu etki, yönetim ve kalabalık yönetimi açısından da yeni protokoller gerektirmektedir.

eWOM’un ikna ediciliği, üç ana değişkenle açıklanmaktadır: kaynak güvenilirliği, bilgi yararlılığı ve içerik tutarlılığı. Kaynak güvenilirliği, yorumcunun profil şeffaflığı ve geçmiş katkılarıyla yükselmekte; yararlılık, ayrıntı ve somutluk düzeyiyle artmaktadır (Filieri, 2016). İçerik tutarlılığı ise farklı platformlardaki anlatıların birbirini doğrulamasıyla kurulmaktadır. Türkiye’de bir işletme hakkında TripAdvisor, Google Haritalar ve Instagram’da benzer temaların belirmesi, “konsensüs etkisi” yaratmakta; kuşku eşiği düşmektedir. Ayrıca, mikro-influencer paylaşımları yerel bağlama aşına dil ve görsellikle ilerlediğinde, “yakınlık güveni” üretmekte; büyük takipçili hesaplara kıyasla daha yüksek etkileşim oranları gözlenebilmektedir. Algılanan otantiklik talep tarafında özel bir değer önerisi oluşturmaktadır. Otantiklik “eski/yerel” etiketleriyle olmasının yanında üreticiyle temas, açık mutfak anlatısı, teknik gösterimler (hamur açımı, fermente süreçler) ve yerel malzeme vurgusuyla performatif biçimde kurulmaktadır (Sims, 2009; Kolar & Žabkar, 2010). Dijitalde bu performans, kısa eğitim videoları, üretici ziyaretlerinin rotaları ve

mevsimsellik/menşei etiketlerinin görsel kanıtlarıyla aktarılmaktadır. Türkiye’de Gaziantep mutfağında el emeği tekniklerin, Ege’de zeytinyağı-ot kültürünün ve Karadeniz’de balık–mısır ilişkilerinin bu tür içeriklerle sunulması, “yerinde öğrenme” vaadini güçlendirmektedir. Otantiklik iddiası çevrimiçi doğrulama ve yerinde deneyimle tutarlı ilerlediğinde, memnuniyet ve tavsiye etme eğilimi artmaktadır (Kivela & Crotts, 2006; Mak vd., 2012).

Talep tarafında risk algısı ve hijyen beklentisi de güçlü belirleyiciler arasında yer almaktadır. Özellikle yabancı mutfakla ilk temaslarda gıda güvenliği, alerjenler ve dini/etik beslenme kurallarına uygunluk sorgulanmakta; bu başlıklarda şeffaf bilgi sunumu ikna gücünü artırmaktadır (Cohen & Avieli, 2004). Menüde “helal”, “vegan”, “glütensiz” işaretlerinin tutarlı biçimde kullanılması, Türkiye’yi ziyaret eden farklı inanç ve yaşam tarzı grupları için kapsayıcı bir deneyim çerçevesi sunmaktadır. Ayrıca, sürdürülebilirlik etiketleri (yerel tedarik, atık yönetimi, su–enerji verimliliği) giderek daha fazla kullanıcı tarafından değerli bulunmakta; bu etiketlerin doğrulanabilir biçimde görünür kılınması marka güvenini yükseltmektedir (Everett, 2016).

Dijital hikaye anlatımı talep oluşumunda merkezi bir rol üstlenmektedir. Estetik güçlendirilmiş tabak görselleri, hazırlık aşamalarını gösteren kısa videolar ve mekanın atmosferini hissettiren ses–ışık kayıtları, duysal sezgileri tetiklemekte; “tat beklentisi” bilişsel olarak çerçevelenmektedir (Leung vd., 2013). Bu anlatının aşırı “mükemmelleştirilmiş” biçimde kurgulanması, vaat–deneyim açığı yaratabilmekte; bu nedenle gerçekçi sunum, yorumlardan alıntılar ve perde arkası görüntülerle desteklenen şeffaf bir dil önerilmektedir. Türkiye’de aile işletmeleri, ustalık anlatılarını ve soy hikayelerini bu çerçeveye dahil ettiklerinde, “köken” ve “emek” temaları üzerinden duygusal bağ kurulmaktadır.

Talep tarafında fiyat–değer algısı da eWOM ile eş zamanlı çalışmaktadır. Kullanıcılar, benzer segmentteki işletmeler arasında fiyat/porsiyon, servis hızı ve konum erişimi gibi ölçütlerle karşılaştırma yapmakta; bu karşılaştırmalar çoğu zaman harita tabanlı listelerde ve yorum metinlerinde gerçekleşmektedir (Sparks & Browning, 2011). Türkiye’de kur dalgalanmaları ve mevsimsel arz koşulları, fiyat şeffaflığını daha önemli hale getirmektedir. Güncel menü, porsiyon görselleri ve “mevsimsel değişir” uyarılarının açıkça belirtilmesi, niyet kırılmalarını azaltmaktadır.

Ziyaretçi memnuniyeti ve tekrar niyeti, vaat–deneyim uyumuna, hizmet kalitesinin e-hizmet boyutlarında doğrulanmasına ve otantiklik performansının inandırıcılığına bağlı olarak yükselmektedir (Kivela & Crotts, 2006; Parasuraman vd., 2005). Paylaşım evresinde olumlu deneyimlerin anlamlı bir kısmı “yararlı bulunma” ve “kaydetme” gibi etkileşimlerle görünür olmakta; bu sinyaller, platform sıralamalarında dolaylı bir avantaj yaratmaktadır (Zeng & Gerritsen, 2014). Türkiye’de gastronomi festivallerine ilişkin içeriklerin kamusal hesaplar tarafından derlenmesi, “keşif listeleri” üretmekte; bu listeler, kullanıcıların rotalarını belirgin biçimde etkilemektedir.

Son olarak, dijital okuryazarlık ve algoritmik farkındalık talep tarafının sağlıklı yönlendirilmesi için önem kazanmaktadır. Kullanıcılar, sponsorlu içerik ile organik paylaşım arasındaki ayrımı görebildiğinde ve sahte/tek kullanımlık hesaplardan gelen yorumları ayırt edebildiğinde, karar kalitesi artmaktadır. İşletmelerin şeffaf yanıt politikaları, hata/aksaklık anlarında sorumluluk alması ve düzeltici eylemleri görünür kılması, eWOM’un uzun vadeli güvenilirliğini desteklemektedir (Filiari, 2016). Türkiye’de destinasyon yönetim örgütlerinin çok dilli bilgilendirme sayfaları ve doğrulanmış rozet uygulamalarıyla bu farkındalığı desteklemesi, müşterek güveni güçlendirmektedir. Böylece dijital müşteri yolculuğu, platform ekonomisinin hız

ve ölçek avantajlarını yerel gastronomi mirasının sahici temsiliyle birleştiren dengeli bir çerçevede ilerlemektedir.

Arz Tarafı ve Destinasyon Tasarımı: İşletmeler, Üretici Ağları ve Platform Stratejileri

Dijital platformlaşma, Türkiye’de gastronomi arzını görünürlük düzeyinde olduğu gibi menü kurgusundan tedarik zinciri mimarisine, kapasite–fiyat optimizasyonundan mekanın çok-duyulu temsiline kadar geniş bir bantta yeniden şekillendirmektedir. Çok-taraflı pazar mantığı ile çalışan platformlar, işletme–ziyaretçi–içerik üreticisi üçgenini aynı ara yüz üzerinde buluşturmakta; veri akışını eşleştirme verimliliğine dönüştürmekte ve ağ etkileri üretmektedir (Hagiu & Wright, 2015; Parker, Van Alstyne, & Choudary, 2016). Bu bağlamda Türkiye’de restoranlar, üretici kolektifleri ve destinasyon yönetim aktörleri, platform stratejilerini birbirine eklemleyerek farklı ölçeklerde sinerji üretmeye çalışmaktadır.

İşletme ölçeğinde dijital vitrinin mimarisi, menü mühendisliği, görsel dil, vaat–deneyim tutarlılığı ve kapasite yönetimi etrafında kurulmaktadır. Menünün çevrimiçi sunumunda porsiyon görselleri, mevsimsellik–menşei bilgisi ve alerjen/özel diyet etiketleri görünürlük kazanmaktadır; bu sayede e-hizmet kalitesinin “bilgilendiricilik” ve “kullanılabilirlik” boyutları güçlenmektedir (Parasuraman, Zeithaml, & Malhotra, 2005). Türkiye’de turist yoğun bölgelerde çok dilli menüler ve fiyat şeffaflığı, niyet kırılmalarını azaltmaktadır. Rezervasyon ve bekleme sürelerinin yönetimi, restoran gelir yönetimi literatüründe önerilen talep fiyatlandırması, oturma süresi politikası ve kapasite tahsisi araçlarıyla desteklenmektedir (Kimes, 2004). Platformların gerçek zamanlı yoğunluk verisi ve bildirim özellikleri, kuyruk yönetimini şeffaflaştırmakta; vaat edilen deneyim ile gerçekleşen deneyim arasındaki açıklık kapanmaktadır.

Görsel-işitsel anlatı, arz tarafında önemli bir rekabet alanı haline gelmektedir. Işık, ses, servis ritmi ve tabak estetiği, kısa video ve fotoğraf setleriyle çevrimiçi sahnelenmekte; bu temsil, mekanın duysal kimliğini önceden çerçevelemektedir (Leung, Law, van Hoof, & Buhalis, 2013). Türkiye bağlamında sokak lezzetleri (örneğin dürüm, midye dolma, kokoreç) ile incelikli restoran deneyimleri yan yana görünür hale gelmekte; farklı segmentler aynı şehir içinde tamamlayıcı rotalar oluşturmaktadır. İşletmeler, perde arkası üretim süreçlerini (hamur açımı, fermente adımları, taş fırın kullanımı) kısa eğitim videolarıyla sunmakta ve “yakından temas” hissi yaratmaktadır; bu sunum algılanan otantiklik değerini yükseltmektedir (Kolar & Žabkar, 2010; Sims, 2009).

Üretici ağlarının platformlarla entegrasyonu, Türkiye’nin gastronomi turizmi için ayırt edici bir kaldıraç oluşturmaktadır. Coğrafi işaretli ürünlerin (ör. baklava, ezine peyniri, ayvalık zeytinyağı) dijital doğrulanabilirlik katmanıyla sunulması, kanıtlanabilir otantiklik iddiasını güçlendirmektedir (Tregear, Arfini, Belletti, & Marescotti, 2007; Bowen & Zapata, 2009). Bu doğrulama, izlenebilirlik araçları ve kısa tedarik zincirleri üzerinden kurgulanmakta; üretici–işletme–ziyaretçi temasını atölye, pazar/çiftlik ziyareti ve tadım oturumlarıyla derinleştirmektedir. Türkiye’de belediyeler, odalar ve borsalarla iş birliği içinde “yerel üretici dizinleri” ve coğrafi işaret haritaları oluşturmaktadır; bu haritalar platform sayfalarına gömülme ve ziyaretçinin rota planlamasını kolaylaştırmaktadır.

Destinasyon ölçeğinde platform stratejileri, kamusal aktörler ile özel sektörün içerik ve veri paylaşımı üzerinden ortak bir anlatı kurmasına dayanmaktadır. Akıllı turizm yaklaşımı, konum verisi, gerçek zamanlı geri bildirim ve çok dilli bilgi katmanlarının entegrasyonu ile deneyimi kişiselleştirmektedir (Gretzel, Sigala, Xiang, & Koo, 2015). Türkiye’de festivallerin ve gastronomi

etkinliklerinin (ör. yerel lezzet şenlikleri, hasat temalı programlar) platform takvimleriyle senkronize edilmesi, talep akışını zamana ve mekana yaymaktadır. Böylece kalabalık yönetimi ve taşıma kapasitesi baskıları dengelenmekte; deneyim kalitesi korunmaktadır. Aynı zamanda sürdürülebilirlik göstergeleri (gıda atığı, su/enerji verimliliği) destinasyon panolarında düzenli raporlanmakta; sorumlu gastronomi imajı güçlenmektedir (Filimonau & Delysia, 2019).

Standardizasyon ve farklılaşma gerilimi, arz tarafında sürekli yönetilmesi gereken bir meydan okumayı temsil etmektedir. Platform algoritmaları, belirli sunum kalıplarını ve estetik kodlarını ödüllendirmekte; bu durum menülerin ve sunumların birbirine benzemesine yol açabilmektedir. Aynı zamanda, “yerel farklılık” temelli mikro anlatılar (ustalık hikayesi, köken/bölge bağlantısı, mevsimsel ritüeller) özgünlüğü görünür kılmakta ve farklılaşmayı sürdürmektedir (Sigala & Gretzel, 2017). Türkiye’de aile işletmeleri, soy hikayesi ve ustalık aktarımını dijital dillerine yerleştirdiklerinde, duygusal bağ kurma kapasitesi yükselmektedir. Bu anlatı, eleştirel kullanıcı yorumlarıyla diyalog kurarak güncellenmekte; şeffaf yanıt politikası güveni pekiştirmektedir (Filieri, 2016).

Arz tarafı risk yönetimi ve dayanıklılık, platform çağında öne çıkmaktadır. Tedarik şokları, fiyat dalgalanmaları ve beklenmedik krizler karşısında menü esnekliği, alternatif tedarik ağı ve iletişim protokolleri belirleyici olmaktadır (Ritchie & Jiang, 2019). Türkiye’de mevsimsellik ve bölgesel farklılıklar, ikame malzeme stratejilerini teşvik etmektedir; bu stratejiler, menüde açık iletişimle aktarıldığında güven sorunu yaratmamaktadır. Kriz anlarında platformların duyuru, rezervasyon iptali ve telafi teklifleri için kullanılması, itibarın hızlı onarılmasını kolaylaştırmaktadır.

Veri-temelli karar verme, arz tarafının rekabet gücünü artırmaktadır. Çevrimiçi yorum madenciliği ve duygu analizi, menü-servis iyileştirmeleri ve kapasite planlamasına doğrudan geri besleme sağlamaktadır (Leung vd., 2013). Türkiye’de işletmeler, popüler ürünlerin saat-gün kırılımını izlemekte; dinamik hazırlık ve satın alma kararları vermektedir. Aynı şekilde, destinasyon yönetim örgütleri platform verilerini ısı haritaları ve rotalar halinde görselleştirerek yönlendirme tabelaları, güvenlik ve temizlik planlarını optimize etmektedir. Bu uygulamalar, akıllı turizm destinasyonu çerçevesiyle uyum içinde ilerlemektedir (Gretzel vd., 2015).

Kapasite-fiyatlandırma-kanal yönetimi, platform ekonomisinin komisyon ve görünürlük dinamikleri altında yeniden dengelenmektedir. Restoranlar, yüksek komisyonlu kanal ile doğrudan rezervasyon/yerinde tüketim kanalı arasında portföy mantığıyla hareket etmekte; belirli gün-saat pencerelerinde kampanya ve paketleri ayrıştırmaktadır. Gelir yönetimi, sabit maliyet yüksekliği olan küçük işletmeler için önemli bir kaldıraç haline gelmektedir (Kimes, 2004). Türkiye’de işletmeler, yerel sakinler için “hafta içi öğle menüsü” ve ziyaretçi için “deneyim menüsü” gibi farklılaştırılmış ürünleşme yoluna gitmektedir; bu yaklaşım platformlarda segment bazlı görünürlüğü artırmaktadır.

Sürdürülebilir tedarik ve yeşil operasyonlar, arz tarafının itibarını güçlendirmektedir. Gıda atığı azaltma, yerel-kısa tedarik, yeniden kullanılabilir servis malzemeleri ve enerji verimliliği uygulamaları hem maliyet avantajı hem de algısal değer üretmektedir (Filimonau & Delysia, 2019). Türkiye’de pazaryeri-üretici iş birlikleri, hasat dönemlerinde “mevsim menüsü”nü öne çıkarmakta; bu vurgunun dijitalde izlenebilirlik kanıtlarıyla desteklenmesi, güvenilirlik sağlamaktadır. Coğrafi işaret ve üretici profilleri, platform sayfasında yer aldığı anda, ziyaretçi deneyiminin “yerinde öğrenme” boyutu güçlenmektedir (Tregear vd., 2007).

İçerik ortak üretimi (co-creation), arz tarafının toplulukla kurduğu ilişkiyi derinleştirmektedir. Atölye, tadım ve pazar gezilerinin etkinlik sayfalarında kullanıcı içerikleriyle birleştirilmesi, katılımcı deneyimi ölçeklendirmektedir (Neuhofer & Buhalis, 2021). Türkiye’de belediyelerin ve DMO’ların düzenlediği rota yürüyüşleri, “ustayla tanışma” oturumları ve genç şef yarışmaları, platformlarda yüksek etkileşim üretmekte; bu etkileşimler işletme sayfalarına trafik taşımaktadır. Mikro-influencer iş birlikleri, yerel bağlama aşına anlatım ve gerçekçi estetik sayesinde erişilebilir bir ikna zemini oluşturmaktadır. Yönetişim ve standartlaşma, arz tarafı stratejilerini kurumsal bir çerçevede birleştirmektedir. Erişilebilirlik standartları (rampsız giriş, menüde piktogramlar, işaret dili videoları), alerjen–diyet etiketleri ve çok dilli bilgilendirme, platform sayfalarında ortak bir şablonla sunuldukça, karşılaştırılabilirlik ve güven artmaktadır (Parasuraman vd., 2005). Türkiye’de kamu–özel–sivil paydaşların ortak hazırladığı “dijital içerik rehberi”, fotoğraf–metin kalitesi, telif ve veri etiği sınırlarını netleştirmektedir. Sahte yorumlarla mücadele ve doğrulanmış rozet kullanımının yaygınlaştırılması, eWOM güvenilirliğini sürdürür nitelikte görünmektedir (Filieri, 2016).

Türkiye’de gastronomi arzı ve destinasyon tasarımı, platform ekonomisinin hız ve ölçek avantajlarıyla otantiklik–erişilebilirlik dengesini birlikte yönetmektedir. İşletmeler, menü mühendisliği, görsel–işitsel anlatı ve gelir yönetimini veri–temelli hale getirirken; üretici ağları izlenebilirlik ve coğrafi işaret doğrulamasıyla güven üretmektedir. Destinasyon aktörleri, akıllı turizm yaklaşımı ile içeriği standartlaştırmakta ve deneyimi kişiselleştirmektedir. Bu bütün, Türkiye’nin gastronomi turizmini daha görünür, öğrenilebilir ve hatırlanabilir bir ekosistem içinde güçlendirmekte ve sürdürülebilir rekabet üstünlüğü yaratmaktadır.

Sonuç

Bu çalışma, dijital platformların Türkiye’de gastronomi turizmi alanında deneyimin tamamını kapsayan bir dönüştürücü kuvvet olarak işlediğini ortaya koymaktadır. Ziyaretçi, keşif aşamasında arama ve sosyal ağ akışlarıyla yönlendirilmektedir; değerlendirme evresinde eWOM, görsel–metinsel içerik ve puan/yorum dinamikleri karar kalitesini belirlemektedir. Rezervasyon/ziyaret aşamasında çevrimiçi vaat ile yerinde deneyimin uyumu memnuniyet ve tekrar ziyaret niyetini güçlendirmektedir; paylaşım/hatırlama aşamasında kullanıcı üretimli içerik destinasyon imajını yeniden üretmekte ve yeni talep dalgaları yaratmaktadır. Türkiye bağlamında bu döngü, sokak lezzetlerinden incelikli restoran deneyimlerine, yerel pazar–çiftlik modüllerinden gastronomi festivallerine uzanan geniş bir yelpazeyi görünür kılmaktadır.

Kuramsal düzlemde otantiklik ile erişilebilirlik arasındaki dengenin performatif ve kanıtlanabilir bir zeminde kurulmakta olduğu anlaşılmaktadır. Üreticiyle temas, menşei ve mevsimsellik bilgisi, hazırlama tekniklerinin şeffaf sunumu ve çok-duyulu mekan anlatısı bu zemini beslemektedir. Türkiye’de coğrafi işaretli ürünlerin dijital doğrulanabilirlik katmanlarıyla sergilenmesi, kanıtlanabilir otantiklik iddiasını güçlendirmektedir. Aynı anda, alerjen–diyet etiketleri, hijyen ve erişilebilirlik bilgileri çevrimiçi arayüzlerde tutarlı biçimde sağlandığında, algılanan risk eşiği düşmektedir. Böylece gastronomi turizmi, yalnızca tadım odaklı bir uğraştan çıkmakta; öğrenme, paylaşma ve kimlik kurma eksenlerinde kalıcı bir deneyim mimarisi haline gelmektedir.

Arz tarafında işletmelerin menü mühendisliğini veriyle hizalaması, görsel–işitsel anlatıyı gerçekçi bir üslupla kurgulaması ve kapasite–fiyat yönetimini portföy mantığıyla yürütmesi rekabetçiliği artırmaktadır. Üretici ağlarının kısa tedarik zincirleri ve izlenebilirlik araçlarıyla platformlara entegre edilmesi, yerel geliri ve güven duygusunu pekiştirmektedir. Destinasyon ölçeğinde festival takvimlerinin çok dilli ve standardize bir içerikle sunulması, kalabalık yönetimini kolaylaştırmakta

ve taşıma kapasitesini dengede tutmaktadır. Böylelikle platform ekonomisinin hız ve ölçek avantajı, yerel mirasın korunmasına hizmet eden bir çerçeveye buluşturulmaktadır.

Politika ve yönetim düzeyi için üç temel öneri öne çıkmaktadır. Birincisi, standartlaşmış şeffaflık gereksinimi güçlenmektedir: menü–alerjen–diyet etiketleri, erişilebilirlik göstergeleri, menşei ve coğrafi işaret bilgileri sayfa şablonlarına gömülerek karşılaştırılabilirlik artırılmaktadır. İkincisi, veri-temelli ölçüm ve ortak panoların düzenli işletilmesi önem kazanmaktadır: ziyaretçi memnuniyeti, yerel ekonomi etkisi ve çevresel göstergeler periyodik olarak izlenmekte; elde edilen içgörüler yönlendirme, temizlik, güvenlik ve etkinlik akışlarına geri besleme olarak aktarılmaktadır. Üçüncüsü, dayanıklılık ve kriz yönetimi kapasitesinin genişletilmesi gerekmektedir: tedarik şoklarına karşı menü esnekliği, açık iletişim, iptal–telafi protokolleri ve itibar onarım adımları önceden tanımlanmış süreçlere bağlanmaktadır.

Dijital yetkinlikler, özellikle küçük ve aile işletmeleri için belirleyici bir eşik oluşturmaktadır. Görsel–metin standardı, çok dilli iletişim, fiyatlandırma şeffaflığı ve çevrimiçi itibar yönetimi becerileri, platform rekabetinde görünürlük ve güven üretmektedir. Yerel yönetimlerin ve meslek örgütlerinin bu başlıklarda eğitim programları ve içerik rehberleri geliştirmesi, ekosistemin genel kalitesini yükseltmektedir. Mikro–etkileyici iş birliklerinin yerel bağlama aşına bir dille yürütülmesi, yüksek bütçeli kampanyalara kıyasla daha sürdürülebilir etkileşimler yaratabilmektedir. Aynı şekilde, “yerinde öğrenme” modüllerinin (atölye, pazar/çiftlik ziyareti, ustalık gösterimi) platformlarda görünür kılınması, hatırlanabilirlik ve paylaşılabirlik düzeyini artırmaktadır.

Çevresel sürdürülebilirlik ve etik operasyonlar da stratejik bir farklılaşma alanı olarak güç kazanmaktadır. Gıda atığını azaltan uygulamalar, yerel–mevsimsel menüler, yeniden kullanılabilir servis malzemeleri ve enerji–su verimliliği yatırımları hem maliyet yönetimini desteklemekte hem de toplumsal değer üretmektedir. Bu uygulamaların dijital arayüzlerde doğrulanabilir rozetler ve özet göstergelerle sunulması, “sorumlu gastronomi” imajını pekiştirmektedir.

Araştırma açısından, karşılaştırmalı saha çalışmalarının ve çok kaynaklı veri entegrasyonunun derinleştirilmesi gerekmektedir. Yorum madenciliği, duygu analizi, konum verisi ve satış/rezervasyon kayıtlarının birlikte okunması, kişi başı harcama, kalış süresi ve yan harcama kalemleri üzerindeki etkileri daha net göstermektedir. Ayrıca, farklı ölçeklerdeki destinasyonların (büyükşehir, kıyı, kırsal) platform stratejilerini karşılaştıran tasarımlar, genellenebilir öneriler üretmektedir.

Genel olarak, dijital platformlar Türkiye’de gastronomi turizmini daha görünür, daha öğrenilebilir ve daha hatırlanabilir bir eksene taşımaktadır. Bu eksen, otantiklik ile erişilebilirliğin dengeli kurulduğu, e-hizmet kalitesinin tutarlı yönetildiği ve veri-temelli yönetişimin benimsendiği ölçüde sağlamlaşmaktadır. Paydaşlar bu ilkeleri uygulamaya yansıttıkça, kültürel miras korunmakta, yerel kalkınma hızlanmakta ve sürdürülebilir turizm hedefleri gerçekleştirilebilir bir ufka yerleşmektedir. Böylece Türkiye, platform ekonomisinin ölçek avantajlarını zengin gastronomi çeşitliliğiyle uyumlu bir denge içinde değerlendirerek kalıcı bir rekabet üstünlüğü elde etmektedir.

Kaynakça

Bowen, S., & Zapata, A. V. (2009). Geographical indications, terroir, and socioeconomic and ecological sustainability: The case of tequila. *Journal of rural studies*, 25(1), 108-119.

- Cohen, E., & Avieli, N. (2004). Food in tourism: Attraction and impediment. *Annals of tourism Research*, 31(4), 755-778.
- Dolnicar, S. (2019). A review of research into paid online peer-to-peer accommodation: launching the annals of tourism research curated collection on peer-to-peer accommodation. *Annals of Tourism Research*, 75, 248-264.
- Everett, S. (2016). *Food and drink tourism: Principles and practice*. Sage.
- Filieri, R. (2016). What makes an online consumer review trustworthy?. *Annals of Tourism Research*, 58, 46-64.
- Filieri, R., Hofacker, C. F., & Alguezaui, S. (2018). What makes information in online consumer reviews diagnostic over time? The role of review relevancy, factuality, currency, source credibility and ranking score. *Computers in Human Behavior*, 80, 122-131.
- Filimonau, V., & Delysia, A. (2019). Food waste management in hospitality operations: A critical review. *Tourism management*, 71, 234-245.
- Gawer, A., & Cusumano, M. A. (2014). Industry platforms and ecosystem innovation. *Journal of product innovation management*, 31(3), 417-433.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic markets*, 25(3), 179-188.
- Hagiu, A., & Wright, J. (2015). Multi-sided platforms. *International journal of industrial organization*, 43, 162-174.
- Kimes, S. E. (2004). Restaurant revenue management. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 45(1), 96-112.
- Kivela, J., & Crotts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of hospitality & tourism research*, 30(3), 354-377.
- Kolar, T., & Žabkar, V. (2010). A consumer-based model of authenticity: An oxymoron or the foundation of cultural heritage marketing?. *Tourism management*, 31(5), 652-664.
- Leung, D., Law, R., Van Hoof, H., & Buhalis, D. (2013). Social media in tourism and hospitality: A literature review. *Journal of travel & tourism marketing*, 30(1-2), 3-22.
- Mak, A. H., Lumbers, M., & Eves, A. (2012). Globalisation and food consumption in tourism. *Annals of tourism research*, 39(1), 171-196.
- Neuhofer, B., & Buhalis, D. (2021). Experience design in the smart tourism destination. In *Routledge handbook of the tourist experience* (pp. 616-629). Routledge.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). ES-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of service research*, 7(3), 213-233.
- Parker, G. G., Van Alstyne, M. W., & Choudary, S. P. (2016). *Platform revolution*. New York: W. W. Norton.
- Ritchie, B. W., & Jiang, Y. (2019). A review of research on tourism risk, crisis and disaster management: Launching the annals of tourism research curated collection on tourism risk, crisis and disaster management. *Annals of tourism Research*, 79, 102812.
- Sigala, M., & Gretzel, U. (Eds.). (2017). *Advances in social media for travel, tourism and hospitality: New perspectives, practice and cases*. Routledge.
- Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience. *Journal of sustainable tourism*, 17(3), 321-336.
- Sparks, B. A., & Browning, V. (2011). The impact of online reviews on hotel booking intentions and perception of trust. *Tourism management*, 32(6), 1310-1323.

- Tregear, A., Arfini, F., Belletti, G., & Marescotti, A. (2007). Regional foods and rural development: The role of product qualification. *Journal of Rural studies*, 23(1), 12-22.
- Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism management*, 31(2), 179-188.
- Zeng, B., & Gerritsen, R. (2014). What do we know about social media in tourism? A review. *Tourism management perspectives*, 10, 27-36.

Teşekkür

Bu çalışmanın hazırlanmasında yönlendirmeleri için Prof. Dr. Bahar Burtan Doğan'a teşekkür ederim.

Süryani Oruç Kültüründe İnanca Dayalı Beslenme ve Gastronomik Yansımaları

Kumri KIRKLER^{1*}

Turizm Fakültesi/Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye
kumruaktug6@gmail.com

Özet

Mezopotamya, tarih boyunca hem büyük uygarlıklara hem de zengin bir inanç çeşitliliğine ev sahipliği yapmış, bu da bölgedeki beslenme kültürünün dini öğretilerle sıkı biçimde iç içe gelişmesine neden olmuştur. İlahi dinlerde oruç ibadeti, yalnızca Tanrı'ya yönelişin bir biçimi değil, aynı zamanda insanın bedensel sınırlarını aşarak ruhsal arınmaya ulaşmasının bir aracı olarak görülmüştür. Yahudilikte kefarete ve pişmanlığa, Hristiyanlıkta riyazet ve kötülüklerden kaçınma, İslam'da ise takva ve empati kavramlarıyla anlam bulan oruç; bireyin nefsiyle mücadelesini ve toplumsal dayanışma bilincini güçlendirmektedir (Ay, 2015).

Bu bağlamda Süryanilik, Hristiyanlığın en eski kollarından biri olarak, oruç ibadetini hem teolojik hem de kültürel bir kimlik unsuru haline getirmiştir. Süryani inancına göre oruç, yalnızca günahların affı veya ruhsal disiplinin bir gereği değil, aynı zamanda toplumun bütünleşmesini sağlayan bir yaşam tarzıdır. Mardin ve Tur Abdin bölgesinde yaşayan Süryani toplulukları, yıl boyunca farklı süre ve biçimlerde oruç ve perhiz dönemleri uygulamaktadır. Bu dönemlerin en önemlileri; Büyük Oruç (Sawm Rabbo), Küçük Oruç, Çarşamba-Cuma perhizleri ve Kutsal Hafta oruçlarıdır. Bu oruçlarda et, süt, yumurta gibi hayvansal ürünlerin tüketimi tamamen yasaklanır; yalnızca bitkisel gıdalar, bakliyatlar, tahıllar ve zeytinyağı kullanılabilir (Macit Çifçibaşı & Yılmaz, 2022).

Bu oruç düzeni, Süryani toplumunun gastronomik kimliğini şekillendiren en önemli faktörlerden biridir. Etin, süt ürünlerinin ve hayvansal yağların kısıtlandığı bu dönemlerde, zeytinyağlı sebze yemekleri, mercimek çorbası, tahinli yiyecekler, nohut, bulgur ve bakliyat çeşitleri Süryani mutfağının temelini oluşturur. Bu yönüyle Süryani oruç kültürü, “dini beslenme kısıtlaması”nın ötesinde, ekolojik ve etik bir gıda tüketimi biçimi olarak da değerlendirilebilir. Süryani oruç mutfağında sadelik, tevazu ve doğallık, Tanrı'ya yakınlaşmanın bir ifadesidir. Zeytinyağının saflığı, tahinin bereketi, mercimeğin sadeliği, bu kültürde ruhsal saflığın sembolleri olarak görülmektedir.

Macit Çifçibaşı ve Yılmaz'ın (2022) Mardin'de yaşayan Süryanilerle yaptığı etnografik araştırmada, katılımcıların özellikle oruç dönemlerinde hayvansal gıdalardan kaçındıkları, yemeklerde zeytinyağı, sebze, tahıl ve bakliyat kullandıkları, bunun da dini yükümlülükle birlikte kültürel bir aidiyet oluşturduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların ifadelerine göre, Çarşamba ve Cuma günleri zeytinyağlı yemekler yenir, et ve süt ürünleri tüketilmez. Oruç dönemlerinde hazırlanan geleneksel yemekler arasında *kutli* (içli köfte), *irok* (kızarmış içli köfte), *kliçe* (Süryani çöreği), *merge* (soğanlı etli yemek) ve *lebeniye* (yoğurt çorbası) gibi yiyecekler yer almakta; ancak oruç süresince bu yemeklerin et içermeyen versiyonları tercih edilmektedir.

Gastronomik açıdan bakıldığında Süryani oruç kültürü, manevi yönü güçlü bir beslenme felsefesine dayanmaktadır. Oruç dönemlerinde uygulanan perhiz, yalnızca dini bir ritüel değil, aynı zamanda sürdürülebilir, sade ve etik bir gastronomi pratiği olarak değerlendirilebilir. Bu mutfak anlayışı, modern gastronominin öne çıkan “bitki temelli beslenme”, “doğal ürün kullanımı” ve “sıfır israf” gibi ilkeleriyle de örtüşmektedir. Süryanilerin oruç dönemi yemekleri, yerel ürünlerin mevsimselliğine dayanmakta, üretim ve tüketim süreçlerinde doğaya saygıyı esas almaktadır.

Ayrıca bu mutfak kültürü, Mezopotamya'nın çok katmanlı inanç mirasının da yaşayan bir göstergesidir. Mardin, Kırklar Kilisesi, Deyrulzafaran Manastırı ve Mor Gabriel Manastırı gibi kutsal mekânlarıyla yalnızca dini bir merkez değil, aynı zamanda inanç temelli gastronomi turizminin de odak noktalarından biridir. Süryani mutfağının oruç dönemlerine özgü lezzetleri, ziyaretçilere hem manevi hem kültürel bir deneyim sunarak bölgenin turistik değerini artırmaktadır.

Sonuç olarak, Süryani oruç kültürü; inanç, kimlik ve gastronomi arasındaki bütünleşmeyi somutlaştıran kadim bir gelenektir. İlahi dinlerdeki oruç anlayışıyla paralellik gösteren bu kültür, insanın Tanrı'ya yaklaşma çabasını yeme-içme davranışlarına yansıtırken, aynı zamanda Mezopotamya'nın çok kültürlü yapısı içinde beslenmeyi kutsal bir pratik haline getirmektedir. Bu yönüyle Süryani oruç mutfağı, sadece geçmişin bir mirası değil; günümüz gastronomi turizmi açısından da etik, ruhani ve kültürel sürdürülebilirliğin canlı bir örneğidir.

Anahtar Kelimeler: Süryani, Oruç, İnanca dayalı beslenme, Mezopotamya, Gastronomi, İnanç turizmi

Kaynakça

Ay, R. (2015). İlahi Dinlerde Oruç: Kaynağı, Amacı ve Uygulanışı Bakımından Karşılaştırmalı Bir İnceleme. *Journal of Analytic Divinity*, 5(2), 212-235.

Çiftçibaş, B. M., & Yılmaz, İ. (2022). Süryani Mutfak Kültürü; Mardin Örneği (Syriac Cuisine Culture; Example of Mardin). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 10(2), 1366-1384.

Üçüncü Nesil Kahve Demleme Yöntemlerinin Duyular Üzerindeki Etkisi

İrem ÖVEANAR^{1*}, Şeval KANI², Süleyman AKKAŞOĞLU³

^{1*}Sanat ve Tasarım Fakültesi
Doğuş Üniversitesi, Türkiye
202204008009@dogus.edu.tr

ORCID: 0009-0006-0693-5781

² Sanat ve Tasarım Fakültesi

Özet

Kahve, dünyanın en popüler ve en çok tüketilen içeceklerinden birisidir (Chambers vd., 2016: 465; Sözlü vd., 2017: 33). İnsanlar, günün her saatinde vakit geçirmek, dinlenmek, rahatlamak gibi nedenlerle kahve tüketebilmektedir. Kahve birçok toplumda içecekler içerisinde önemli bir yere sahiptir. Zamanla kahve tüketiminin artması ve teknolojinin gelişimi ile kahve tüketiminde yaygın olarak kullanılan çeşitli yöntem ve teknikler ortaya çıkmıştır (Kement vd., 2022: 278). Kahve'nin içecek olarak tüketilmeye başlamasıyla birlikte birçok geleneksel demleme ve tüketme yönteminin dışında kahve üç dalga (birinci, ikinci, üçüncü) olarak ele alınmıştır. Birinci dalga olarak adlandırılan dönemde kaliteden ziyade daha çok tüketime önem verilmiş. İkinci dalgaya geçişi sağlayan en önemli etkenlerden birisi ilk dalgada sunulan kahvenin kalitesizliği olmuştur (Şeker, 2020: 11). Üçüncü dalga kahve, birinci ve ikinci dalga kahveye tepki olarak ortaya çıkmıştır. Üçüncü dalga, kahvenin kendisini ön plana çıkaran ve hangi ülke topraklarında üretildiği, ne şekilde toplandığı, hangi işlem basamaklarından geçtiğini kapsayan bir özellik taşımaktadır (Tüzün, 2018: 25). Günümüzde üçüncü nesil kahve akımında uygulanan teknik ve yöntemler çeşitlilik göstermektedir. Pour Over (V60), French Press, Aeropress, Syphon, Chemex, Moka Pot, Cold Brew, Cold Drip gibi birçok yöntem geliştirilmiştir. Kahve çekirdeğinin öğütülmesi ve sonrasında uygulanan demleme yöntemi kahve kalitesini etkileyen en önemli unsurlardan birisidir (Kement, 2021; Gök, 2021). Demleme yöntemi, nihai kimyasal, fiziksel ve duyuşal özelliklerin kritik bir belirleyicisi olarak tanımlanmaktadır (Genovese vd., 2025). Üçüncü nesil kahve demleme, kahvenin özel demleme ekipmanları kullanılarak tüketicilere sunulmasını, bireylere kavurma ve demleme yöntemleriyle kahvelerini kişiselleştirme fırsatı verilmesini ve böylece kahve tüketiminin kişisel ve zenginleştirici boyutlarının geliştirilmesini sağlamaktadır (Ercik ve Keskin, 2024: 422).

Bu çalışmanın temel amacı üçüncü nesil kahve demleme yöntemlerinin duyuşal üzerindeki etkilerinin incelenmesidir. Araştırma kapsamında demleme yöntemlerinin duyuşal üzerindeki etkilerinin farklılık durumunun incelenmesi çalışmanın alt amaçlarını oluşturmaktadır. Özellikle görme, koku, tat ve dokunma gibi duyuşların kahve tüketicilerinin lezzet algısını ve demleme yöntemleri üzerindeki tercihlerini nasıl yönlendirdiğini ele alarak üçüncü nesil kahve kültüründe üniversite öğrencilerinin daha çok hangi demleme yöntemini neden daha fazla tercih ettiğinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda üçüncü nesil kahve demleme yöntemlerinin duyuşal üzerindeki etkilerinin incelenmesinde duyuşal analiz yönteminden yararlanılmıştır. Duyuşal analize katılım sağlayan panelistler Doğuş Üniversitesi'nde öğrenim gören ve kahve tüketen bireyler arasından kartopu örnekleme yöntemi kullanılarak seçilmiştir. Araştırmaya yarı eğitilmiş 15 panelist katılım sağlamıştır. Araştırma kapsamında üçüncü nesil kahve demleme yöntemlerinden Pour Over (V60), French Press, Filtre Kahve Makinesi ve Moka Pot kullanılarak kahveler demlenerek panelistlere kör tadım yaptırılmıştır. Dört farklı yöntem ile demlenen kahvelere farklı kodlar verilmiştir. Kahve

tadımları arasında damak lezzetinin nötrlenmesi için tadım geçişlerinde panelistler su tüketmiştir. Tadım sonrasında panelistler değerlendirmelerini duyuşsal analiz değerlendirme formu üzerinden yapmıştır. Araştırma neticesinde, kahve demleme yöntemleri arasında Moka Pot ve Pour Over (V60) yöntemleriyle hazırlanan kahvelerin, üniversite öğrencileri tarafından genel olarak daha yüksek duyuşsal beğeniye sahip olduğu belirlenmiştir. Buna karşın French Press yöntemi, tüm duyuşsal özelliklerde en düşük puanları almıştır. Bulgular, Moka Pot yöntemiyle elde edilen kahvelerin özellikle görsel görünüm ve doku açısından; Pour Over (V60) yöntemiyle hazırlanan kahvelerin ise koku açısından diğer demleme yöntemlerine kıyasla daha olumlu değerlendirildiğini göstermektedir. Araştırma sonuçlarının, kahve üreticileri ve tedarikçileri açısından stratejik planlama ve ürün geliştirme süreçlerine önemli katkılar sağlayacağı öngörülmektedir. Kahve çekirdeklerinin seçimi, kavurma süreci ve demleme teknikleri gibi üretim aşamalarında yer alan faktörlerin duyuşsal algılar üzerindeki etkisinin daha derinlemesine anlaşılması, sektörde yenilikçi yaklaşımların benimsenmesine olanak tanıyacaktır.

Anahtar Sözcükler: Kahve, Üçüncü nesil kahve, Demleme yöntemleri, Duyusal analiz

Kaynakça

- Chambers IV, E., Sanchez, K., Phan, U. X., Miller, R., Civile, G. V., & Di Donfrancesco, B. (2016). Development of a “living” lexicon for descriptive sensory analysis of brewed coffee. *Journal of sensory studies*, 31(6), 465-480.
- Ercik, C., & Keskin, S. N. (2024). Determination of taste profile in third wave coffee brewing methods using sensory analysis. *Eskisehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25(2), 421-439.
- Kement, Ü., Başar, B., & Güner, Ç. (2022). Üçüncü nesil kahve demleme yöntemlerinde duyuların rolü. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 6(2), 277-293.
- Kement, Ü., Başar, B., Güner, Ç., & Bükey, A. (2021). Kahve tüketicilerinin pour over yönteminde Etiyopya ve Kolombiya çekirdeklerine göre tat profillerinin incelenmesi. V. Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi,(ss. 655-668), Sakarya.
- Genovese, A., Caporaso, N., & Baiano, A. (2025). The Impact of Brewing Methods on the Quality of a Cup of Coffee. *Beverages*, 11(5), 125.
- Gök, İ. (2021). Kavurma işlemleri, demleme/pişirme yöntemlerinin kahvenin biyoaktif bileşenlerine etkisi: Fonksiyonel içecek olarak insan sağlığına faydaları. *Food and Health*, 7(4), 311-328.
- Sözlü, S., Yılmaz, B., & Tek, N. A. (2017). Kahve tüketimi ve bazı hastalıklarla ilişkisi: son yıllarda yapılan insan temelli araştırmaların irdelenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 8(2), 33-39.
- Şeker, G. (2020). Tüketim kültürü içinde kahvenin ve kahve dükkanlarının değişen anlamı: 3. dalga kahve tüketicileri üzerine fenomenolojik bir araştırma [Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi]. Ulusal Tez Merkezi.
- Tüzün, A. (2018). Tüketicilerin butik kahve dükkanlarını tercih etme nedenleri: Ankara ilinde bir araştırma [Yüksek Lisans Tezi, Batman Üniversitesi]. Ulusal Tez Merkezi.

Trabzon'un Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi Teması Kapsamında Değerlendirilmesi

Kaan YILMAZ^{1*}, Meral ÜZÜLMEZ²

¹Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Türkiye
kaan_61_yilmaz@hotmail.com

ORCID: 0009-0006-7889-1351

²Uygulamalı Bilimler Fakültesi/ Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Türkiye
meraluzulmez@osmaniye.edu.tr

ORCID: 0000-0001-8913-9532

Özet

Son yıllarda gastronomi turizmi ülkelerin ekonomisine ciddi ölçüde katkı sunan bir sektör haline gelmiştir. Özellikle yöresel yemekler ve yerel ürünlere ilgi gün geçtikçe artmaktadır. Bu kapsamda, ülkeler, bölgeler veya şehirler turist çekebilmek amacıyla yerel mutfaklarına önem vermekte ve uzun vadede ekonomik alanda kazanç sağlamak için gastronomi turizmi potansiyelini geliştirme yoluna gitmektedirler (Gülen, 2017: 32; Turan ve Akoğul, 2019: 371). Nitekim gastronomi turizmi, seyahat edilen yerlerin lezzetlerini tatma, ürünlerini tanıma, üretim alanlarını ve yemeğin hazırlanma aşamalarını görme gibi çeşitli arz kaynakları sunmaktadır. Gastronomi turizmi sayesinde ülkelerin tanınırlığı artmakta, yerel ürünlerin sürdürülebilirliği sağlanmakta ve yerel kalkınmaya katkı sunulmaktadır (Lin, Pearson ve Cai, 2011: 31). Bu kapsamda gastronomi, ülkeler için bir gelişim aracı olarak görülmekte ve gastronomi alanındaki gelişimler ülkelerin yakından takip edeceği bir unsur olmaktadır. Bu alanlardan bir tanesi de UNESCO yaratıcı şehirler ağına dâhil olmak ve gastronomi gelişimini tescil ettirmektir (Taşpınar, 2016). Nitekim UNESCO tarafından gastronomi alanında yaratıcı şehirler ağına seçilmek şehrin yerel özelliklerinin korunmasına, sürdürülebilirliğin sağlanmasına ve küresel ölçekte şehrin tanınırlık kazanmasına katkı sağlamaktadır. Bu sayede, ülkeler ve kentler gastronomi turizmi kapsamında gelişim göstermekte ve yöresel ve özgün değerlerini korumaları bu alandaki başvuru sayısını da arttırmaktadır (Xiaomin, 2017: 59-60).

UNESCO yaratıcı şehirler ağına Türkiye’den dâhil olan şehirler bulunmaktadır. Söz konusu şehirler incelendiğinde, en belirgin ortak özellikleri; tarihsel süreçte farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmalarından kaynaklı yaşanan kültürel etkileşim ve Anadolu’nun verimli topraklarının farklı tarım ürünleri açısından zengin bir çeşitlilik göstermesidir. Dolayısıyla, Türk mutfağının sahip olduğu bölgesel mutfak kültürü çeşitliliği dikkate alındığında, Türkiye’de bu ağa katılma ihtimali yüksek birçok şehir bulunmaktadır (Şahin ve Ünlüöner, 2021: 1205). Söz konusu bu şehirlerden birisinin de Trabzon olabileceği düşünülmektedir. Trabzon ili, tarım, balıkçılık, hayvancılık ve turizm bakımından zengin bir potansiyele sahiptir. Tarihsel süreçte birçok medeniyete ev sahipliği yaparak kültürel etkileşimde bulunmuştur. Trabzon yöresel ürünlerin çeşitliliği, marka yiyecekleri, coğrafi işaretli ürünleriyle geniş bir çeşitlilik sunmaktadır (Şen, 2019; Yılmaz, 2020). Bu kapsamda, Trabzon’un zengin mutfak kültürü sayesinde gastronomi turizminde göstermiş olduğu potansiyel, UNESCO yaratıcı şehirler ağına gastronomi teması kapsamında dâhil olabileceğini göstermektedir. Buradan hareketle, çalışmada Trabzon’un UNESCO yaratıcı şehirler ağına gastronomi teması kapsamında dâhil olabilme potansiyelini paydaşlar gözünden değerlendirebilmek hedeflenmektedir.

Araştırmanın örneklem grubunu Trabzon’da faaliyet alanları turizm ve yiyecek içecek sektörü olan kurum ve kuruluşlardaki çalışan bireyler oluşturmaktadır. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden olan görüşme tekniği kullanılmış olup; veriler görüşme formu aracılığıyla katılımcılardan kolayda örnekleme tekniğine göre toplanmıştır. Araştırmada kullanılan verilerin toplanabilmesi amacıyla gerekli olan etik kurul izin belgesi Etik Kurul. 2024/1/13 tarih ve sayı numarası ile alınmıştır. Görüşmeler, e-posta ve yüz yüze görüşmeler aracılığı ile 12 Mayıs-31 Mayıs 2024 tarihleri arasında toplanmıştır. Veri toplama süreci sonunda toplamda 15 katılımcıya ulaşılmıştır. Görüşme formundaki sorular, Şahin ve Ünlüöner (2021) tarafından gerçekleştirilen çalışmadan yararlanılarak oluşturulmuştur. Trabzon’un UNESCO yaratıcı şehirler ağına “gastronomi şehri” olarak katılabilme potansiyelini ortaya koymak için katılımcılara 9 araştırma sorusu sorulmuştur. Araştırmada, görüşme formu yoluyla toplanan verilerin çözümlenmesinde

betimsel analiz yöntemi tercih edilmiştir. Bu kapsamda, katılımcılardan elde edilen yanıtların kategorize edilmesi sürecinde görüşme formundaki sorular veya boyutlar rehber olarak kullanıldığı gibi daha önce alanyazında benzer çalışma yapmış olan araştırmacıların (Şahin ve Ünlüöner, 2021) oluşturdıkları temalardan da faydalanılmıştır.

Araştırmaya dâhil olan katılımcıların 6'sı kadın, 9'u erkek bireylerden oluşmaktadır. Katılımcıların çalıştıkları kurumlar incelendiğinde 10 katılımcının turizm meslek lisesinde 1'sinin ilçe belediyesinde, 2'sinin ise İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nde ve 2'sinin ise TSO'da çalıştığı görülmektedir. Katılımcıların hemen hemen hepsi uzun süredir aynı kurumda çalışmaktadır. Eğitim düzeyi olarak 9 katılımcının lisans mezunu 6 katılımcının ise yüksek lisans mezunu olduğu görülmektedir.

Yapılan betimsel analiz sonucunda, katılımcıların Unesco yaratıcı şehirler ağı hakkındaki bilgilerine yönelik yanıtların %58,3'lük kısmını ağ hakkında genel bilgiler; %41,7'lik kısmını ise Türkiye'den katılan şehirler kategorisinin oluşturduğu tespit edilmiştir. Trabzon'un UNESCO yaratıcı şehirler ağına "gastronomi" teması kapsamında katılması gerektiğini belirten katılımcıların bu sorunun nedenleri kısmına verdikleri yanıtların ise Trabzon gastronomisi (%55,5) ve Trabzon ile ilgili bilgiler (%44,5) olmak üzere iki kategoriye ayrıldığı görülmektedir. Trabzon'un "Gastronomi şehri" olması için yapılması gereken faaliyetler sorusuna yönelik katılımcı yanıtları; gastronomi turizmine yönelik faaliyetler (%61,5) ve tanıtıma yönelik faaliyetler (%38,5) olmak üzere iki kategori altında toplanmıştır. Ayrıca katılımcı yanıtlarının incelenmesiyle Trabzon'da öne çıkan yerel yiyecek ve içeceklerin; "yerel gıdalar/yemekler", "sebze ve kuru bakliyat yemekleri", "balık yemekleri", et yemekleri", "hamur işi yemekler" ve "tatlılar" olmak üzere 6 kategoriye ayrıldığı tespit edilmiştir.

Çalışma kapsamında elde edilen ilk sonuç görüşme sağlanan katılımcıların tamamının UNESCO yaratıcı şehirler ağı konusunda bilgisi olduğu yönündedir. Elde edilen bu sonuç, alanyazındaki çalışmalarla benzerlik göstermektedir. Örneğin; Şahin ve Ünlüöner (2023) tarafından yapılan çalışmada katılımcıların tamamının; Taştan ve İflazoğlu (2018) tarafından yapılan çalışmada ise katılımcıların yaklaşık olarak yarısının Unesco gastronomi şehri konusunda bilgi sahibi oldukları tespit edilmiştir. Buradan hareketle, çalışma kapsamına alınan katılımcıların Unesco gastronomi şehri ve kent gastronomisi ile ilgilenen, çalışmalar yürüten veya bu konularda fikir sahibi kişilerden oluştuğu ifade edilebilir.

Çalışmada elde edilen bir diğer sonuç ise katılımcıların tamamının Trabzon'un Unesco gastronomi şehri unvanı alması gerektiği yönündedir. Hali hazırda Trabzon'un Unesco gastronomi şehri olmak için herhangi bir başvuru yapmadığı görülmektedir. Bu kapsamda, katılımcılara bu süreci bölgede kimin üstleneceğine yönelik olarak da bir soru yöneltilmiş olup; katılımcıların büyük bir kısmının bu süreci kamu kurumlarının yönetmesi/yürütmesi gerektiği yönünde görüş bildirdiği ortaya çıkmaktadır. Alanyazında Gürbüz (2017) tarafından gerçekleştirilen çalışma sonucunda da Unesco gastronomi şehri için yapılan başvuruların kamu kurum ve kuruluşları aracılığıyla/desteği ile olması gerektiği vurgulanmıştır.

Trabzon'un gastronomi şehri seçilebilmesi için yapılması gereken faaliyetlerin neler olduğunun tespit edilmesi için sorulan sorunun analiz edilmesi sonucunda, katılımcı görüşlerinin Trabzon'un gastronomi şehri unvanı alabilmesi için yöre mutfağının gastronomik etkinlik ve faaliyetlerle ön plana çıkarılması ve tanıtım ve pazarlama çalışmalarına odaklanması şeklinde görüş bildirdikleri görülmektedir. Bu kapsamda, bölgede büyük çaplı gastronomik etkinliklere yer verilmesinin bu potansiyeli artıracığı ve gastronomi şehri unvanı alınması halinde Trabzon'da turizm ve

gastronomiden elde edilecek gelir ve faaliyetlerin artacağı hatta bölgenin markalaşmasına katkı sağlayacağı ifade edilmiştir. Bu konuyu daha önce ele almış çalışmalar incelendiğinde de benzer bulgular tespit edilmiştir. Örneğin, Gathen, Skoglund ve Laven (2020) tarafından yapılan çalışma sonucunda, bölgeye gastronomi şehri unvanı verilmesinin şehre markalaşma/marka kent olma yönünde katkı sağladığı ortaya çıkarılmıştır.

Trabzon mutfağında ön plana çıkan yerel yiyecek ve içeceklerinin neler olduğunun analiz edilmesi sonucunda, ilk sırada yerel gıdaların/yemeklerin olduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda, yerel yiyecek olarak kuymak tüm katılımcılar tarafından belirtilmiş olup; bunu Tonya tereyağının izlediği görülmektedir. Ayrıca çalışma sonucunda, bölgeye gelen turistlerin et yemeği olarak Akçaabat köfte; tatlı olarak ise Hamsiköy sütlacını deneyimlemek istedikleri ortaya çıkarılmıştır. Benzer şekilde, alanyazında Çataklı ve Yıldırğan (2021) ve Taş ve Selçuk (2024) tarafından gerçekleştirilmiş olan çalışmada turistlere Trabzon denildiğinde akla gelen yiyecek ve içeceklerin neler olduğu sorulmuştur. Söz konusu çalışmalar sonucunda, katılımcıların ilk sıralarda Akçaabat köfte ve kuymak gibi ürünleri belirttikleri saptanmıştır.

Son olarak katılımcılara Trabzon'da gastronomi turizminin geliştirilmesi için yapılması gerekenlerin neler olduğu sorulmuştur. Bu kapsamda, tanıtım faaliyetleri ve bu alanda fikir üretme kapasitesine sahip bireylerin bir ekip çerçevesinde koordineli bir şekilde çalışmasının gerekli olduğu üzerinde durulmuştur. Dolayısıyla Trabzon'un gastronomi turizminin geliştirilebilmesi amacıyla ilk olarak tanıtım faaliyetlerinin iyi planlanması ve bölgede yapılacak festival ve yarışmaların nicelik ve nitelik olarak artırılması hatta uluslararası ölçekte düzenlenmesi son derece önem arz etmektedir.

Anahtar Sözcükler: UNESCO, Yaratıcı şehirler ağı, Gastronomi, Trabzon.

Kaynakça

- Çataklı, S. ve Yıldırğan, R. (2021). Destinasyon markalaşmasında gastronomi turizminin rolü: Trabzon İli üzerine bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(4): 2506-2521.
- Gathen, C., Skoglund, W. ve Laven, D. (2020). The UNESCO creative cities network: A case study of city branding. In *International Symposium: New Metropolitan Perspectives* (pp. 727-737). Almanya: Springer.
- Gülen, M. (2017). Gastronomi turizm potansiyeli ve geliştirilmesi kapsamında Afyonkarahisar ilinin değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 31-42.
- Gürbüz, S., Serçek, G. Ö. ve Toprak, L. (2017). Mardin'in UNESCO yaratıcı şehirler ağına "gastronomi kenti" olabilirliğine ilişkin paydaş görüşleri. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 5(1), 124-136.
- Lin, Y. C., Pearson, T. E. ve Cai, L. A. (2011). Food as a form of destination identity: A tourism destination brand perspective. *Tourism and hospitality research*, 11(1), 30-48.
- Şahin, E. ve Ünlüönen, K. (2023). Adana'nın Unesco yaratıcı şehirler ağı gastronomi teması kapsamında değerlendirilmesi (Evaluation of Adana Under The Gastronomy Theme of The Unesco Creative Cities Network). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 9(2), 1204-1231.

- Şen, M. A. (2019). Trabzon mutfak kültürü. Türkiye Turizm Ansiklopedisi. Erişim Tarihi: 13.04.2024.
- Taş, S. ve Selçuk, G. N. (2024). Yerli ve yabancı turistlerin bakış açısı ile Trabzon'un gastronomik imajı. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 7(3), 847-872.
- Taşpınar, O. (2016). *Gastronomi turizminde içecek menülerinin planlanması ve geliştirilmesinde marka imajı ilişkisinin analizi İstanbul örneği*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Taştan, H. ve İflazoğlu, N. (2018). Hatay'ın Unesco gastronomi şehri olması ile ilgili yerel restoran işletmelerinin farkındalığının değerlendirilmesi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 6(Special Issue 3), 384-393.
- Turan, B. ve Akoğul, A. G. E. (2019). Gastronomi turizmine arz kaynağı oluşturabilecek ürünlerin belirlenmesi: Erzurum mutfağı örneği öz. *The Journal of Academic Social Science*, 92(92), 370-384.
- Xiaomin, C. (2017). "City of Gastronomy" of UNESCO creative cities network: from international criteria to local practice. *Social Systems Studies*, 55-67.
- Yılmaz, B. (2020). Trabzon geleneksel mutfağında tatlılar ve Çekme Helva. *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, (43), 59-68.

Somut Olmayan Kültürel Miras Unsuru Olarak Geleneksel Çocuk Oyunlarının Turizmde Kullanımı

Özlem GÜNCAN^{1*}

Turizm Fakültesi/ Turizm İşletmeciliği Bölümü
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Türkiye

¹ guncanozlem@hotmail.com

ORCID: 0000-0002-8974-9100

Özet

Günümüzde çocukların turizm pazarı için öneminin artması ile birlikte turizm işletmeleri de tesislerini çocukların ve çocuklu ailelerin ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde tasarlamaya ve hizmetlerini onlara uygun olacak şekilde çeşitlendirmeye başlamışlardır. Bu bağlamda işletmeler, tesislerinde çocuklar için çeşitli oyunlara yer vermeye başlamış ve aktivite çeşitliliğinin artırmışlardır. Bu noktada, geleneksel çocuk oyunlarının, turizm işletmeleri için önemli bir fırsat olarak ortaya çıktığı düşünülmüştür. Bu çalışma, bu düşünceden yola çıkarak hazırlanmış ve çalışmada, turizm işletmelerinin hizmet sunumu ve turistik ürün çeşitlendirmesi gibi konularda geleneksel çocuk oyunlarından ne derece faydalandıklarına ilişkin bir değerlendirmenin yapılması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda hazırlanan çalışma, turizm işletmelerinde kullanılan geleneksel çocuk oyunlarına yönelik mevcut durumun tespitine yönelik olarak tasarlanmıştır.

Çalışma, derleme niteliğinde hazırlanmış ve çalışma için gereken veriler nitel veri toplama tekniklerinden kaynak taraması yoluyla toplanmıştır. İkincil kaynakların taranması yoluyla toplanan veriler, araştırmanın konusu bağlamında değerlendirmeye alınmış ve geleneksel çocuk oyunlarının, nasıl bir kullanım alanı bulduğu ortaya konulmaya çalışılmıştır. Araştırmanın sonunda, kültürel mirasın aktarımında önemli bir rol oynayan geleneksel çocuk oyunlarının, somut olmayan kültürel miras unsuru olarak koruma altına alınması ve UNESCO'nun somut olmayan kültürel miras listesine girmesi gerektiği anlaşılmıştır. Diğer yandan, bu oyunların turizm işletmeleri için iyi bir fırsat olduğu, buna karşın turizm işletmelerinde bu oyunlara yeterince yer verilmediği görülmüştür.

Anahtar Sözcükler: Çocuk ve Oyun, Geleneksel çocuk oyunları, Somut olmayan kültürel miras (SOKÜM), Turizm, UNESCO.

Otel İşletmeleri Çalışanlarının Uzaktan Eğitiminde Oyunlaştırmanın Kullanımı

Mehmet Emin BAYNAZOĞLU^{1*}

¹Keşan Yusuf Çapraz Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu/Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü
Trakya Üniversitesi, Türkiye
meminbaynazoglu@trakya.edu.tr

ORCID: 0000-0003-1978-1348

Özet

Turizm endüstrisinde işletmelerin ticari sürdürülebilirliği, otel işletmelerini ziyaret eden misafirlerin memnuniyetleriyle doğru orantılı olarak değişmektedir. Misafir memnuniyetini sağlamak için ise otel işletmesinde çalışan personel tarafından sunulan hizmetin kaliteli olması beklenmektedir. Misafir memnuniyetini belirleme konusunda otel işletmesinin farklı departmanlarında çalışan her bir personel ayrı ayrı önem arz etmektedir. Sürekli değişen misafir talep ve beklentileri, otel işletmelerinde sunulan hizmet standartlarının sürekli geliştirilmesini ve çalışan yetkinliklerinin sürekli değişen misafir beklenti ve taleplerini karşılayacak şekilde güncellenmesini gerektirmektedir. Bu bağlamda, eğitim ve mesleki gelişim uygulamaları büyük önem taşımaktadır. Ancak, tipik olarak sınıf ortamlarında yüz yüze verilen geleneksel eğitim yaklaşımları, sektörün yoğun programları, vardiya sistemine dayalı çalışma saatleri ve yüksek operasyon temposu nedeniyle çalışanları etkili bir şekilde dahil etmekte çoğu zaman yetersiz kalmaktadır. Sonuç olarak, çalışanlar genellikle eğitim yorgunluğu, düşük motivasyon ve öğrenme çıktılarını sınırlı bir şekilde çalışmalarına yansıtabilmektedir.

Konaklama endüstrisindeki hızlı dijital dönüşüm, otellerin çalışanlarını nasıl eğittiği, yeteneklerini geliştirdiği ve onlarla nasıl etkileşim kurduğu konusunu yeniden şekillendirdi. Uzaktan eğitim,

örgütsel öğrenme stratejilerinin temel bir bileşeni haline geldikçe, otel yöneticileri personel arasında katılımı, motivasyonu ve bağlılığı artırmak için yenilikçi yöntemler arayışına girmektedir. Oyunlaştırma—oyun dışı bağlamlarda oyun unsurlarının kullanımı olarak tanımlanır—dijital öğrenme ortamlarında katılımı ve davranışsal sonuçları güçlendiren umut verici bir öğretim yaklaşımı olarak ortaya çıkmıştır. Konseptte dair erken temel çalışmalar, oyunlaştırmanın puanlar, başarılar, ilerleme takibi ve görevler gibi oyun tasarımı dinamiklerini davranışları etkilemek ve içsel motivasyonu artırmak amacıyla içerdiğini ortaya koymuştur (Deterding et al., 2011). Otel çalışanları için uzaktan öğrenme bağlamında, bu mekanizmalar sürükleyici, etkileşimli ve ölçülebilir eğitim deneyimleri yaratabilir.,

Oyunlaştırma kullanıcılarına özerklik tanıma, yetkinlik sağlama ve ilişkili olma gibi psikolojik ihtiyaçları ön plana çıkaran Öz-Yönetim Teorisi (Self-Determination Theory - SDT) ile yakından ilişkilidir (Deci & Ryan, 2000). Öğrenme ortamları oyunlaştırma sayesinde kullanıcılarına kendi hızlarında ilerlemelerine imkan tanır (özerklik), verilen görevleri tamamlamalarını sağlar (yetkinlik) ve lider tablolarına veya işbirlikçi görevlere katılım yoluyla da (ilişkililik) bu psikolojik ihtiyaçları karşılamaktadır. Bu özellikleri sayesinde, oyunlaştırma geleneksel çevrimiçi öğretimle karşılaştırıldığında daha yüksek bir katılımcı tarafından tercih edilmekte ve öğrenme ve öğrenilenlerin çalışma ortamına daha fazla yansımaları sağlanmaktadır. Literatürde bu konuyla ilgili yapılan çalışmalarda rozet, puan ve ödül sistemi gibi oyunlaştırma unsurlarının kullanıcı etkinliğini, sürekliliğini ve uzun vadeli katılımını büyük ölçüde artırdığını göstermektedir (Hamari, 2017; Hamari et al., 2014).

Otel işletmeleri hizmet üretip pazarladığı için ve misafirlerin işletmede yaşadıkları deneyim büyük önem arz etmektedir. Otelde sunulan hizmetin pazarlanması da otelin iç müşterileri olan çalışanlar tarafından gerçekleştirilmekte olduğu için oyunlaştırma unsurları hizmet kalitesinin sürekliliği açısından büyük önem arz etmektedir. Huotari ve Hamari (2012), oyunlaştırma unsurlarının, devam etmekte olan hizmet tasarımı süreçlerini daha eğlenceli hale getirdiğini vurgulamaktadır. Çalışan performansının doğrudan misafir memnuniyetini etkilediği otel işletmelerinde, oyunlaştırma uygulamaları daha istikrarlı bir hizmet deneyimi sunulmasına katkıda bulunabilecektir.

Oyunlaştırma ile çalışanların eğitimlere doğrudan ve karşılıklı etkileşim içinde katılımları sağlanmakta, böylelikle yüz yüze ya da uzaktan yapılan çalışan eğitimlerinin belirlenen hedeflere daha kısa sürede ulaşması mümkün olabilmektedir. Otel çalışanları için yüz yüze yapılan eğitimlere alternatif olarak uygulanan uzaktan eğitimlerde kullanılan içerik ve yöntemler büyük bir önem arz etmektedir. İçeriklerin katılımcılar tarafından daha çok beğenilip benimsenmesini sağlayan en önemli unsurlardan bir tanesi de katılımcıların eğitim sürecine dahil edilmesidir. Oyunlaştırma otel çalışanlarının özellikle uzaktan eğitim sürecine daha etkili ve interaktif bir şekilde katılmasını sağlamaktadır. Bunun yanı sıra, oyunlaştırma ile uzaktan eğitim esnasında anlatılanların katılımcılar tarafından daha kalıcı bir şekilde öğrenilmesi de mümkün olmaktadır. Bu çalışmada, otel işletmeleri çalışanlarına uzaktan eğitim aracılığıyla verilen eğitimlerde kullanılan oyunlaştırma öğelerinin otel çalışanlarına etkileri ele alınmaktadır. Bu çalışma otel çalışanlarına verilen uzaktan eğitim esnasında oyunlaştırmanın önemine vurgu yaparken, artan katılım, anında geri bildirim ve uyumluluk gibi faydalarına da dikkat çekmektedir. Sonuç ve öneriler kısmında sektör çalışanları ve yöneticilerine mevcut uzaktan eğitimlerin oyunlaştırma aracılığıyla nasıl daha etkili hale getirilebileceğiyle ilgili önerilerde bulunmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Turizm 1, Otel Çalışanları 2, Uzaktan Eğitim 3, Oyunlaştırma 4, Otel İşletmeleri 5.

Kaynakça

- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological inquiry*, 11(4), 227-268.
- Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., & Nacke, L. (2011). From game design elements to gamefulness: defining "gamification". In *Proceedings of the 15th International Academic MindTrek conference: Envisioning Future Media Environments* (pp. 9-15).
- Hamari, J. (2017). Do badges increase user activity? A field experiment on the effects of gamification. *Computers in Human Behavior*, 71, 469-478.
- Hamari, J., Koivisto, J., & Sarsa, H. (2014). Does gamification work?--a literature review of empirical studies on gamification. In: *47th Hawaii International Conference on System Sciences* (pp. 3025-3034). Ieee.
- Huotari, K., & Hamari, J. (2012, October). Defining gamification: a service marketing perspective. In: *Proceeding of the 16th International Academic MindTrek conference* (pp. 17-22).

Turizmde Yeni Bir Alternatif: Sessiz Seyahat

Serkan BARUT^{1*}, Mehmet Necati CİZRELİOĞULLARI²

¹Lisansüstü Eğitim Enstitüsü/Turizm Rehberliği Anabilim Dalı
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye
serkanbarut1983@gmail.com
ORCID: 0000-0001-8984-9083

²Turizm Fakültesi/Turizm Rehberliği Bölümü
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye
necatizreliogullari@artuklu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-9884-6084

Özet

Sessiz seyahat, bireylerin huzurlu, sakin ve farkındalık temelli deneyimler arayışını yansıtan yeni bir turizm eğilimi olarak ortaya çıkmaktadır. Günümüz dünyasında artan kentleşme, dijitalleşme ve yaşam temposu, bireyleri gürültüden uzak, doğayla iç içe, dinginlik odaklı seyahat biçimlerine yönlendirmektedir. Bu turizm anlayışı, bireyin kendisiyle ve doğayla daha derin bir bağ kurmasını hedeflemekte; günlük yaşamın yarattığı zihinsel ve duygusal yüklerden arınmayı amaçlamaktadır.

Turizm sektöründe yaşanan hızlı dönüşümler, turist beklentilerinde de önemli değişimlere yol açmıştır. Modern yaşamın getirdiği stres, yoğun tempo ve dijital yorgunluk, bireyleri alternatif turizm türlerine yönelmiştir. Bu bağlamda sessiz seyahat (quiet travel), modern yaşamın baskısından uzaklaşmak isteyen gezginler için ön plana çıkan bir turizm yaklaşımıdır. Sessiz seyahat; huzur, dinginlik, sessizlik, doğayla bütünleşme, meditasyon ve dijital detoks gibi unsurları bünyesinde barındırmaktadır. Özellikle COVID-19 pandemisi sonrasında artan stres düzeyi, ruhsal denge arayışı ve sağlıklı yaşam eğilimleri, sessiz seyahate olan ilgiyi belirgin biçimde artırmıştır (Yalçın, 2023; Karaman, Sayın & Çiçekdağı, 2021).

Sessiz seyahat yalnızca bireysel bir deneyim alanı olmaktan öte, sürdürülebilir turizm, sağlık turizmi ve ekoturizm ile kesişen bütüncül bir kavram olarak değerlendirilmektedir. Dünya genelinde “sessiz oteller”, “retreat merkezleri” ve “sessiz şehirler” bu yaklaşımın öncü örnekleri arasında yer almaktadır. Türkiye özelinde ise yaylalar, kırsal köyler ve manastır alanları, sessiz seyahat deneyimleri için önemli bir potansiyel taşımaktadır (Akca & Özcan, 2021).

Bu çalışmada sessiz seyahat kavramı, literatür taraması yoluyla kavramsal bir çerçevede ele alınmış; alternatif turizm türleriyle olan ilişkisi incelenmiştir. Elde edilen bulgular, sessiz seyahatin hem turist deneyimlerinin çeşitlenmesine hem de destinasyonların farklılaşmasına katkı sağladığını göstermektedir.

Geleceğe yönelik bir perspektiften değerlendirildiğinde, sessiz seyahat eğilimlerinin doğa temelli ve sürdürülebilir turizm anlayışını destekleyerek gelişimini sürdüreceği öngörülmektedir. Yeni destinasyonların geliştirilmesi, yenilikçi projeler ve yaratıcı girişimler bu alanın potansiyelini ortaya koymakta; daha geniş bir kitle tarafından benimsenmesine zemin hazırlamaktadır. Sessiz seyahat, bireylerin ruhsal ve bedensel iyilik hâlini güçlendirmenin yanı sıra, çevresel ve kültürel değerlerin korunmasına da önemli katkılar sunmaktadır. Dolayısıyla, doğru planlandığında bu turizm türü, sürdürülebilirliği destekleyen, derinlemesine deneyimler ve yenilikçi bakış açıları sunan alternatif bir turizm modeli olarak önemini koruyacaktır.

Anahtar Sözcükler: Sessiz seyahat, Alternatif turizm, Sessiz destinasyonlar

Kaynakça

- Yalçın, M. (2023). *Tüketicilerin seyahat motivasyonları ile turistik ürün tercihleri arasındaki ilişkide kişilik özelliklerinin etkisi: z kuşağı bireyleri üzerine bir araştırma* (Doctoral dissertation, Balıkesir University (Türkiye)).
- Karaman, A., Sayın, K., & Çiçekdağı, M. (2021). *Yalnızlık turizmi*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Karataş, İ., Şengel, Ü., Danışman, O., & Genç, Ö. Ü. G. (2024). *Deprem kaynaklı belirsizliklerin turistlerin seyahat etme niyetine etkileri* (Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi (Türkiye)).
- Akca, C. C., & Özcan, Z. K. (2021). *Sakin şehir hizmetleri ve yerel kalkınma*. Ankara: Nobel Bilimsel Eserler.

Destinasyon İmajı Geliştirmede Turist Rehberlerinin Rolü: Safranbolu Örneği

Ahmet TOPBAŞ^{1*}, Nuray TÜRKER²

¹Safranbolu Turizm Fakültesi, Yabancı Diller Bölümü
Karabük Üniversitesi, Türkiye
ahmettopbas@karabuk.edu.tr

ORCID: 0000-0002-1196-4126

² Safranbolu Turizm Fakültesi/Rekreasyon Yönetimi Bölümü
Karabük Üniversitesi, Türkiye
nturker@karabuk.edu.tr

ORCID: 0000-0001-5701-5674

Özet

Bir turistik destinasyonun sahip olduğu imaj, turistlerin destinasyon seçimine etki eden faktörlerden biridir. Turistlerle birebir iletişimde ve etkileşimde bulunan, destinasyonun sahip olduğu çekicilikleri sunan ve tanıtan turist rehberleri destinasyonun imajının geliştirilmesinde ve güçlendirilmesinde önemli katkılar sağlamaktadır. Turistler farklı kaynaklardan elde ettiği bilgileri işleyerek destinasyon hakkında bir imaj oluşturmaktadır (Echtner & Ritchie, 1991). Turistlere bir destinasyonun tarihini, kültürünü, doğal güzelliklerini ve diğer önemli özelliklerini anlatan turist rehberleri, destinasyon algısını derinleştirebilmektedirler. Rehberlerin sunduğu bilgiler ve turiste yarattığı deneyimler, turistlerin destinasyon hakkında ilk izlenimlerinin oluşmasında kritik bir öne sahiptir. Rehberler, destinasyonun güzelliklerini ve özgünlüğünü ön plana çıkararak olumlu bir imaj yaratmaya, olumsuz unsurları ise geri planda tutmaya özen gösterirler (Bryon, 2012; Rabotić, 2010).

Çok farklı turizm türleri için hazırlanabilen rehberli turlarda turist rehberleri hem yol gösterici hem de lider olarak turistlere güvenli, konforlu ve keyifli bir gezi deneyimi sunmakla görevlidir. Rehberler ziyaretçileri bilgilendirir, çevreyi ve kamu düzenini koruyarak turu yönetir. Ayrıca turistler arasındaki sorunları çözer, yerel halkla etkileşimi sağlar ve konaklama, yemek, eğlence gibi organizasyonları düzenler (Cohen, 1985). *Bu bağlamda, rehberlerin profesyonelliği ve bilgi düzeyi, turistlerin destinasyon hakkında olumlu bir izlenim edinmesine katkı sağlamaktadır.*

Turist rehberleri, yerel kültürü ve gelenekleri tanıtarak turistleri destinasyonla daha yakın bir ilişki kurmaya teşvik etmektedir.

*Bu çalışma, Osmanlı döneminden kalma özgün mimari eserleri ile haklı bir ün kazanan, UNESCO Dünya Miras kenti Safranbolu üzerine odaklanmakta olup çalışmada Safranbolu destinasyon imajının geliştirilmesinde turist rehberlerinin rolünün belirlenmesi amaçlanmıştır. Nitel araştırma yöntemiyle gerçekleştirilen çalışmada Safranbolu’da ikamet eden ve minimum 5 yıllık mesleki deneyimi olan 12 profesyonel turist **rehberi ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır**. Katılımcıların belirlenmesinde amaçlı örnekleme yöntemlerinden kartopu örnekleme tekniği kullanılmıştır. Türkiye genelinde, araştırmanın yapıldığı 2025 Ekim itibariyle eylemli olan 11.294 turist rehberi bulunmakta olup bunların yaklaşık 50 tanesi sürekli olarak Safranbolu’da ikamet etmektedir.*

Veriler, araştırmacılar tarafından geliştirilen yarı yapılandırılmış görüşme formu ile toplanmıştır. Görüşmede sorulan sorular, literatür taraması ve alan uzmanlarının görüşleri yardımıyla hazırlanmıştır. Soruların kapsam ve anlaşılabilirliğini sağlamak amacıyla hem profesyonel rehberlik deneyimi bulunan hem de turizm fakültelerinde öğretim üyesi olarak görev yapan üç akademisyenden uzman görüşü alınmıştır. Görüşmeler Ekim 2025’te gerçekleştirilmiştir. 12 kişi ile görüşüldükten sonra veriler tekrar etmeye başladığı için görüşmeler sonlandırılmıştır. Görüşmeler ortalama 15–20 dakika sürmüş ve katılımcıların onayı alınarak ve gizlilik esasına uygun biçimde ses kaydı ile kayıt altına alınmıştır. Elde edilen veriler yazarlar tarafından deşifre edilerek Microsoft Word ortamına aktarılmıştır. Veriler, betimsel analiz ve içerik analizi teknikleri kullanılarak çözümlenmiştir. Güvenirliği artırmak amacıyla katılımcıların doğrudan alıntılarına yer verilmiştir. Benzer ifadeler gruplanarak, ana temalar ve alt temalar oluşturulmuştur. Tablo 1 araştırmadan elde edilen temaları ve alt kodları göstermektedir. Çalışmada üç tema ve 10 alt tema belirlenmiştir.

Tablo 1: Temalar ve alt kodlar

Temalar	Alt tema/Kod
Tema 1: Rehberin Safranbolu Destinasyonu Algısı ve Destinasyon Kimliği	Ayırt Edici Özellikler
	Ulusal İmaj ve Gerçek İmaj
	Kültür Elçisi Rolü
Tema 2: İmaj Geliştirme Stratejileri	Öne Çıkarılan Hikayeler
	Olumsuz Algıların Yönetimi
	Yaşayan Şehir İmajı
	Kalıcı İzlenimler
Tema 3: Sorunlar,	İmajı Zedeleyen Durumlar

Zorluklar ve Etki Değerlendirmesi	Yerel Halk-Turist Etkileşimi
	Algı Değişimi

Araştırmanın bulguları üç ana tema altında toplanmıştır;

1. Tema: Rehberin Destinasyon Algısı ve Kimliği

Ayrt Edici Özellikler: *Safranbolu'nun temel imaj unsurları; Safranbolu Evleri, Lokum ve Safrandır. Kanyonlar ve Zanaatlar da ayırt edici özelliklerdendir. Rehberler, Safranbolu'nun kent ölçeğinde korunan bir şehir olması ve açık hava müzesi niteliğini vurgulayarak destinasyonu diğer turistik destinasyonlardan ayırmaktadır.*

Ulusal İmaj ve Gerçek İmaj: Safranbolu'nun ulusal imajı, genellikle Osmanlı dönemi evleri ve mimari mirası üzerinden kurulduğu için oldukça güçlüdür. Rehberler, bu güçlü ulusal imaja rağmen, pazarlama eksikliklerinin ve özellikle kentsel koruma sorunlarının gerçek imaj üzerinde olumsuz bir etki yarattığını belirtmiştir.

Kültür Elçisi Rolü: *Tüm rehberler kendilerini Safranbolu'nun bir kültür elçisi veya aktarıcısı olarak görmektedir. Bu rol, anlatım tarzlarını doğrudan etkilemekte; rehberler kitabî bilgi yerine kişisel ve yaşanmışlıklara dayalı anlatımları tercih etmektedirler. Rehberlerin yalnızca bilgilendirme görevi değil, kentin kültürel kimliğinin aktarılmasında belirleyici aktör olma rolü bulunmaktadır.*

2. Tema: İmaj Geliştirme Stratejileri

Öne Çıkarılan Hikayeler: *Rehberler, tarihi süreçlerden ziyade, yaşam tarzını ve sosyal hayatı yansıtan anekdotları (örn. kim geldi penceresi, ev içi dönme dolap) ve Cinci Hoca gibi popüler figürleri anlatmaktadır.*

Olumsuz Algıların Yönetimi. Olumsuz algılar, genellikle turistler destinasyona gelmeden önce değil, destinasyona vardktan sonra altyapı, trafik ve yol sorunlarıyla karşılaştıklarında oluşmaktadır. En sık vurgulanan sorunlar altyapı yetersizlikleri (yol, tuvalet), trafik ve tarihi merkezdeki araç yoğunluğudur.: Rehberler, bu tür sorunlarla karşılaşıldığında durumu yumuşatmak için genellikle "Sorunların çözümü için yerel yönetimler çalışma yapmaktadır." şeklinde açıklama yapmaktadırlar. Bu bulgu, rehberlerin rolünün sadece kültürel aktarım değil, aynı zamanda kriz iletişimi ve destinasyon yönetiminin eksiklerini giderme çabası olduğunu göstermektedir. Rehberler, olumsuz unsurları geri planda tutmaya özen göstermektedirler.

Yaşayan Şehir İmajı: *Safranbolu'nun sadece evlerden ibaret olmadığını göstermek için turistler, zanaatların devam ettiği Demirciler Çarşısı ve Tabakhane gibi özgün alanlara yönlendirilmektedir.*

Kalıcı İzlenimler: *Rehberler, turistlerde koruma bilincine, açık hava müzesi algısına ve kaybolan sosyal değerlere (komşuluk, ahilik vb.) yönelik nostalji duygusu yaratmayı hedeflemektedir.*

3. Tema: Sorunlar ve Etki Değerlendirmesi

İmajı Zedeleyen Durumlar: En sık vurgulanan olumsuz unsurlar altyapı yetersizlikleri (yol, tuvalet), trafik ve tarihi merkezdeki araç yoğunluğudur. Ayrıca, aşırı ticarileşme ve özellikle satıcıların çığırkanlık yaparak turistleri taciz etmesi de imajı zedeleyen sorunlardandır. Aşırı turist yoğunluğu ve yöresel yemek sunan işletmelerin eksikliği de sorun olarak belirtilmiştir.

Yerel Halk-Turist Etkileşimi: Rehberlerin yerel halk-turist etkileşimine dair görüşleri net değildir ve farklılık göstermektedir. Bazı rehberler (K3, K5) Yörük Köyü veya esnaf gibi noktalardaki etkileşimi olumlu bulmaktadır. Bazı rehberler (K1, K2) ise turistin yanlış yönlendirilmesi veya olumsuz deneyim riski nedeniyle bu etkileşimi kontrol altında tutmayı, yani turistin yerel halkla temasını sınırlamayı tercih etmektedir. Bir katılımcı (K4), kitle turizmi koşullarında ve kısıtlı zamanda gerçek bir etkileşimin mümkün olmadığını belirtmiştir. Rehberler, bir yandan yerel kültürü ve gelenekleri tanıtarak turistleri destinasyonla daha yakın bir ilişki kurmaya teşvik etse de, diğer yandan yerel halkla kontrolsüz etkileşimin, özellikle ticari taciz nedeniyle, olumlu imajı zedelemesinden endişe etmektedirler. Bu durum, rehberlerin rolünde risk yönetimi boyutunu ön plana çıkarmaktadır.

Algı Değişimi ve Etkisi: Rehberlerin anlatımları sonrasında turistlerin Safranbolu'yu "köy zannetme" algısı değişmiştir. En somut etki, turistlerin "bizim evimiz de böyleydi" diyerek duygusal anlar ve nostalji yaşamalarıdır.

Bu bulgular ışığında, Safranbolu'nun imajının güçlendirilmesi için rehberlerin duygusal anlatım gücünün desteklenmesi, yerel yönetimlerin altyapı iyileştirmeleri sağlamaları ve aşırı ticarileşmeden kaçınmak için esnafın denetlenmesi gerektiği anlaşılmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Destinasyon imajı, Turist rehberi, Safranbolu, Destinasyon yönetimi.

Kaynakça

- Bryon, J. (2012). Tour guides as storytellers – From selling to sharing. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 12(1), 27-43. <https://doi.org/10.1080/15022250.2012.656922>
- Cohen, E. (1985). The tourist guide: The origins, structure and dynamics of a role. *Annals of Tourism Research*, 12(1), 5-29. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(85\)90037-4](https://doi.org/10.1016/0160-7383(85)90037-4)
- Echtner, C. M., & Ritchie, J. B. (1991). The meaning and measurement of destination image. *Journal of tourism studies*, 2(2), 2-12.
- Rabotić, B. (2010). Tourist guides in contemporary tourism. *International conference on tourism and environment*, 353-364.

Kültürel Miras Yoluyla Küçük Şehirlerin Gelişimine Yönelik Bir Model Önerisi: Kuramsal Bir Yaklaşım

Abdullah ERAVCI^{1*}, Songül YAVUZ²

¹Boyabat Meslek Yüksekokulu/Toptan ve Perakende Satış Bölümü
Sinop Üniversitesi, Türkiye
acravci@sinop.edu.tr

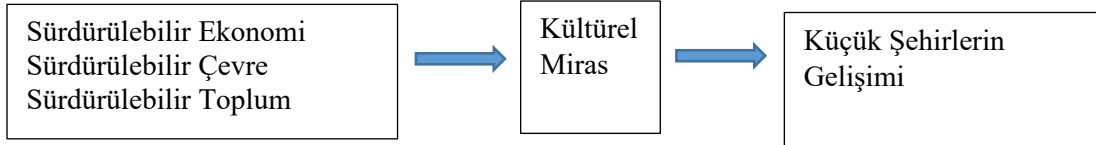
ORCID: 0000-0003-4184-0842

² Mersin Yenişehir Belediyesi Bilim ve Sanat Merkezi, Türkiye
son33gul-vuz@hotmail.com

ORCID: 0009-0004-6153-0723

Özet

Küçük şehirlerin kalkınma stratejilerinde kültürel mirasın rolü giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Kültürel mirasın rolü ve önemi pek çok çalışmaya konu olmuştur. Bununla birlikte Nocca (2017) tarafından ifade edildiği Sürdürülebilir Doğa Sürdürülebilir Çevre gibi kültürel mirasın şehir kalkınma programlarına dâhil edilmediğine tanık olunmaktadır. Bu nedenle küçük şehirlerin gelişimini kolaylaştıracak bir kültürel miras modeline ihtiyaç vardır. Bu çalışmada kültürel mirasın şehirlerin gelişiminde nasıl stratejik bir araç olabileceğine rehberlik edecek kuramsal bir çerçevenin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bourdieu'nün kültürel sermaye kuramı, Lévi-Strauss'un yapısalci yaklaşımı, sürdürülebilir kalkınma kuramı, şehir pazarlaması kuramı ve katılımcı planlama kuramı temel alınarak "KÜMŞEG – Kültürel Miras Temelli Şehir Gelişim Modeli" önerilmiştir. Model; kültürel miras, ekonomi, doğa ve toplum olmak üzere dört boyuttan oluşmaktadır. Bu kuramsal yaklaşım kültürel miras yoluyla küçük şehirlerin gelişimini açıklamayı hedeflemektedir. Saha çalışması içermeyen bu yaklaşım, teorik katkı sunmayı ve ileride yapılacak uygulamalı araştırmalara zemin hazırlamayı amaçlamaktadır.



Şekil 1. KÜMŞEG – Kültürel Miras Temelli Şehir Gelişim Modeli

Şehirlerin yapısı ve gelişimi karmaşık bir sistemdir. Yapı herhangi bir düzeyde sona erse bir başka düzeyde yeniden yapılanmaktadır. Lévi-Strauss'a göre karmaşık işlerin çözümünde parçalar arasında ilişki ağı kurulduğunda ve bütüncül bir yaklaşım parça ve bütün ilişkileri izlendiğinde sistem daha anlaşılır hale getirmektedir (Levi-Strauss, 1966: 31, 91, 268). Lévi-Strauss'un bu yapısalci yaklaşımı antropoloji ile ilgili görünse de bu alanla sınırlı kalmayıp sanattan matematiğe pek çok bilim dalı için felsefi bir yaklaşım olmuştur (Nar, 2014). Lévi-Strauss (1966) tarafından kültür ve doğa arasında ilişki kurulmuştur. İnsanın doğa üzerinde ulaştığı güç şehir yaşamını zorlaştırmıştır (Şimşek, 2024: 3108).

Küçük şehirlerde yaşamı kolaylaştırma ve şehir gelişimini sağlama yönünde insan, ekonomi, doğa, kültür ve sürdürülebilirlik kavramları öne çıkmaktadır. İnsan ve nüfus bir şehrin gerçeğidir. İnsanın olduğu yerde doğa üzerinde bir güç, kirlilik ve birtakım sorunlar söz konusudur. Sorunların başında ekonomik sorunlar, sosyal ve çevre sorunları gelmektedir. Bu sorunlara kültürel zıtlıkları da eklemek gerekmektedir (Şimşek, 2024). Bu yaklaşımla küçük şehirlerin gelişimi için önerilebilecek bir modelin merkezine kültürel mirası koymak mümkün görünmektedir.

Her şehir dünden bugüne kültürel miras bakımından somut ve soyut değerler taşımaktadır. Soyut değerler insanlar, giyim tarzları, yeme içme, konuşma, örf ve adetler gibi geniş bir alana işaret etmektedir. Kültürel miras daha çok soyut değerleri kapsamasının yanında kırsal bölgelerde ve küçük şehirlerde hayata ilişkin pratikleri içine almakta ve bu pratiklere kültürel mekânlar eşlik etmektedir (EU Urban Agenda, 2019). Bu haliyle kültürel miras bir tüketim aracıdır (Öktem ve Kalyoncu, 2020). Ancak Bourdieu'ya dayandırılan kurama göre kültürün tüketimi tüketicinin kültürel sermayesiyle ilişkilidir. Tüketicide kültürel sermaye düşükse kültürel miras popülerlik kazanamamaktadır (Richards, 2021). Kültürel mirasın eğitimli insan sermayesiyle ilişkili olması nedeniyle mirasın tüketiciye sunulması ve şehirler için bir kalkınma aracı olarak görülmesi çoğu zaman gözden kaçmaktadır.

Şehir yaşamının kökleri tarihin derinliklerine uzanmaktadır. Şehir tarihten bugüne gelirken kültürel, ekonomik, sosyal ve çevresel gelişmelere tanık olarak gelmektedir (Negiz, 2017). Ekonomik, sosyal ve çevresel gelişmelerin tarihi köklere uzanması bugün için sürdürülebilirlik sorunu mesajını vermektedir. Sürdürülebilirlik kuramı ekonomik kalkınma için yol gösterici niteliktedir (Karabıçak ve Özdemir, 2015). Bu yaklaşıma göre küçük şehirlerin gelişmesi yönünde kültürel mirasın sürdürülebilirliği yönlendirici olacaktır.

Sürdürülebilirliğin ekonomi, çevre ve toplum olmak üzere üç boyutu vardır. Şehir gelişiminde başarılı olabilmek için Elkington'un (1998) "The Triple Bottom Line" görüşünü izleyerek ekonomi, çevre ve toplum arasındaki ilişki ağıyla yürümek gerekmektedir. Şehrin kurulduğu çevre doğal bir mirastır. Doğa, çevre ve tarihten gelen somut insan eserleri yanında soyut toplumsal değerler şehrin gelişimi için gelir getirici niteliktedir.

Araştırmalara göre kültürel mirasın ekonomik kalkınma üzerinde olumlu etkileri vardır ve bu nedenle ticarileştirmeye ihtiyaç vardır (Öktem ve Kalyoncu, 2020). İnsanların günlük pratikleri, görünüşler, giyim, dil, inançlar vs. turizm tüketicisine deneyimsel değerler katmakta ve ekonomik avantajlar kazandırmaktadır. Bu doğrultuda kültürel miras pazarlanabilmektedir (Richards, 2021). O halde kültürel mirası bir ürün olarak pazarlamak şehrin gelişimine aracılık edecektir.

Kültürel miras; insan yapımı veya insan eseri olan, geçmişten gelerek geleceğe uzanan eserler olup topluma ait değerler bütünüdür (Öktem ve Kalyoncu, 2020). Bu değerler somut ve soyut varlıklardır. Somut ve soyut değerlere sahip çıkılması, korunması ve bu değerlerin sürdürülebilirlik kazanması uzun vadede ekonomik, sosyal ve çevresel çözümlere katkı sunmaktadır. Kültürel miras üretim ve tüketim kalıplarına yerleştirilmektedir. Somut ve soyut değerlerin sürdürülebilirliği şehir gelişimi açısından değerlidir (Nocca, 2017; Richards, 2021).

Anahtar Sözcükler: Şehir pazarlaması, Kültürel miras, Küçük şehirlerin gelişimi

Kaynakça

- Elkington, J. (1998). Partnership from Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st-Century Business. *Environmental Quality Management*, 37-51. CCC 1088-1913/98/0801037-15. John Wiley & Sons, Inc.
- EU Urban Agenda (2019). Culture and Cultural Heritage Orientation Paper. S.6, https://ec.europa.eu/futurium/en/system/files/ged/cch_orientation_paper_-_final-public_version.pdf
- Karabıçak, M. ve Özdemir, M.B. (2015). Sürdürülebilir Kalkınmanın Kavramsal Temelleri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, Yıl: 2015, Cilt: 6(13), 44-49.
- Levi-Strauss, L. (1966). *The Savage Mind*. The Nature of Human Society Series, Editors: Julian Pitt-Rivers and Ernest Gellner. Made and printed in Great Britain by The Garden City Press Limited Letchworth, Hertfordshire. https://monoskop.org/images/9/91/Levi-Strauss_Claude_The_Savage_Mind.pdf Erişim: 01.2025
- Nar, M.Ş. (2014). Yapısalcılık Kavramına Antropolojik Bir Yaklaşım: Levi-Strauss ve Yapısalcılık. *Antropoloji*, 27, 29-46. https://doi.org/10.1501/antro_0000000225
- Negiz, N. (2017). Kentlerin Tarihsel Sürdürülebilirliğinde Kültürel Miras: Önemi ve Değeri Üzerine Düşünmek. *Akademia Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 159-172.
- Nocca, F. (2017). The Role of Cultural Heritage in Sustainable Development: Multidimensional Indicators as Decision-Making Tool. *Sustainability*, 9, 1882. doi:10.3390/su9101882
- Richards, G. (2021). *Rethinking Cultural Tourism*. Edward Elgar Publishing. Cheltenham, UK • Northampton, MA, USA. Online Book. ISBN 978 1 78990 544 1 (eBook) <http://dx.doi.org/10.4337/9781789905441>
- Öktem, M. K. ve Kalyoncu, G. (2020). Kültürel Miras ve Yerel Kalkınma. *Uluslararası - Tarih ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 23, 213-222.
- Şimşek, C.Z. (2024). Lévi-Strauss'un Antropolojik Yaklaşımında Batı Medeniyeti Eleştirisi. *Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi*. 11 (5), 3091-3110.

Helal Turizm Literatürünün 2015–2024 Arasındaki Evrimi: R ve Biblioshiny ile Web of Science Tabanlı Bibliyometrik Analiz

Doğan ÇAPRAK^{1*}

¹ Fethiye İşletme Fakültesi/Turizm İşletmeciliği Bölümü
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye
dogancaprak@mu.edu.tr

ORCID: 0000-0003-4507-8461

Özet

Bu çalışma, 2015 ile 2024 yılları arasında helal turizm literatüründeki yavaşlamayı kapsamlı bir bibliyometrik yaklaşımla analiz etmek üzere tasarlanmıştır. Araştırma, mevcut yayınların kapsamlı bir analizine dayanmaktadır. Bu çalışmanın amacı, bibliyometrik bir yaklaşım kullanarak 2015 ile 2024 yılları arasında helal turizm ile ilgili literatürdeki yavaşlamayı analiz etmektir. Araştırma, Web of Science (WoS) veritabanında indekslenmiş yayınlara dayanmaktadır. Veri işleme ve görselleştirme amacıyla Biblioshiny arayüzüne sahip R yazılımı kullanılmıştır. 161 kaynaktan toplam 406 İngilizce belge analiz edilmiş ve 1.082 yazar tarafından katkıda bulunulmuştur. Bulgular, yıllık %19,17'lik bir büyüme oranı ve belge başına ortalama 19 alıntı olduğunu ortaya koymaktadır. Bu, son on yılda helal turizme yönelik akademik ilginin dikkate değer ve sürdürülebilir bir artış gösterdiğini göstermektedir.

Uluslararası işbirliği oranı (%32,76), bu araştırma alanının giderek daha küresel ve disiplinlerarası hale geldiğini göstermektedir. Bu bulgu, helal turizme yönelik akademik ilginin son on yılda istikrarlı ve önemli ölçüde arttığını göstermektedir.

Uluslararası işbirliği oranı (%32,76), bu araştırma alanının küresel ve disiplinlerarası karakterinde bir gelişme olduğunu göstermektedir. Tematik haritalama sonuçları, şu ana temaları ortaya koymaktadır: “helal turizm”, “İslami turizm”, “dini turizm”, ‘memnuniyet’ ve “etki”. “Artırılmış gerçeklik” gibi konular, yükselen veya alçalan temalar arasında yer almaktadır, bu da şu ana kadar teknolojik entegrasyonun sınırlı olduğunu göstermektedir.

Ülke düzeyindeki analizler, Malezya ve Endonezya'nın yayın ve atıf sayısı açısından lider olduğunu, Türkiye'nin katkısının ise nispeten mütevazı kaldığını göstermektedir. Katkıda bulunanlar listesinde Han Heesup ve Abror Abror gibi önde gelen yazarlar yer almaktadır, bu da bu alanda Asya merkezli araştırmaların hakimiyetini yansıtmaktadır. Sonuçlar, helal turizm araştırmalarında tüketici davranışı, destinasyon yönetimi ve memnuniyetine odaklanan çalışmalara doğru bir kayma olduğunu göstermektedir. Bu çalışma, alanın entelektüel manzarası ve tematik evrimine kapsamlı bir genel bakış sunarak, helal turizmle ilgili gelecekteki araştırmalar için değerli içgörüler ve yönlendirmeler sağlamaktadır.

Anahtar Sözcükler: Helal turizm; Bibliyometrik analiz; Web of Science; Araştırma eğilimleri, R Biblioshiny

Safranbolu'daki Gayrimüslim Evlerinin Zemin Kat Yapıları Üzerinden Bir İnceleme: Fonksiyon, Kimlik ve Kapalı Ekonomi

Durmuş GÜR^{1*}, Nuray TÜRKER²

¹Safranbolu Şefik Yılmaz Dizdar Meslek Yüksekokulu/ El Sanatları Bölümü
Karabük Üniversitesi, Türkiye,
durmusgur@gmail.com

ORCID: 0000-0002-9945-8825

² Safranbolu Turizm Fakültesi/ Rekreasyon Yönetimi Bölümü
Karabük Üniversitesi, Türkiye
nturker@karabuk.edu.tr

ORCID: 0000-0001-5701-5674

Özet

Safranbolu, Türkiye'nin Batı Karadeniz Bölgesi'nde yer alan ve UNESCO Dünya Mirası Alanı olarak belirlenmiş bir kent olup, tarihsel süreçte Karadeniz kıyılarını İç Anadolu'ya bağlayan kervan yolları üzerinde kritik bir jeopolitik konuma sahiptir (Canbulat, 2012). Bilinen yerleşimi, MÖ 1300 yıllarında Gascalar ile başlamış, ardından Roma ve Bizans İmparatorlukları dönemlerinde Paflagonya idari ve askeri bölgesi dâhilinde varlığını sürdürmüştür (Τριανταφυλλίδης, 2022). Kentin stratejik önemi Roma döneminde de devam etmiş (Ramsay, 1890), sonrasında ise Çobanoğulları (Anderson, 2009) ve Candaroğulları beylikleri bir süre bölgede kontrolü ele geçirmiş ve nihayet 1390 yılında Osmanlı egemenliğine girmiştir (Tunçözgür, 2012).

Safranbolu'nun kent sosyolojisi, Müslüman Türkler ile çoğunlukla Rum Ortodokslardan oluşan gayrimüslimlerin bir arada yaşamasıyla tanımlanmıştır. Gayrimüslimler, 1924 Mübadele'sine kadar büyük ölçüde tarihsel olarak Hristiyan-ı Kıran Dolambat (şimdiki adıyla Kıranköy) ve Yazıköy olarak bilinen bölgelerde ikamet etmekteydi (Aktüre & Şenyapılı, 1976). Gayrimüslim cemaati, ticari ve sosyal yaşam için hayati öneme sahipti; özellikle taş işçiliği, marangozluk ve demircilik gibi zanaatlarda yetkinleşmişlerdi (Ulukavak, 2007). Ayrıca bağcılık ve şarapçılık (genellikle kendi tüketimleri için) diğer iş alanları idi (Kalyoncu, 2010).

Mimari açıdan incelendiğinde, Rumlara ait konutlar, genel plan itibarıyla geleneksel Türk evleriyle ortak özellikler taşısa da zemin katlarında ayırt edici unsurlara sahipti. Evlerin zemin katlarında meşe fiçılar ile pişmiş toprak kaplarda sakladıkları şarap ve sirkeyi depolamak için kullanılan mahzenler bulunmaktaydı (Kalyoncu, 2010). Yerel ekonomi, büyük ölçüde "kendi kendini idame ettiren" bir yapıdaydı (Canbulat, 2023; Ulukavak, 2007) ve hane halkları, konutlarını yerel üretimi destekleyen çok işlevli mekânlar olarak kullanmaktaydı. Pavlos Pavlidis'in 1906 yılındaki gözlemleri de bu durumu doğrulamakta; Ortodoksların kapsamlı kış hazırlıklarını, erişte (yayım), konserve, tarhana üretimi ve mevsimlik olarak yaptıkları pastırma hazırlıklarını detaylandırmaktadır (Τριανταφυλλίδης, 2022).

Nüfus Mübadelesi, bu evlerin terk edilmesine neden olmuş; Rum sakinler Yunanistan'a yerleşerek Nea Safranpolis gibi yeni yerleşimler kurmuştur (Özköse, Papatheodorou & Magos,

2005). Safranbolu’da Rumların geride bıraktıkları evlere ise sonrasında Türk göçmenler ve yörede yaşayan köylüler yerleşmiştir (Günay, 1998). Bu çalışma, söz konusu tarihsel kırılmanın geride bıraktığı mimari izleri incelemekte, özellikle zemin kat yapılarının kültürel ve ekonomik hafızanın bir deposu olarak nasıl işlev gördüğüne odaklanmaktadır.

Araştırmada, Safranbolu'daki gayrimüslimlerin somut kültürel mirasını ve geleneksel gıda uygulamalarını derinlemesine incelemek amacıyla nitel bir yaklaşım benimsenmiş ve Vaka Çalışması kullanılmıştır. Yöntem, başlıca iki aşamada veri toplama ve analiz etme üzerine yapılandırılmış olup, gözlem, mimari analiz ve mülakatları içeren saha çalışması Nisan ve Eylül 2025 tarihleri arasında yürütülmüştür.

Veriler, üç temel yöntem kullanılarak toplanmıştır:

a. Safranbolu’nun tarihi ve sosyo-ekonomik yapısına ilişkin akademik kaynaklar, arşiv belgeleri ve Osmanlı kayıtları analiz edilmiştir. Mübadele öncesi yaşam ve mutfak uygulamalarına dair birincil ve ikincil verileri toplamak için, özellikle Pavlos Pavlidis’in 1906 yılındaki gözlemleri başta olmak üzere, ilk elden anlatımlar incelenmiştir (Τριανταφυλλίδης, 2022).

b. Kıranköy semtinde korunan gayrimüslim evleri, özellikle zemin ve bodrum katlarına odaklanılarak fiziksel olarak incelenmiştir. Gıda üretimi ve depolamasıyla doğrudan ilişkili mekânlar; mimari çizimleri, malzemeleri ve mekânsal organizasyonları not edilerek detaylıca analiz edilmiştir.

c. Bu evlere Mübadele sonrası yerleşen Türk ailelerinin yaşlı bireyleri ve yerel zanaatkarlar ile mülakatlar yapılmıştır. Sorular, eski üretim ve depolama alanlarının işlevi, kullanımı ve mevcut durumu üzerine yoğunlaşmıştır.

Toplanan veriler, İçerik Analizi (Content Analysis) ve Tarihsel Karşılaştırmalı Analiz (Historical Comparative Analysis) kullanılarak analiz edilmiştir. İçerik analizi, mimari gözlem notlarını ve mülakat transkriptlerini tekrar eden temalara göre kategorize etmiştir. Tarihsel Karşılaştırmalı Analiz ise, güncel mimari ve mülakat verilerini, Pavlidis’in gözlemleri gibi tarihsel belgelerle kritik bir şekilde karşılaştırmıştır. Bu karşılaştırma, geleneksel uygulamaların sürekliliğini ve dönüşümünü izlemek ve benzersiz gayrimüslim mutfak kimliğinin mekânsal izlerini tespit etmek bakımından önem taşımakta olup elde edilen sonuçlar mimari mekânın, kültürel hafızanın kritik bir alanı olarak işlev gördüğü argümanını güçlendirmiştir.

Kentin yapısı, merkezin ticari hayatı (Çarşı) ile Bağlar bölgesinin kırsal nitelikteki, kendi kendine yeten aile ekonomisini birleştiren eşsiz bir yaşam tarzı ortaya çıkarmıştır. Araştırma, gayrimüslim evlerinin, özellikle Kıranköy’dekilerin sadece konuttan daha fazlası olarak işlev gördüğünü doğrulamaktadır. Bu evler, hâkim olan “kendi kendine yeten” ekonomik modeli desteklemek üzere tasarlanmış çok işlevli mekânlardır (Canbulat, 2023; Ulukavak, 2007).

Mustafa Gülen Evi, Saffronia 1900 Konak Otel, Sadık Akıncı Evi, Yedigâr Hanım Konak, Erdem Otel, Değirmenci Konak ve Zalifre Konak gibi çok sayıda Rum evi üzerinde gerçekleştirilen mimari analizler, zemin katta tutarlı bir düzeni ortaya koymuştur: atölye, ocak ve fırın genellikle yan yana konumlandırılmıştır (Gür & Oğuzkağan-Özkan, 2025). En ayırt edici özellikler, Mübadele öncesinde ev içi ve sosyal tüketim amaçlı şarap üretiminin merkezinde yer alan şarap ışıkları ya da yerel adıyla ışık/şarapbanadır. Yazıköy’de, özellikle 19. ve 20. yüzyıllara tarihlenen mahzenlerin ve depolama kaplarının hâlâ görünür olması, bu üretimin ölçeğine dair somut kanıtlar sunmaktadır.

Pavlidis’in 1906 yılındaki gözlemleri, evin bir üretim birimi olarak rolünü pekiştirmekte; erişte, konserve, tarhana hazırlıklarını ve sonbaharda yapılan kurutulmuş et (pastırma) üretimini

belgelemektedir (Τριανταφυλλίδης, 2022). Nüfus Mübadelesinin ardından, yeni Türk Müslüman sakinlerin kültürel ve dinî pratikleri, bu mekânların işlevini kökten değiştirmiştir. Paskalya keşkeği ve ritüel şarap üretimi gibi ayırt edici Rum mutfak unsurları ortadan kalkmıştır. Şarap işlikleri ya hasar görmüş ya da tamamen tahrip edilmiş; sucuk ve pastırma üretimi gibi özgün uygulamalar ise tamamen son bulmuştur (Τριανταφυλλίδης, 2022). Bu işlevsel aşınma bugün de görülebilmektedir: birçok zemin kat fırını ve ocağı artık kapatılmış veya yalnızca dekoratif amaçlarla kullanılmaktadır. Bununla birlikte, kış hazırlığı kültürü uyum yoluyla kısmen korunmuştur. Yerlerine gelen Müslüman Türkler; erişte, konserve ve en önemlisi keşkek geleneği gibi uygulamaları sürdürmüşlerdir. Bu gelenek, özellikle Yazıköy’de güçlü bir şekilde devam etmekte olup, keşkek dini bayramlar için halen on beş keşkek fırınında pişirilmektedir. Eski bağ ve tarım arazileri, özellikle Papaz Bağı olarak anılan alan, konut parsellerine dönüştürülmüş ve bu durum 20. yüzyılın ikinci yarısında büyük Emek Mahallesi’nin oluşumuyla sonuçlanmıştır (Türker & Gür, 2024). Bu kentleşme, Safranbolu’nun ekonomik kimliğini tanımlayan tarihsel “kendi kendine yetme” modelinden keskin bir sapmaya işaret etmektedir.

Bu araştırma, Safranbolu’nun sosyo-kültürel topoğrafyasına mimarisi aracılığıyla yeni bir okuma sunmakta ve aşağıdaki temel sonuçları ortaya koymaktadır:

Kıranköy’deki gayrimüslim evleri, Mübadele öncesi Rum nüfusunun karmaşık, kendi kendine yeten aile ekonomisini sürdürmek için gereken kritik altyapıyı (atölye, fırınlar, mahzenler) sağlayarak, temel çok işlevli kültürel hafıza mekânları olarak işlev görmüştür.

Şarap, sucuk ve pastırma üretimi gibi Rum kültürüne özgü pratikler ortadan kalkmış, bu durum atölyelerin fiziksel olarak hasar görmesine ve özelleşmiş fıçı ve küp üretimi gibi ilgili zanaatların sona ermesine yol açmıştır. Mevcut örneklerden sağlam olanlar ise sadece Yazıköy halkı (Ahmet Karakulluk) tarafından üretimde kullanılmaya devam etmektedir.

Özgün unsurların kaybolmasına rağmen, temel kış hazırlığı kültürü ve başta keşkek geleneği olmak üzere belirli gıda gelenekleri, yeni Müslüman Türk sakinler tarafından adapte edilerek sürdürülmüştür. Bu durum, bu uygulamaların topluluğun sosyal hafızasındaki köklü doğasını göstermektedir.

Kıranköy’ün tarım ve bağ alanlarının konut bölgelerine (Emek Mahallesi) dönüştürülmesi, Safranbolu’nun 20. yüzyılda tarihsel kendi kendine yeten ekonomik modelinden temel bir kopuş yaşadığını doğrulamaktadır.

Safranbolu’nun UNESCO Dünya Mirası statüsünün sürdürülebilirliğinin sağlanması için, koruma çabaları bu mülklerin işlevsel ve somut olmayan mirasına bütüncül bir şekilde entegre edilmelidir:

Koruma zorunlulukları, eski sakinlerin kültürel ve ekonomik hafızasını barındıran zemin kat üretim alanlarının (fırınlar, ocaklar ve işlikler) mimari bütünlüğünü korumaya yönelik olarak genişletilmelidir.

Bu mekânlardaki yıpranma dikkate alındığında, kalan şarap preslerinin ve mahzenlerin kapsamlı dijital belgelenmesi yapılmalı, bu çalışmalar kültürel hafızayı gelecek nesillere aktarmak amacıyla önceliklendirilmelidir.

Yazıköy’deki keşkek geleneği ve geleneksel keşkek fırınlarının kullanımı gibi gelenekleri sürdüren yerel girişimler, yaşayan kültürel hafıza ve sürekliliğin kritik örnekleri olarak aktif bir şekilde desteklenmelidir.

Anahtar Kelimeler: Kıranköy, Nüfus Mübadelesi, Gastronomi, Mimari Hafıza, İşlik.

Kaynakça

- Aktüre, Sevgi & Şenyapılı, Tansı. (1976). Safranbolu’da Mekânsal Yapının Gösterdiği Nitelikler ve Koruma Önerilerinin Düşündürdükleri. *O.D.T.Ü. Mimarlık Fakültesi Dergisi* (2/1), 61-96.
- Anderson, William. (2009). Late Byzantine occupation of the Castle at Tios. *Anatolia Antiqua*. (XVII), 265-277.
- Canbulat, İbrahim. (2012). Safranbolu Unesco Dünya Miras Kenti. <http://Gulevisafranbolu.Wordpress.Com/Category/Travel/Page/2/>
- Canbulat, İbrahim. (2023). *Safranbolu sofrası bir tarih ve etnografya çalışması*. Oğlak yayıncılık ve reklamcılık ltd. şti.
- Günay, Reha. (1998). *Türk ev geleneği ve Safranbolu evleri*. Yem yayınları.
- Gür, Durmuş & Oğuzkağan Özkan, Esra. (2025). Safranbolu Kıranköy’de gayrimüslimlere ait işlikler (şarapbana). *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* (84), 328-351.
- Kalyoncu, Hür. (2010). *Tarih içinde Safranbolu*. Özlem matbaacılık ve reklamcılık.
- Kastamonu Vilayet Salnamesi, Dersaadet, 1314.
- Özköse, Aysun, Papatheodorou, P. & Magos, K. (2005). Cultural Heritage in Rhodes and Safranbolu After Compulsory Exchange of Turkish and Greek Citizen. *UIA 2005, Istanbul Symposium, (Poster Presentation)*, 4-7 July, İstanbul.
- Τριανταφυλλίδης, Π. (2022). Σαφραμπολη, Πατριδα Αλησιμονητη. *1922-2022 100 Χρόνια από την Μικρασιατική Καταστροφή Ο τραγικός ξεριζωμός των Χριστιανικών Πληθυσμών της Ανατολής Οι διαδρομές σωτηρίας προς την Ελλάδα*. 473-480.
- Tunçözgür, Ünsal. (2012). *Dünden bugüne Safranbolu*. Safranbolu Belediyesi kültür yayınları.
- Türker, Nuray & Gür, Durmuş. (2024). Roma Dönemi’nden günümüze Safranbolu ve çevresinde bağcılık, üzüm ve şarap üretimi. *Karadeniz Araştırmaları* (XXI/83), 737-762.
- Ulukavak, Kızıltan. (2007). *Bir Safranbolulunun penceresinden safranbolu (gözlemler-derlemeler-denemeler)*. Bizim Büro Basımevi.

Mardin'in Kültürel Kimliğinde Acı Bir Tat: Mırra Kahvesi

Esmanur BOZAN^{1*}

¹Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye
bozan.esmnr@gmail.com

ORCID:0009-0001-9868-4193

Özet

Mardin, Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde bulunan ve tarih boyunca pek çok medeniyete ev sahipliği yapmış bir şehirdir."Bu tarihî miras, şehrin mimarisi, yaşam biçimi ve mutfak kültüründe kendini göstermektedir. Özellikle Doğu Anadolu ve Mardin mutfağı, farklı kültürlerin etkisiyle zengin ve çeşitli bir yapıya sahiptir ve Arap Yarımadası mutfağı ile benzerlikler taşımaktadır. Geleneksel içecekler arasında öne çıkan mırra, hazırlanışı ve sunum yöntemleri bakımından kendine özgü bir içecektir. Mırra, sosyal etkinliklerde simgesel bir rol oynar ve toplumsal ilişkilerde misafirperverlik ile saygıyı pekiştiren ritüeller içerir. Bu çalışmada, mırra'nın hazırlanışı, sunumu ve kültürel önemi detaylı bir şekilde ele alınmıştır. Sonuç olarak, mırra, Mardin'in mutfak kültürünün zenginliğini ve geleneksel değerlerini gelecek kuşaklara aktaran önemli birkültürel miras olarak değerlendirilmektedir.

Anahtar Sözcükler :Mardin, mırra, kültür, kahve, geleneksel içecekler

Mardin, Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde bulunan ve tarih boyunca pek çok medeniyete ev sahipliği yapmış bir şehirdir."Günümüzde bu uygarlıklara ait tarihî kalıntılar hâlâ bölgede görülebilmektedir. Mardin'de hüküm süren başlıca medeniyetler arasında Asurlular, Babiller, Hititler, Urartular, Persler, Selçuklular, Emevîler, Abbasîler, Artukoğulları ve Osmanlı İmparatorluğu bulunmaktadır. Coğrafi konumu itibarıyla Arap Yarımadası'na yakın olması, şehrin birçok Arap kökenli uygarlığın etkisi altında kalmasına ve onların kültürel izlerini günümüze kadar taşımasına zemin hazırlamıştır (Yılmaz, 2009).

Bu çok katmanlı tarihsel geçmiş ve kültürel etkileşim, Mardin'in yalnızca mimarisinde ve yaşam biçiminde değil, mutfak kültüründe de kendini göstermektedir. Nitekim Doğu Anadolu Bölgesi ve Mardin mutfak kültüründe yer alan ürünler incelendiğinde, bölgenin yüzyıllar boyunca farklı topluluklara ev sahipliği yapmasının etkisiyle oldukça zengin ve çeşitli bir yapıya sahip olduğu görülmektedir. Bu çeşitlilik, Mardin mutfağının Arap Yarımadası mutfağıyla benzer özellikler göstermesine de neden olmuştur (Aksoy ve Sezgi, 2015).

Geleneksel yemeklerin yanı sıra, bölgede tüketilen içeceklerin de benzer kültürel özellikler taşıdığı görülmektedir. Özellikle geleneksel içecekler arasında *qahwah* (kahve), halkın en sık tükettiği içeceklerden biridir. Kahve, yalnızca günlük yaşamda değil, aynı zamanda ziyaretlerde misafirlere ikram edilmesiyle de toplumsal ilişkilerde önemli bir yer tutmaktadır (Ünalan, 2023).

Bu kahveler içerisinde kendine has özellikleri ile mırra (acıkahve) kendine has sunum yöntemleriyle öne çıkan önemli geleneksel bir içecektir(Seçim ve Okumuş, 2024). Kökeni Arapça'daki 'acı' anlamına gelen *mur* (مر) kelimesine dayanan mırra (Girginol, 2016), kültürel içecekler arasında en dikkat çekenlerden biridir (Örnek, 2022). Günümüzde, Arap dünyası ve

Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde çeşitli sosyal ortamlarda tüketilen geleneksel bir kahve çeşididir(Koca ve Tüğen, 2020).Mardin'de taziyelerden düğünlere, nişanlardan bayramlara kadar birçok sosyal etkinlikte simgesel bir lezzet olarak tüketilen mırra, Türk kahvesine kıyasla hazırlanması oldukça zahmetli bir içecektir (Örnek, 2022). Hazırlanış ve sunum aşamalarında herhangi bir tatlandırıcı içermemesi, mırraya karakteristik acı tadını kazandırmaktadır. Çiğ kahve çekirdekleri, tahta kaşık yardımıyla yavaşça ve sürekli karıştırılarak kavrulur(Çekiç, 2022). "Kahve çekirdekleri, düşük sıcaklıkta ve zaman alıcı bir kavurma sürecinden geçer." (Sunar ve Gökçe, 2018). Kavrulan çekirdekler soğutulduktan sonra taş ya da pirinçten yapılmış havanda el yordamıyla dövülerek öğütülür. Ardından, "gümgüm" adı verilen, "mutbak" olarak da bilinen, geniş ağızlı ve gagaya benzeyen kavisli akıtma yerlerine sahip geleneksel cezvede kaynatma işlemi gerçekleştirilir. Hazırlanan mırra, "mekkavi" adı verilen kalın ve kulpsuz porselen fincanlarda, genellikle ik fincan kullanılarak misafirlere ikram edilir(Çekiç, 2022).

Acı bir kahvenin kırk yıl hatırı vardır' atasözünde kastedilen kahvenin mırra olduğu düşünülmektedir .Mırra, birkaç defa demlenerek hazırlanır ve pişirilme sürecinde pekmeze benzer koyu bir kıvam alır. Mırranın servisi genellikle bakır işlemeli bir cezve ya da imbiğe aktarılmasıyla başlar. Geleneksel sunumda, küçük ve kulpsuz tek bir fincan kullanılır; ikram sırasında ise yaşça büyüktен küçüğe doğru bir sıra gözetilir. Mırranın ikramında en dikkat çekici unsur, kahvenin aynı fincanla ortamda bulunan herkese sırayla sunulması ve içen kişinin fincanı ikramı yapan kişiye geri vermesidir. Fincanın yere, masaya ya da herhangi bir zemine bırakılması ise, kahveyi sunan kişiye karşı bir saygısızlık olarak değerlendirilir (YönetEren ve CeyhunSezgin, 2018).

Sonuç olarak Mardin'de mırra, yalnızca bir içecek olmanın ötesinde, toplumsal bağları güçlendiren, misafirperverliği ve saygıyı simgeleyen kültürel bir miras olarak öne çıkmaktadır. Hazırlanışı ve sunumundaki ritüeller, şehrin çok katmanlı tarihinden ve farklı kültürel etkileşimlerinden izler taşımaktadır. Bu yönüyle mırra, Mardin mutfağının zenginliğini ve geleneksel değerlerini gelecek kuşaklara aktaran önemli bir unsure olarak değerlendirilebilir. Dolayısıyla, mırra gibi geleneksel içeceklerin korunması ve kültürel bilincin artırılması, bölgenin tarihsel ve sosyal dokusunun anlaşılması açısından büyük önem taşımaktadır.

Kaynakça

- Aksoy, M.,& Sezgi, G. (2015). Gastronomi turizmi ve güneydoğu anadolu bölgesi gastronomik unsurları.*Journal of Tourism&GastronomyStudies*, 3(3), 79-89.
- Çekiç, İ. (2022). Anadolu'da Mırra ve Mırra geleneği. 2nd International Conference on CoffeeandCocoaProceedingBook, (22-29), Bogota, Kolombiya.
- Girginol, C. R. (2016). *Kahve Topraktan Fincana*. Cinius Yayınları, İstanbul.
- Koca, N. ve Ersöz Tüğen, A. (2020). Somut olmayan kültür miras listesinde bir değer olan türk kahvesine coğrafya perspektifinden bakış. *Troyacademy*5 (1), 347-362.
- Örnek, A. (2022). *Kahve ve Türkiye'de kahve kültürü*. (Ed.Yener Oğan) Gastronomi alanında tematik araştırmalar 1 içinde. Çizgi Kitabevi. Konya.

- Seçim, Y., & Okumuş, M.İ. (2024). Mardin’de yaşayan arap kökenli insanların mutfak kültürü. *Anatolia Social Research Journal*, 3 (2), 40-49. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14019828>
- Sunar, H., ve Gökçe, F. (2018). *Somut olmayan kültürel miras olarak kahve geleneği ve tüketimi hakkında bir araştırma: Hatay, Gaziantep ve Şanlıurfa örnekleri*. *Innovation and Global Issues in Social Sciences Bildiri Kitabı İçinde*, 229-243.
- Ünal, İ. (2023). Arap seyyahların seyahatnamelerindeki gastronomik unsurlar. *Korkut Ata Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (12), 381-392.
- Yılmaz, İ. (2009). Kültürel zenginlik bakımından Mardin. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, (4), 51-70.
- Yönet Eren, F. & Ceyhan Sezgin, A. (2018). Kültürel miras açısından Türk kahvesi. *Turkish Studies*, 13(10), 697-712.

Hatay’ın Geleneksel Yemek Eşleşmelerinin Menüleştirilmesinin Gastronomik Kimliğin Sürdürülebilirliğine Katkısı

Elif Canser PERK^{1*}, Salih Zeki ŞAHİN²

¹ Turizim Fakültesi/Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
İskenderun Teknik Üniversitesi, Türkiye
elifperk.lee25@iste.edu.tr

ORCID: 0009-0007-8568-0277

² Turizim Fakültesi/Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
İskenderun Teknik Üniversitesi, Türkiye
szeki.sahin@iste.edu.tr

ORCID: 0000-0001-7304-3544

Özet

Yeni dünya gereksinimleri, yoğun iş temposu ve modern yaşamın getirdiği zaman kısıtları, bireylerin evde yemek hazırlama ve yeme alışkanlıklarını azaltmakta; bu durum dışarıda yemek yeme ve hazır yiyeceklere yönelimi artırarak geleneksel mutfak kültürüne ait ürünlerin yapımından ve tüketiminden uzaklaşmaya neden olabilmektedir. Geleneksel yemeklerin günlük yaşam pratiklerinden giderek uzaklaşması ise bu yemeklerin kuşaklar arası aktarımını zorlaştırmakta ve gastronomik kimliğin sürdürülebilirliğini tehdit eden unsurlardan biri olarak görülmektedir. Milattan önce 8000’li yıllardan günümüze Hatay coğrafyası Hititlerden Sasanilere, Romalılarından Abbasilere, Haçlılardan Osmanlılara kadar tarih boyunca sayısız medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Bu durum, ortaya çıkardığı çok kültürlü yapıyla birlikte kentin mutfak kültürünü derinden etkileyerek zengin bir gastronomik kimliğin oluşumuna katkı sağlamıştır. Gastronomik kimlik; bir mutfağa ait olan ürünler, araç gereçler, pişirme yöntem ve teknikleri, yemekler, servis/sunum yöntemi, ritüeller ve etkinlikler olmak üzere, geçmişten günümüze aktarılan bütün kültürel unsurlar olarak ifade edilen gastronomic mirasın önemli bir parçasıdır. Bir toplumun veya destinasyonun mutfak kültürünü oluşturan ve onu diğer mutfak kültürlerinden ayıran/farklılaştıran özellikler olarak tanımlanan gastronomik kimlik; oluşturulması, korunması, güçlendirilmesi ve sürdürülebilirliği açısından bir ‘marka’ göstergesi olarak da kabul edilmektedir. Şehrin 2017 yılında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı’na dâhil edilmesi, Hatay mutfağının ulusal ve uluslararası alanda tanınırlığını artırmış olsa da, geleneksel yemeklerin modern yaşamın hızına uyum sağlayamaması ve menülerde yeterince yer bulamamış olması bu kültürel değerlerin unutulmaya yüz tutma riskini ortadan kaldırmamıştır. Hatay mutfak kültüründe yemekler, birbiriyle uyumlu biçimde sunulan lezzet eşleşmeleriyle bütünsel bir sofraya geleneği oluşturmuştur. Yerel mutfak kültüründe ‘ikililer’ olarak da adlandırılan söz konusu yemeklere ilişkin geleneğin yaşatılmaya çalışıldığı yerler olarak yerel halkın evlerde ve özel günlerde hazırladıkları sofralar olarak öne çıkmakta iken yerel restoranlarda birlikte sunulan lezzet eşleşmelerine nadiren de olsa esnaf lokantalarında rastlanmaktadır. Bu çalışmada, Hatay’ın geleneksel ‘ikili’ yemek eşleşmelerinin menüleştirilmesi yoluyla gastronomik kimliğin sürdürülebilirliğine ve geleneksel mutfak

kültürünün yaşatılmasına katkıda bulunulması amaçlanmaktadır. Bu sayede şehrin mutfak kültürü çeşitliliğinin geniş kesimlere tanıtılması, markalaşması ve az bilinen yemeklerin menülerde yer almasının sağlanması da hedeflenmektedir. Çalışmada, nitel araştırma türlerinden belge/doküman incelemesi yönteminden yararlanılmıştır. Hatay mutfak kültürüne ilişkin yazılmış akademik çalışmaların (tez, makale, kitap, bildiri vb.) yanında e-içeriklerde taranarak, konuya ilişkin bulgulara erişilmeye çalışılmıştır. Araştırmanın sonraki aşamasında, sahadan amaçlı örnekleme metodu ile belirlenecek kimselerden yüzyüze görüşme yolu ile elde edilecek mülakat bulgularıyla çalışma genişleticek ve zenginleştirilecektir. Araştırmada Hatay mutfak kültüründe geleneksel olarak hazırlanan ve ‘ikili’ olarak tabir edilen 43 eşlenik yemek olduğu görülmüştür. Bu ‘ikili’ yemek eşleşmelerinin bir tarafını ana yemek olarak adlandırılanlar oluştururken diğer tarafını da tamamlayıcı olarak adlandırılan yemekler oluşturmaktadır. Kayta böreği – Aya köfteli çorba, Şam oruğu – Ekşi aşı, Kabak borani – Cevizli havan köftesi, Arap kebabı – Çiğ köfte, Yumurta öccesi – Cevizli biber, Kerebiç köpük – Haytalı salepli dondurma, Kumbursiye (etli) – Şehriyeli frikli aş, Külçe – Cevizli biber gibi geleneksel Hatay mutfak kültüründe ‘ikili’ (birlikte sunulan-servis edilen) yiyecekler; bu kapsamda öne çıkanlardandır. Hamur işleri, etler, tahıllar ağırlıklı bu ikililer, protein ve karbonhidrat açısından zengin bir yapıdadır. Hangi yemeklerin hangileri ile yenmesi gerektiğini gösteren bir yapıda olan söz konusu ‘ikili’ yemek eşleşmeleri, Hatay mutfak kültürünün geleneksel karakteristiğini de ortaya koymaktadır. Bu ‘ikili’ yemek eşleşmelerinin başta Hatay Büyükşehir Belediyesi bünyesinde hizmet veren Hatay Gastronomi Evi olmak üzere, şehir genelindeki yiyecek içecek işletmelerinde mevsimsel yapılarına uygun olarak menülerde yer alması önem taşımaktadır. Gastronomi odaklı turlar, tescilli gastronomik ürün sayıları, tanıtım çalışmaları ile bilinirliği giderek artmakta olan Hatay mutfak kültürünün, yerli ve yabancı turistlerin deneyimleyebileceği yeni otantik ‘ikili’ yemekler ile menülerini zenginleştirmeleri, gastronomik kimliğin güçlendirilmesi ve sürdürülebilirliği açısından da oldukça kıymetlidir. Ayrıca, söz konusu yemeklerin sadece evlerde, özel günlerde yapımının zaman içerisinde çeşitli nedenlerle yok olması/unutulması riskini de azaltacağı da dikkate değer bir konudur. Yakın dönemde yaşanan depremin şehirlerin somut kültürel mirasları üzerinde olduğu kadar somut olmayan kültürel miraslarının bir parçası olan mutfak kültürü üzerinde de olumsuz etkileri de (geleneksel yemekleri hazırlayanların vefatları, ürünlerin üretim ve tedariğindeki sıkıntılar gibi) söz konusu eşleştirilen (ikili) yiyeceklerin yaşatılması yönündeki çabaları gerekli kılan bir diğer unsurdur. Yerel mutfak eğitimlerinde bu kapsamdaki ürünlerin yapımının öğretilmesi kadar yereldeki yeme-içme mekânlarındaki menülerde yer bulmalarının sağlanması gibi uygulamalar ile destinasyonun gastronomik kimliğinin güçlendirilmesi, sürdürülebilirliğine katkılar sağlanacağı muhakkaktır.

Anahtar Sözcükler: Yemek eşleşmeleri, Menü, Gastronomik kimlik, Sürdürülebilirlik, Hatay.

Öğrencilerinin Mutfak Yeterliliklerinin Belirlenmesi

Yaren ÖZTÜRK^{1*}, Ayşe Nur GÜRBÜZ², Süleyman AKKAŞOĞLU³

^{1*}Sanat ve Tasarım Fakültesi
Doğuş Üniversitesi, Türkiye
202204008096@dogus.edu.tr

ORCID: 0009-0007-9548-6363

² Sanat ve Tasarım Fakültesi
Doğuş Üniversitesi, Türkiye
202204008029@dogus.edu.tr

ORCID: 0009-0006-9335-5936

³ Sanat ve Tasarım Fakültesi
Doğuş Üniversitesi, Türkiye
sakkasoglu@dogus.edu.tr

ORCID: 0000-0003-0613-9743

Özet

Yiyecek içecek sektörü geçmişten günümüze gelişme gösteren önemli sektörlerden birisidir. Özellikle sanayi devrimi ile birlikte kişisel gelirin artması, kadınların iş hayatına atılması, teknolojik gelişmeler yiyecek içecek sektörünün gelişimini etkileyen unsurlar olarak ifade edilebilir. Zamanla yiyecek içecek sektörüne olan talebin artması, sektör içerisinde faaliyet gösteren işletme sayısının ve rekabetin artmasına neden olmuştur. Bu durum endüstri içerisinde faaliyet gösteren işletmelerde nitelikli personele olan ihtiyacı ortaya çıkartmıştır. Yiyecek içecek sektörünün ihtiyaç duyduğu nitelikli iş gücünün yetiştirilmesinde, ilgili alanda eğitim veren kurumlar kritik bir rol üstlenmiştir. Diğer bir ifadeyle, bireylerin aldıkları eğitimin, çalışma hayatlarındaki mesleki yeterlilikleri üzerinde belirleyici bir etkisi olmuştur. Bu nedenle, bireylerin eğitim gördükleri alana ilişkin yeterliliklerinin belirlenmesi; sektörün ihtiyaç duyduğu nitelikli personelin yetiştirilmesinde karşılaşılan veya karşılaşılabilecek sorunların giderilmesi, güçlü yönlerin ise daha da geliştirilmesi açısından büyük önem taşımaktadır.

Öğrencilerin eğitim gördükleri alana ilişkin yeterlilikleri kariyer planlamaları ve meslekli başarılarında kritik bir öneme sahiptir. Ayrıca yiyecek içecek alanında eğitim gören öğrencilerin mesleki açıdan donanımlı şekilde mezun olabilmeleri sektörün ihtiyaç duyduğu nitelikli personel ihtiyacının karşılanması açısından son derece önemlidir. Bu bakımdan öğrencilerin mesleki yeterliliklerinin ortaya çıkarılması öğrencilerin ve öğrencilere verilen eğitimin niteliklerinin artırılmasına katkı sağlayacaktır. Nitekim öğrencilerin sektörün ihtiyaç duyduğu bilgi ve donanımla iş hayatına başlamaları kariyerlerinin gelişimine de etki edecektir. Yiyecek içecek sektörü emek yoğun bir yapıya sahiptir. Sektörde nitelikli ve eğitilmiş iş gücü istihdamına çok fazla ihtiyaç duyulmaktadır (Girgin ve Demir, 2023: 268). Özellikle gastronomi alanında eğitim veren kurumlar, sektörün ihtiyaç duyacağı nitelikli işgücünün yetiştirilmesinde büyük önem taşımaktadır (Akoğlu vd., 2017: 146). Dolayısıyla yiyecek içecek alanında eğitim gören öğrencilerin mesleki yeterliliklerinin ortaya konulması bir gereklilik

haline gelmiştir. İlgili literatür incelendiğinde Gastronomi ve Mutfak Sanatları ile Aşçılık bölümü öğrencilerinin sektöre yönelik algılarını, mesleğe bakış açılarını incelemeye yönelik çalışmaların (Akkaşoğlu, 2024; Kaya, 2020; Özdemir ve Öncel, 2019; Harbalıoğlu ve Ünal, 2014) gerçekleştirildiği fakat bu çalışmaların ilgili öğrencilerin bakış açılarını ayrı ayrı ele aldığı gözlenmiştir. Bu bakımdan mevcut çalışmaya konu olan ön lisans ve lisans düzeyinde eğitim gören öğrencileri (ön lisans ve lisans) birlikte ele alan bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu noktadan hareketle bu çalışmanın amacı ön lisans ve lisans düzeyinde yiyecek içecek alanında eğitim gören üniversite öğrencilerinin mutfak yeterliliklerinin belirlenmesidir. Öğrencilerin eğitim düzeylerine (ön lisans ve lisans) ve demografik değişkenlerine göre mutfak yeterliliklerinin farklılık durumlarının incelenmesi çalışmanın alt amaçlarını oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında öğrencilerin mutfak yeterlilikleri; temel mutfak bilgileri, mutfak inovasyonu, temel mutfak becerileri, mutfak yönetimi ve mutfak tutumları açısından incelenmiştir. Çalışmanın amaç ve hedeflerine ulaşılabilmesi için uygulamalı (ampirik) bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın evrenini İstanbul'daki bir vakıf üniversitesinde öğrenim gören aşçılık ile gastronomi ve mutfak sanatları bölümü öğrencileri oluşturmakta olup, örneklem bu evrenden seçilmiştir. Nicel bir araştırma olarak tasarlanan bu çalışma kapsamında verilerin elde edilmesinde anketlerden yararlanılmıştır. Anket formunda yiyecek içecek eğitimi alan öğrencilerin mutfak yeterliliklerini belirlemeye yönelik ölçek kullanılmıştır. Öğrencilerin mutfak yeterliliklerinin belirlenmesi amacıyla Ko (2010) tarafından geliştirilen ilgili ölçeği Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü öğrencileri örneklemine uyarlayan ve Türkçe geçerlilik ve güvenilirliğini sağlayan Çiftçi (2019)'un çalışmasında kullandığı ölçekten yararlanılmıştır.

Araştırma sonuçları genel olarak öğrencilerin temel mutfak becerileri ve mutfak tutumu boyutlarında kendilerini yeterli gördüklerini, buna karşın mutfak inovasyonu ve mutfak yönetimi alanlarında daha düşük yeterlik algısına sahip olduklarını göstermektedir. Sonuç olarak, araştırma bulguları, mutfak yeterliliklerinin geliştirilmesinde uygulamalı eğitimin, sektör deneyiminin ve ilerleyen sınıf düzeyinde edinilen tecrübenin belirleyici olduğunu ortaya koymaktadır. Eğitim programlarında yenilikçilik, liderlik ve yönetim becerilerini destekleyen uygulamalara daha fazla yer verilmesi, öğrencilerin profesyonel mutfak ortamlarına daha donanımlı bir şekilde hazırlanmalarına katkı sağlayacaktır. Araştırma neticesinde elde edilen sonuçların ilgili alanda eğitim veren kurumlara, sektör temsilcilerine ve öğrencilerin mesleki açıdan gelişimlerine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Aynı zamanda yiyecek içecek alanında verilen mutfak eğitiminin iyileştirilmesi, sektörün gereklerini karşılayacak şekilde revize edilebilmesi ve geleceğin yiyecek içecek alanında çalışacak bireylerinin daha donanımlı ve nitelikli şekilde sektöre kazandırılması araştırmanın temel hedefleri olarak sıralanabilir.

Anahtar Sözcükler: Gastronomi, Aşçılık, Eğitim, Mutfak yeterlilikleri.

Kaynakça

- Akkaşoğlu, S. (2024). Öğrencilerin yiyecek içecek sektörüne yönelik algılarının belirlenmesi üzerine bir araştırma. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi, 14(3), 1146-1160.
- Akoğlu, A., Cansızoglu, S., Orhan, N. & Özdemir, Z. (2017). Gastronomi ve Mutfak Sanatları eğitimi alan öğrencilerin sektörde çalışmaya yönelik bakış açıları. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 5(2), 146- 159.
- Çiftçi, O. (2019). Türkiye'deki gastronomi ve mutfak sanatları eğitimi alan öğrencilerin profesyonel mutfak yeterliliklerinin belirlenmesi [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi]. Ulusal Tez Merkezi.

- Girgin, G. K. & Demir, Ö. (2023). Türkiye’deki Gastronomi ve Mutfak Sanatları eğitimine genel bir bakış. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 6(1), 266-275.
- Harbalıoğlu, M. & Ünal, İ. (2014). Aşçılık Programı öğrencilerinin mesleki tutumlarının belirlenmesi: ön lisans düzeyinde bir uygulama. *Turizm Akademik Dergisi*, 1(1), 57-67.
- Kaya, C. Ü. (2020). Gastronomi ve mutfak sanatları öğrencilerinin mesleğe yaklaşımları ve memnuniyet durumları üzerine bir çalışma [Doktora tezi, Hacı Bayram Veli Üniversitesi]. Ulusal Tez Merkezi.
- Ko, W. H. (2010). To evaluate the professional culinary competence of hospitality students. *Journal of Culinary Science & Technology*, 8(2-3), 136-146.
- Özdemir, N. & Önçel, S. (2019). Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümü lisans öğrencilerinin sektöre yönelik algılarının kariyer yapma niyetlerine etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 1159-1176.

**Sorumlu Yazar/Bu çalışma TÜBİTAK 2209 kapsamında hazırlanan projeden üretilmiştir*

Destinasyon Sürdürülebilirliğinde Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Rolü: Otel İşletmelerine Yönelik Bir İnceleme

Ebru KEMER^{1*}, Ezgi KIRICI TEKELİ², Mehmet TEKELİ³

¹ Niğde Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu/ Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Türkiye
kemer_ebr@hotmail.com

ORCID ID: 0000-0002-7620-6297

² Uygulamalı Bilimler Fakültesi/ Turizm Rehberliği Bölümü
Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Türkiye,
ezgi.krc@windowslive.com

ORCID ID: 0000-0002-1613-8448

³Uygulamalı Bilimler Fakültesi/Turizm Rehberliği Bölümü
Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Türkiye
tekelim Mehmet@hotmail.com

ORCID ID: 0000-0002-6069-4740

Özet

Bu araştırmada destinasyon sürdürülebilirliğinde kurumsal sosyal sorumluluğun (KSS) rolü ele alınmakta olup araştırma Paydaş Teorisi'ne (Freeman, 1999) dayandırılmaktadır. Bu teoriye göre; işletmeler yalnızca hissedarlarına karşı değil, çalışanlar, müşteriler, tedarikçiler, yerel toplum ve çevre gibi tüm paydaşlarına karşı sorumludurlar. Turizm işletmeleri, faaliyet gösterdikleri destinasyonlarda birçok paydaşla doğrudan ilişki içindedir. Dolayısıyla, KSS uygulamaları bu paydaşların beklentilerine karşı duyarlılığı ifade etmektedir. Bu teori, sürdürülebilir destinasyon yönetiminde KSS'nin neden gerekli olduğunu kavramsal olarak açıklamaktadır.

Turizm destinasyonlarının çevresel, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirliğini sağlamak günümüzde kritik bir gereklilik haline gelmiştir (Rasoolimanesh vd., 2023). Destinasyon sürdürülebilirliği; turizm faaliyetlerinin çevresel, kültürel ve sosyo-ekonomik dengeleri gözeterek uzun vadeli kalkınmayı desteklemesi anlamına gelmektedir (Draçı & Kraja, 2023). Turizm destinasyonlarının uzun vadeli başarısı, yalnızca ekonomik getiriyle değil, aynı zamanda çevresel ve toplumsal sürdürülebilirlik ilkelerine uygun şekilde yönetilmesiyle mümkündür (Türkmen, 2024). Ancak bu sürdürülebilirliğin sağlanmasında yalnızca kamu politikaları ve yerel halkın değil, turizm sektöründeki işletmelerin de aktif sorumluluk alması beklenmektedir (Ciuculescu & Luca, 2024). Bu noktada, özel sektörün özellikle de turizm işletmelerinin KSS anlayışıyla hareket etmesi, destinasyonların sürdürülebilir gelişimine katkı sunma potansiyeline sahiptir (İsayeva & Kasalak, 2016).

KSS, işletmelerin yalnızca ekonomik kazanç sağlamakla yetinmeyip, çevresel, toplumsal ve etik sorumlulukları da dikkate alarak faaliyet göstermesini ifade etmektedir (Aksoy, 2023). Bu anlayış, özellikle çevresel etkilerin ve toplumsal beklentilerin yoğun olduğu turizm sektöründe giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Turizm işletmeleri, faaliyet

gösterdikleri destinasyonlarda doğal kaynakların korunması, kültürel değerlerin yaşatılması ve yerel halkın refahının artırılması gibi konularda sorumluluk üstlenmelidir (İsayeva & Kasalak, 2016). Örneğin; otel işletmelerinin enerji ve su tasarrufu sağlayan uygulamaları benimsemesi, yerel üreticilerden tedarik sağlaması veya toplumsal projelere destek vermesi ile (Yazgan vd., 2022) hem işletmenin sürdürülebilirliğini güçlendireceği hem de destinasyonun uzun vadeli gelişimine katkıda bulunacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda, turizmde KSS yalnızca etik bir tercih değil, aynı zamanda rekabet avantajı sağlayan stratejik bir yönetim yaklaşımı olarak değerlendirilmektedir (Draçi & Kraja, 2023). Dolayısıyla, “Turizm destinasyonlarında faaliyet gösteren zincir otel işletmeleri (Hilton Otelleri vb.), KSS uygulamaları yoluyla destinasyonların sürdürülebilirliğine ne ölçüde katkı sağlamaktadır?” sorusu araştırmanın ana problemini oluşturmaktadır. Araştırmanın amacı ise destinasyon sürdürülebilirliğinde KSS’nin rolünü belirlemektir. Bunun yanı sıra, Dünya’da ve Türkiye’de faaliyet gösteren zincir otel işletmelerinin KSS uygulamalarının sürdürülebilirlik ilkeleriyle ne ölçüde örtüştüğünü analiz etmek ve bu uygulamaların yerel topluma, çevreye ve destinasyon imajına olan etkilerini değerlendirmek de çalışmanın amaçları arasındadır. Araştırma, KSS’nin yalnızca bir pazarlama aracı değil, aynı zamanda destinasyon sürdürülebilirliğini destekleyen bir yönetim yaklaşımı olarak ele alınmasına ve zincir otel işletmeleri üzerinden bu ilişkinin somut olarak ortaya konmasına dayanmaktadır. Böylece, araştırmada hem akademik literatüre katkı sağlanması hem de sektör paydaşlarına yol gösterici politikalar geliştirilmesi hedeflenmektedir.

Destinasyon sürdürülebilirliği ve KSS kavramları, turizm literatüründe çoğunlukla ayrı ayrı ele alınmaktadır (Aksoy, 2023; Ciuculescu & Luca, 2024; Draçi & Kraja, 2023; İsayeva & Kasalak, 2016; Rasoolimanesh, 2023; Türkmen, 2024; Yazgan & Koçak Soylu, 2022). Bu çalışmanın katkısı, her iki kavramı bütüncül bir çerçevede birleştirerek zincir otel işletmelerinin KSS uygulamalarının sürdürülebilir destinasyon üzerindeki etkilerini ortaya koymasıdır. Çalışma, özellikle Paydaş Teorisi çerçevesinde, turizm sektöründe sosyal sorumluluk kavramının çok boyutlu etkilerini açıklayarak literatürdeki boşluğu doldurmaktadır. Böylece, destinasyon yönetiminde kurumsal aktörlerin etik ve sosyal sorumluluk temelli rollerinin daha iyi anlaşılmasına katkı sağlamaktadır. Uygulama açısından bakıldığında, çalışma turizm sektöründeki zincir otel işletmelerine sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmada rehberlik edecek somut veriler ve öneriler sunmaktadır. Öyle ki araştırma kavramsal bir araştırma olarak tasarlanmıştır. Araştırmada ikincil veriler ışığında literatürdeki mevcut bilgiler sistematik bir şekilde analiz edilmiştir. Böylelikle belirlenen teori ışığında kavramlar arasındaki ilişkiler ortaya konulmuş ve zincir otel işletmelerinin KSS ile ilgili projeleri saptanmıştır.

Anahtar Sözcükler: Destinasyon, Sürdürülebilirlik, Kurumsal sosyal sorumluluk, Turizm işletmeleri, Zincir otel işletmeleri.

Kaynakça

- Aksoy, A. S. (2023). Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ve Türkiye’deki gelişimi. *İktisadi ve İdari Yaklaşımlar Dergisi*, 5(2), 147–161. <https://doi.org/10.47138/jeaa.1389216>
- Ciuculescu, E.-L., & Luca, F.-A. (2024). How can cities build their brand through arts and culture? An analysis of ECoC bidbooks from 2020 to 2026. *Sustainability*, 16(8), 3377–3399. <https://doi.org/10.3390/su16083377>
- Draçi, P., & Kraja, G. (2023). Community support for sustainable tourism strategies is an important factor in its successful development. *Economic Insights*, 21–31. <https://doi.org/10.51865/EITC.2023.01.03>

- Freeman, R. E. (1999). Divergent stakeholder theory. *Academy of Management Review*, 24(2), 233–236. <https://doi.org/10.2307/259078>
- İsayeva, S., & Kasalak, M. A. (2016). Sürdürülebilir turizm yönetimi kapsamında yer alan örnek ekoturizm uygulamaları. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1, 183–200. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/cutsad/issue/61052/906517>
- Rasoolimanesh, M., Ramakrishna, S., Hall, C., Esfandiar, K., & Seyfi, S. (2023). A systematic scoping review of sustainable tourism indicators in relation to the sustainable development goals. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(7), 1497–1517. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1775621>
- Türkmen, H. H. (2024). Küçük şehirlerde sürdürülebilir turizmin geliştirilmesi: Yönetişim ve pazarlama yaklaşımları. *G.Ü. İslahiye İİBF Uluslararası E-Dergi*, 8(8), 28–46. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iiibfud/issue/88745/1593660>
- Yazgan, S. Ö., & Koçak Soylu, S. (2022). Otellerde enerji verimliliğini iyileştirmeye yönelik çeşitli yaklaşımların tasarruf oranlarına etkisinin karşılaştırılması: Antalya örneği. *Mühendislik Bilimleri ve Tasarım Dergisi*, 10(4), 1375–1388. <https://doi.org/10.21923/jesd.1063248>

Şifalı Olduğuna İnanılan Bitkiler ve Halk Hekimliğinde Kullanımı: Dinler Tarihi Perspektifinden Bir Yaklaşım

Delila ELÇE^{1*}

¹ Sosyal Bilimler Enstitüsü/Dinler Tarihi
Ankara Üniversitesi, Türkiye
delilaelce10@gmail.com

ORCID: 0000-0001-5688-8350

Özet

İnsanlar tarih boyunca doğa ile ilişki içerisinde olmuşlardır. Temel düzeyde geçimini ve yaşantısını sürdürebilmek için bitki, hayvan ve çeşitli araçlardan yararlanmışlardır (Çıvgın, 2018, 466). Böylece insanın kültür yapıcı bir varlık olma süreci başlamıştır. Kültürün pratik boyutları, çeşitli alanlarda kendini gösterebilmektedir. Bu alanlardan en önemlisi dini sahadır. Dinin kültürle harmanlanarak yaşantıda bazı eylemler getirmesi sonucunda halk inanışları olarak ifade edebileceğimiz bir dizi uygulamalar ortaya çıkmaktadır. Halk inanışları, insanların günlük hayatlarında karşılaştıkları olaylara çeşitli yorumlar getirmesinden meydana gelir ve özellikle dini yorumlamalarla ön plana çıktığı söylenebilir. Böylece bu yorumlardaki çeşitli sembollerin belli bir tarih aralığını veya düşünce yapısını ifşa ettiği bilinmektedir.

Halk hekimliği ise gerek dini gerekse tıbbî, modern bilimlerin dışında bir dizi uygulamadan ibarettir. Böylece dinin, kültürün ve halkın tecrübesiyle biriken ve bir şekilde sistematikleşen bu türden uygulamalar günümüzde hâlâ kullanılmaktadır. Halk hekimliğinde ilk adım olarak hastalığın teşhis edilmesi için uğraşılır. Ardından bu hastalığa bir isim verilir. Bazı hastalıkların doğal olarak, bazılarının doğaüstü güçlerle meydana geldiğine inanılır. Böylece özellikle doğaüstü bir sebeple oluşan bir hastalığın yine dini yönden güçlü olduğuna inanılan kişi (Tunç, 2021, 250 vd.) veya araçlarla tedavi edilmesi gerekmektedir. Burada dua, tövbe (Rivers, 1927, 120.), inanılan dinin kutsal metinlerinden pasajlar okunması tedavinin ilk aşaması olmakla birlikte gerekli yerlerde çeşitli bitkilere başvurulmaktadır. Halk hekimliği modern tıptan önce varlık alanı bulmuş, insanlar daha az gelişmiş dönemlerde halk hekimliği ile hastalıkların üstesinden gelmeye çalışmıştır. Halk hekimliğinden kasıt tıbbi yeteneğe sahip, ancak tıbbi eğitim almamış kişilerin uyguladığı yöntem ve tedavilerdir. Halk, tıbbî literatüre dahil edilmemiş ve halk hekimliğinde kullanılan birçok bitki türüne de sahiptir.

Örneğin Işkın, uçkun, revas gibi farklı isimlerle anılan bitki hem mitolojik bir geçmişe hem de tıbbi olarak çeşitli faydalara sahiptir bir bitkidir. Bu bitki üzerine yapılan araştırmalarda ışkının diyabet, tansiyon gibi geleneksel tıptaki etkilerine ek olarak modern tıpta da HIV-1 virüsüne karşı bağışıklık kazandırdığı bilinmektedir (Sökmen, 2001, 343). Farklı bir çalışmada ise ışkının antioksidan ve bazı bakterilere karşı antibakteriyel özelliğinin olduğu ortaya konulmuştur (Mercimek Takcı, Türkmen, Güneş, & Bakırhan, 2021, 106). Ayrıca doğu ve güneydoğu bölgelerinde halk arasında mideye faydalarının olduğuna dair innaçlar mevcuttur (Elçe, 2024, 105). Germen mitolojilerinde ilk insan çiftinin rheum ribes/ışkın şeklinde yaratıldığı, 15 yıl sonra 15 yaprak verdiği geçmektedir. Böylece kadın ve erkeğin tek vücut halinde olduğu anlatılmaktadır (Rydberg, 1886/1889). Dağ kekiği ise akciğerleri temizlemeye, öksürüğe iyi geldiği bilinmektedir. Bununla birlikte Venüs otu olduğu düşünüldüğünden güvenli ve hızlı doğum yapmak için kadınlara verilmektedir. Halk arasında da adet sancıları, adet gecikmesinde, böbrek ağrıları ve grip gibi hastalıklarda kullanılmaktadır

(Elçe, 2024, 106). Bununla birlikte Yunan mitolojisinde Troya savaşının başlamasına neden olan Helen'in gözyaşlarının düştüğü yerden yetismeye başladığı anlatılmaktadır. Asaletin ve cesaretin bitkisi olduğuna inanılmaktadır (Gezgin, 2015, 121). Bu sebeple savaşa giden erkeklere kekik kokulu hediyeler verilmiştir. Daha farklı bir örnek vermek gerekirse bazı reçetelerin çeşitli ritüellerle yenilmesi sonucunda şifa veren yönlerinin ortaya çıktığı da bilinmektedir. Dini açıdan önemli bir bulgu olan “boğucu öksürük/kuxga xaniquk” hastalığının tedavisi için şu yöntemlerin uygulandığı görülmüştür: tuz ve unun birlikte kavrulmasının ardından Hz. Nuh Nebi Camisinin bahçesinde bulunan delikli taşla gidilir. Bu karışım öksürüğü olan kişiye yedirilir. Ardından hasta taşın deliğinden geçmeye çalışır. Bu işlemler üç kez tekrarlandıktan sonra hastanın iyileşeceğine inanılır.

Böylece çeşitli bitkilerin halk hekimliğinde modern tıpta kullanılabilirliği incelenirken aynı zamanda hem dini, hem mitolojik hem de kültürel anlamda çeşitli reçetelerin tıp ve inanç noktasında bir araya getirildiği ortaya çıkmaktadır. Ritüeller ile birlikte uygulanan tedavi yöntemlerinin de güncel dinler tarihi araştırmalarında önemli olan fenomenolojik verilerin kayda geçmesi gerektiği düşünülmektedir. Bu çalışmada Işkın/Revas, Catir/Dağ Kekliği, Karı/Dağ sorsalı, Tolik/Ebegümeci gibi hem halk tıbbında önemli yer tutan hem de mitolojik anlatılarda karşımıza çıkan ve dinî açıdan önemli yiyeceklerin dini ve mitolojik anlatılarıyla birlikte halk hekimliğinde kullanımı ele alınacaktır. Böylece geçmişten günümüze gelen çeşitli tedavi yöntemlerinin güncel değerinin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Çalışmada Şırnak ve çevresi için mülakat görüşme teknikleri ile araştırma yapılırken diğer bölgeler için literatür taraması yapılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Dinler tarihi, Halk hekimliği, Modern tıp

Kaynakça

- Çıvgın, İ (2018). Bereketli Hilal'de Bitki Evcilleştirme Sürecini Etkileyen Faktörler: İklim, Doğal Çevre ve Kültürlerarası Karşılaşmalar (MÖ. 11000 – 7000). *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(17) 463-488.,
- Elçe, D. (2024). *Silopi Halk İnançları: Dinler Tarihi Açısından Bir Araştırma*. Vizetek Yayıncılık.
- Gezgin, D (2015). *Bitki Mitosları*. Sel Yayıncılık.
- Mercimek Takcı, H. A., Uçan Türkmen, F., Güneş, M., & Bakırhan, P. (2021). Rheum Ribes Özütlerinin Antioksidan Ve Antibakteriyel Aktiviteleri. *Karadeniz Fen Bilimleri Dergisi*, 11(1), 104–117.
- Rydberg, V. (1889). The creation of man. The primeval country. Sceaf, the bringer of culture. In *Investigations into Germanic mythology*, (pp. 367–384). London: Swan Sonnenschein & Co.
- Sökmen, A. (2001). Antiviral and Cytotoxic Activities of Extracts from the Cell Cultures and Respective Parts of Some Turkish Medicinal Plants. *Turkish Journal of Biology*, 25(3), 343–350.
- Tunç, İ (2021). Din-Kültür Perspektifinden Tedavide Dinsel-Büyüsel Pratikler. İçinde: *İslâm'da Sağlık ve Koruyucu Hekimlik* (s. 245-255). Ağrı: İbrahim Çeçen Üniversitesi Yayınları.
- William Halse, R (1927). *Medicine, Magic and Religion*. London: Harcourt, Branc and Company.

Sürdürülebilirlik Bağlamında Bitki Bazlı Et Alternatiflerine Yönelik Kavramsal Bir Değerlendirme

Raşit BAKAN^{1*}, Emrah ÖZKUL²

¹ Turizm Fakültesi /Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü,
Kocaeli Üniversitesi, Türkiye
rasitbakan1@gmail.com

ORCID: 0000-0002-7575-3459

² Turizm Fakültesi/Turizm İşletmeciliği Bölümü
Kocaeli Üniversitesi, Türkiye
emrah.ozkul@kocaeli.edu.tr

ORCID: 0000-0002-7938-6916

Özet

Sürdürülebilir beslenme, günümüz küresel gıda sistemlerinin karşı karşıya olduğu çevresel, toplumsal ve sağlık temelli sorunlar nedeniyle giderek daha merkezi bir tartışma alanı haline gelmiştir. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) sürdürülebilir beslenmeyi; düşük çevresel etkiye sahip, gıda ve beslenme güvenliğini destekleyen ve mevcut ile gelecek nesiller için sağlıklı yaşamı mümkün kılan beslenme biçimleri olarak tanımlamaktadır (Burlingame & Dernini, 2012). Dünya nüfusunun 2050 yılına kadar önemli ölçüde artacağı ve buna bağlı olarak küresel gıda talebinin %60–70 oranında yükseleceği öngörülmektedir (Alexandratos & Bruinsma, 2012). Bu durum, mevcut üretim ve tüketim alışkanlıklarının sürdürülebilirliğini sorgulanır hale getirmekte ve alternatif protein kaynaklarına yönelik ilgiyi artırmaktadır. Günümüzde hayvansal üretim, küresel sera gazı emisyonları, yoğun arazi kullanımı ve yüksek su tüketimi nedeniyle çevresel sürdürülebilirliğin önündeki temel engellerden biri olarak değerlendirilmektedir. Hayvancılık faaliyetlerinin, küresel sera gazı salımlarının yaklaşık %20'sinden sorumlu olduğu ve mevcut üretim eğilimlerinin devam etmesi halinde bu oranın daha da artabileceği belirtilmektedir (Vermeulen vd., 2012). Özellikle kırmızı et üretimi, karbon ayak izi ve su ayak izi açısından en yüksek çevresel maliyetlere sahip üretim biçimleri arasında yer almaktadır (Mekonnen & Hoekstra, 2012). Bu bağlamda, et tüketiminin azaltılması ve alternatif protein kaynaklarının yaygınlaştırılması, sürdürülebilir gıda sistemlerine geçişte kritik bir strateji olarak öne çıkmaktadır.

Bitki bazlı et alternatifleri, hayvansal etin duyuşsal ve fonksiyonel özelliklerini taklit edecek şekilde bitkisel proteinlerin işlenmesiyle elde edilen ürünler olarak tanımlanmaktadır (Joshi & Kumar, 2015). Bu ürünlerin tarihsel kökenleri tofu, tempeh ve seitan gibi Asya mutfağına özgü geleneksel gıdalara dayanmakla birlikte, son yıllarda ileri gıda işleme teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte daha sofistike ve et benzeri ürünler piyasaya sunulmuştur (Elzerman vd., 2013). Günümüzde bitki bazlı et alternatifleri, sadece vegan ve vejetaryen bireylere değil, et tüketimini azaltmak isteyen geniş bir tüketici kitlesine hitap eden bir pazar segmenti haline gelmiştir (Ismail vd., 2020; Ye & Mattila, 2021). Pazar verileri, bitki bazlı et alternatiflerine yönelik talebin hızlı bir artış gösterdiğini ortaya koymaktadır. Bu büyümenin arkasında çevresel kaygılar, sağlık motivasyonları ve hayvan refahına ilişkin etik hassasiyetler yer almaktadır (Font-i-Furnols, 2023). Aynı zamanda, tüketicilerin et benzeri tat, doku ve

görünüm beklentilerini karşılamaya yönelik ürün geliştirme stratejileri de pazarın genişlemesini desteklemektedir (Ismail vd., 2020). Bu ürünlerin üretiminde soya ve bezelye gibi baklagillerden elde edilen proteinler temel bileşen olarak kullanılmakta; ekstrüzyon teknolojisi aracılığıyla lifsi ve et benzeri bir yapı kazandırılmaktadır (Zhao vd., 2022; Wang vd., 2022).

Sürdürülebilirlik perspektifinden bakıldığında, bitki bazlı et alternatiflerinin çevresel performansı geleneksel hayvansal etlere kıyasla daha olumlu bir profil sunmaktadır. Yaşam döngüsü değerlendirmelerine dayanan çalışmalar, bitki bazlı et ürünlerinin sera gazı emisyonları, arazi kullanımı ve su tüketimi açısından önemli ölçüde daha düşük çevresel etkiye sahip olduğunu göstermektedir (Kustar & Patiño-Echeverri, 2021). Bu doğrultuda, hayvansal et tüketiminin kısmen veya tamamen bitki bazlı alternatiflerle ikame edilmesi, iklim değişikliğiyle mücadele ve doğal kaynakların korunması açısından önemli kazanımlar sunmaktadır (Hadi & Brightwell, 2021). Bununla birlikte, literatürde bitki bazlı et alternatiflerinin çevresel sürdürülebilirliğine yönelik eleştirel yaklaşımlar da bulunmaktadır. Bu ürünlerin yüksek düzeyde işlenmiş yapıları, üretim süreçlerinde yoğun enerji kullanımını beraberinde getirmekte ve çevresel faydanın üretim koşullarına bağlı olarak değişebileceğini göstermektedir (Aimutis & Shirwaiker, 2024). Ayrıca, soya gibi hammaddelerin artan talebi karşılamak amacıyla geniş alanlarda üretilmesi, orman tahribatı ve biyolojik çeşitlilik kaybı gibi dolaylı çevresel sorunlara yol açabilmektedir (Molotoks & West, 2021). Bu nedenle, bitki bazlı et alternatiflerinin sürdürülebilirliğinin mutlak değil, bağlamsal ve üretim pratiklerine bağlı olduğu vurgulanmaktadır.

Sağlık boyutunda, kırmızı ve işlenmiş et tüketiminin kardiyovasküler hastalıklar, tip 2 diyabet ve bazı kanser türleriyle ilişkili olduğu uzun süredir bilinmektedir (Abete vd., 2014). Bitki bazlı et alternatifleri ise kolesterol içermemeleri ve genellikle daha düşük doymuş yağ oranlarına sahip olmaları nedeniyle potansiyel olarak daha sağlıklı seçenekler olarak sunulmaktadır (Harnack vd., 2022). Yüksek lif içerikleri de bu ürünlerin metabolik sağlık üzerindeki olumlu etkilerini destekleyen bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Ancak bu ürünlerin besin profilleri de eleştirel biçimde değerlendirilmektedir. Birçok bitki bazlı et alternatifi, hayvansal etlere kıyasla daha düşük protein kalitesi, B12 vitamini ve demir içeriğine sahiptir ve bazı ürünlerde yüksek sodyum düzeyleri tespit edilmektedir (Curtain & Grafenauer, 2019). Bu durum, bitki bazlı et alternatiflerinin geleneksel etin doğrudan ve eksiksiz bir ikamesi olarak değerlendirilmesini sınırlamakta ve dengeli bir beslenme bağlamında tüketilmeleri gerektiğini göstermektedir (Flint vd., 2023). Etik açıdan değerlendirildiğinde, endüstriyel hayvancılık uygulamaları hayvan refahı açısından ciddi tartışmalara konu olmaktadır. Hayvanların doğal davranışlarını sergileyemediği yoğun üretim sistemleri, etik eleştirilerin temelini oluşturmaktadır (Tiezzi vd., 2019). Bitki bazlı et alternatifleri, hayvansal üretime duyulan ihtiyacı azaltarak hayvan sömürsünün önlenmesine katkı sağlayan bir çözüm olarak değerlendirilmektedir (Ali & Bharali, 2025). Bu etik hassasiyetler, özellikle genç ve çevre bilinci yüksek tüketici gruplarında bitki bazlı ürünlere yönelik talebi artırmaktadır (Hopwood vd., 2020).

Sonuç olarak, bitki bazlı et alternatifleri çevresel etkilerin azaltılması, sağlıklı beslenmenin teşvik edilmesi ve hayvan refahının korunması açısından sürdürülebilir gıda sistemlerinin geleceğinde stratejik bir rol üstlenmektedir. Ancak bu ürünlerin sürdürülebilirlik potansiyelinin tam anlamıyla gerçekleştirilebilmesi, üretim süreçlerinin enerji ve kaynak verimliliği açısından iyileştirilmesine, besin profillerinin dengelenmesine ve hammaddelerin sürdürülebilir tarım uygulamalarıyla temin edilmesine bağlıdır. Dolayısıyla bitki bazlı et alternatifleri, mutlak bir çözümünden ziyade, sürdürülebilir gıda sistemlerine geçiş sürecinde önemli fakat geliştirilmesi gereken bir bileşen olarak değerlendirilmelidir.

Anahtar Sözcükler: *Bitki proteini, Bitki bazlı et alternatifi, Et ikamesi, Sürdürülebilirlik*

Kaynakça

- Abete, I., Romaguera, D., Vieira, A. R., De Munain, A. L., & Norat, T. (2014). Association between total, processed, red and white meat consumption and all-cause, CVD and IHD mortality: a meta-analysis of cohort studies. *British Journal of Nutrition*, 112(5), 762-775. <https://doi.org/10.1017/S000711451400124X>
- Aimutis, W. & Shirwaiker, R. (2024). A perspective on the environmental impact of plant-based protein concentrates and isolates. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 121(50), 1-9. <https://doi.org/10.1073/pnas.231900312>
- Alexandratos N, & Bruinsma J. (2012). World Agriculture Towards 2030/2050: The 2012 Revision. ESA Working Paper no. 12-03. Rome: FAO, 2012.
- Ali, A., & Bharali, P. (2025). The rise of plant-based meat alternatives: Challenges and perspectives. *Food Bioscience*, 68, 106640. <https://doi.org/10.1016/j.fbio.2025.106640>
- Burlingame, B. A., & Dernini, S. (2012). Sustainable diets and biodiversity: directions and solutions for policy, research and action. Proceedings of the International Scientific Symposium on Biodiversity and Sustainable Diets: United Against Hunger, 3-5 November 2010, Rome. Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- Curtain, F., & Grafenauer, S. (2019). Plant-based meat substitutes in the flexitarian age: An audit of products on supermarket shelves. *Nutrients*, 11(11), 2603. <https://doi.org/10.3390/nu11112603>
- Elzerman, J. E., Van Boekel, M. A., ve Luning, P. A. (2013). Exploring meat substitutes: consumer experiences and contextual factors. *British Food Journal*, 115(5), 700-710. <https://doi.org/10.1108/00070701311331490>
- Flint, M., Bowles, S., Lynn, A., & Paxman, J. (2023). Novel plant-based meat alternatives: future opportunities and health considerations. Proceedings of the Nutrition Society, 82(3), 370-385. doi:10.1017/S0029665123000034
- Font-i-Furnols, M. (2023). Meat consumption, sustainability and alternatives: An overview of motives and barriers. *Foods*, 12(11), 2144. <https://doi.org/10.3390/foods12112144>
- Hadi, J. & Brightwell, G. (2021). Safety of alternative proteins: technological, environmental and regulatory aspects of cultured meat, plant-based meat, insect protein and single-cell protein. *Foods*, 10(6), 1226. <https://doi.org/10.3390/foods10061226>
- Harnack, L., Reese, M., & Johnson, A. (2022). Are plant-based meat alternative products healthier than the animal meats they mimic? *Nutrition Today*, 57(4), 195-199. <https://doi.org/10.1097/NT.0000000000000553>
- Hopwood, C. J., Bleidorn, W., Schwaba, T., & Chen, S. (2020). Health, environmental, and animal rights motives for vegetarian eating. *Plos One*, 15(4), 1-20. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0230609>
- Ismail, I., Hwang, Y. H., & Joo, S. T. (2020). Meat analog as future food: A review. *Journal of Animal Science and Technology*, 62(2), 111-120. <https://doi.org/10.5187/jast.2020.62.2.111>

- Joshi, V. G., & Kumar, S. (2015). Meat analogues: Plant-based alternatives to meat products –A review. *International Journal of Food and Fermentation Technology*, 5(2), 107–119. <https://doi.org/10.5958/2277-9396.2016.00001.5>
- Kustar, A. & Patiño-Echeverri, D. (2021). A review of environmental life cycle assessments of diets: plant-based solutions are truly sustainable, even in the form of fast foods. *Sustainability*, 13(17), 9926. <https://doi.org/10.3390/su13179926>
- Mekonnen, M. M., & Hoekstra, A. Y. (2012). A global assessment of the water footprint of farm animal products. *Ecosystems*. 15(3), 401-415. <https://doi.org/10.1007/s10021-011-9517-8>
- Molotoks, A. & West, C. (2021). Which forest-risk commodities imported to the uk have the highest overseas impacts? a rapid evidence synthesis. *Emerald Open Research*, 1(10), 1-26. <https://doi.org/10.1108/EOR-10-2023-0010>
- Tiezzi, F., Tomassone, L., Mancin, G., Cornale, P., & Tarantola, M. (2019). The assessment of housing conditions, management, animal-based measure of dairy goats' welfare and its association with productive and reproductive traits. *Animals*, 9(11), 893. <https://doi.org/10.3390/ani9110893>
- Vermeulen, S. J., Campbell, B. M., & Ingram, J. S. (2012). Climate change and food systems. *Annual Review of Environment and Resources*. 37(1), 195-222. <https://doi.org/10.1146/annurev-environ-020411-130608>
- Wang, Y., Tuccillo, F., Lampi, A., Knaapila, A., Pulkkinen, M., Kariluoto, S., ... & Katina, K. (2022). Flavor challenges in extruded plant-based meat alternatives: a review. *Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety*, 21(3), 2898-2929. <https://doi.org/10.1111/1541-4337.12964>
- Ye, T., & Mattila, A. S. (2021). The effect of ad appeals and message framing on consumer responses to plant-based menu items. *International Journal of Hospitality Management*. 95, 102917. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102917>
- Zhao, D., Huang, L., Li, H., Ren, Y., Cao, J., Zhang, T., ... & Liu, X. (2022). Ingredients and process affect the structural quality of recombinant plant-based meat alternatives and their components. *Foods*, 11(15), 2202. <https://doi.org/10.3390/foods11152202>.

Sürdürülebilir Destinasyon Pazarlaması Kapsamında Van Gölü Havzası'nın Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi

Melahat AVŞAR^{1*}

¹Amasya Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu/Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
Amasya Üniversitesi, Türkiye
melahat.avsar@amasya.edu.tr

ORCID: 0000-0002-5700-2061

Özet

Van Gölü Havzası Türkiye'deki önemli havzalardan biridir ve turizm açısından da geliştirilmeye oldukça elverişlidir. Bu çalışmanın temel amacı Van Gölü Havzası'nda hangi turizm türlerinin yapılabilirliğinin belirlenmesidir. Bu amaç doğrultusunda nitel araştırma yöntemi kullanılmış ve ikincil kaynaklardan veri elde edilerek Van Gölü Havzası ile ilgili yapılan çalışmalar incelenmiştir. Van Gölü Havzası ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde bölgede “kültür ve inanç turizmi”, “gastronomi turizmi”, “rekreasyon turizmi” ve “kuş gözlemciliği” turizm türlerinin potansiyelinin olduğu belirlenmiştir. Fakat belirlenen bu turizm türleri içerisinde kültür ve inanç turizminin potansiyelinin daha yüksek olduğu ve destinasyon pazarlamasında özellikle bu turizm türünün ön plana çıkarılabileceği belirlenmiştir. Alanyazında turizm alanında Van Gölü Havzası ile ilgili sınırlı sayıda çalışmanın olduğu göz önüne alındığında bu çalışma ile Van Gölü Havzası bir bütün olarak ele alınmış ve sürdürülebilir destinasyon pazarlaması kapsamında geliştirilebilir turizm türleri ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Sürdürülebilir turizm, Destinasyon pazarlaması, Turizm türleri, Van Gölü Havzası.

Giriş

Turizmin ekonomi üzerindeki etkisinin büyümesi ve bu büyümenin de artarak devam edeceğinin öngörülmesi turizmin çevre, kültür ve sosyal yapı üzerindeki etkilerine dikkat çekmiştir (Sarı, 2020, s. 2). İstihdam olanakları ve döviz getirisi başta olmak üzere turizmin ekonomi üzerinde olumlu etkileri bulunmaktadır, fakat planlanmayan turizm gelişiminin su ve benzeri doğal kaynakları kirlettiği ve tükettiği için bu noktada biyoçeşitliliği, doğal ve kültürel çevreyi korumayı amaçlayan sürdürülebilir turizmin önemi ortaya çıkmaktadır (Yurtsal, 2019, s. 62). Çünkü sürdürülebilirliğin temelinde, turizme konu olan kaynakların hem bugün hem de gelecekte kullanımıyla ilgili bilincin önemi bulunmaktadır (Sezgin ve Karaman, 2008).

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü'nün 2024 yılı verilerine göre, 2024 yılında Türkiye'yi ziyaret eden toplam 62.269.890 kişinin 6.962.352'i Van Gölü Havzasına sınırı olan ülkelere (İran, Gürcistan, Irak, Azerbaycan, Ermenistan ve Lübnan) olmaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, 2025). Turizm faaliyetlerinin çoğu destinasyonlarda gerçekleşmektedir ve bu

doğrultuda ziyaretçi sayısını artırmak için destinasyonun tanıtılmasını içeren destinasyon pazarlaması turizm endüstrisinin gelişiminde oldukça önemli bir yer tutmaktadır (Gedik, 2021, s. 117). Bu bağlamda destinasyonların sahip olduğu turizm arz kaynaklarının etkin bir şekilde kullanılmasıyla bölgeler arasındaki dengesizlikler de ortadan kaldırılabilir (Çeken, 2008, s. 302). Ayrıca değişen talebe bağlı olarak Dünyadaki yeni turizm eğilimleri; tarih, kültür, doğa, kırsal ve sağlık turizmi türleri yönünde gelişmektedir (Kaypak, 2012, s. 1). Bu doğrultuda bölgenin turizm planlamasında belirlenen destinasyon için çekim gücü olan doğru turistik ürün ve/veya ürünlerin seçiminin yapılarak geliştirilmesi oldukça önemli aşamalardan biridir (Bardakoğlu, 2023, s. 145). Bu noktadan hareketle Van Gölü Havzası ele alınmış ve hangi turizm türlerinin uygulanabilirliği belirlenmiştir. Belirlenen turizm türlerinin güçlü yönleri vurgulanmış ve Van Gölü Havzasının tanıtım ve pazarlamasında özellikle hangi turizm türünün ön plana çıkarılmasının nedenleri açıklanmaya çalışılmıştır. Ayrıca literatürde turizm alanında Van Gölü Havzası ile ilgili sınırlı sayıda çalışmanın olduğu belirlenmiştir. Bu doğrultuda bu çalışma ile Van Gölü Havzası bir bütün olarak ele alınmış ve sürdürülebilir destinasyon pazarlaması kapsamında geliştirilebilir turizm türleri ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

Literatür Taraması

Van Gölü volkanik bir set gölüdür ve Bitlis ilinde bulunan Nemrut volkanik dağının patlaması sonucunda oluşmuştur. Van Gölü suyunun tuzlu-sodali olması biyolojik çeşitliliği sınırlamaktadır. Van gölünde tek balık türü olan inci kefali yaşamaktadır. Türkiye'nin en büyük gölü olma özelliğine sahip Van Gölü ayrıca dünyanın da en büyük sodali gölüdür (T.C. Tatvan Kaymakamlığı, t.y.). Van Gölü Havzası, Doğu Anadolu Bölgesinin güney kısmında yer almaktadır ve havzanın toplan alanı 17.964 km²'dir. Van Gölü Havzası'nda Van, Ağrı ve Bitlis illeri bulunmaktadır. Bu illerin havza içerisinde kalan alanlarının yüzdelere bakıldığı zaman Van %62 ile en büyük alana sahip il olarak karşımıza çıkmaktadır. Bitlis ilinin %34, Ağrı ilinin ise %1,8 havzada alanı bulunmaktadır (T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, t.y.). Van Gölü Havzasının önemli yerleşim merkezleri; Van ilinin merkezi ve Van ilinin Çaldıran, Edremit, Erciş, Gevaş, Gürpınar, Muradiye ve Özalp ilçeleri ile Bitlis ilinin Adilcevaz, Ahlat ve Tatvan ilçelerinden oluşmaktadır (T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Su Yönetimi Genel Müdürlüğü, t.y.). Van Gölünün adı sınırları içerisinde bulunan Van ilinden gelmektedir. M.Ö. 10. ve 8. yüzyılları arasında Urartu Krallığının başkenti, Van Gölü'nün doğu kıyılarında kurulmuştur. Akdamar Adası'nda bulunan Kutsal Haç Kilisesi ve gölün doğu kıyısında bulunan Van Kalesi bölgede önemli tarihsel anıtlardır. Ayrıca Van Gölü'nün doğu kısmında bulunan Akdamar, Adır, Çarpanak ve Kuş adaları da turistik özelliğe sahiptir ve sit alanı ilan edilmiştir (T.C. Tatvan Kaymakamlığı, t.y.).

Alaeddinoğlu, Avşın ve Yılmaz (2016, s. 291) Van Gölü'nün güneydoğu bölgesini jeomorfolojik özelliklerini ekoturizm kapsamında ele aldıkları çalışmalarında bölgenin hem rekreatif faaliyetler açısından hem de doğa sporları için potansiyelinin oldukça önemli olduğu belirtilmiştir. Meriç ve Bozkurt (2017, s. 154) Van Gölü'nün rekreasyonel turizm potansiyelini değerlendirdikleri çalışmalarının sonucunda rekreasyonel alanlarda önemli eksikliklerin olduğu ve bu bağlamda da rekreasyonel turizm potansiyelinin yeteri kadar değerlendirilmediği belirtilmiştir. Deniz (2008, s. 183) Van Gölü'nün güney kıyılarının ekoturizm amaçlı değerlendirilmesi üzerine yaptığı çalışmada bu kıyıların turizm potansiyelinin yüksek olduğunu ve sürdürülebilir ekoturizm kapsamında uygun olabileceğini belirtmiştir. Keleş Eriçok (2019, s. 173) Van Gölü Havzası'na kültür rotası önerisi ile ilgili yaptığı çalışmasının sonucunda Van Gölü Havzası'nda Urartu Uygarlığının ağırlıklı olarak bölgede yer aldığının ve bu doğrultuda da bu uygarlığa ait kültürel değerleri birbirleri ile ilişkilendirerek bir kültür rotası önerisinde bulunmuştur. Köşker (2020, s. 181) Van Gölü'nde mikrobiyalit dalış turizmi ile ilgili yaptığı çalışmada Van Gölü'nde bu turizm türünün gelişebileceğini belirtmiştir. Meriç, Subaşı ve Şahin (2021, s. 401) Van Gölü Havzası'nın glamping turizmi potansiyeli üzerine

yaptıkları çalışmalarının sonucunda Van Gölü Havzası'nın genel olarak glamping turizmine uygun olduğunu ve yerel yönetimlerinde desteklemeye istekli olduğu sonucu ortaya koyulmuştur. Bu bağlamda alanyazında Van Gölü Havzası ile ilgili turizm alanında sınırlı sayıda çalışmanın olduğu dikkat çekmektedir.

Yöntem

Bu çalışmanın temel amacı Van Gölü Havzası'nın turizm potansiyelinin belirlenmesidir. Bu amaç doğrultusunda nitel araştırma yönteminden faydalanılarak Van Gölü Havzası'nın mevcut ve potansiyel turizm türleri ele alınmıştır. İkincil verilerden faydalanılarak yapılan araştırmada Van Gölü Havzası ile ilgili turizm alanında yapılan çalışmalar incelenmiştir. Yazıcıoğlu ve Erdoğan'a (2011, s. 25) göre nitel araştırma önerisi, araştırmanın hipotezinin test edilmesi amacıyla araştırmacı tarafından geliştirilen bir plan şeklinde açıklanmaktadır. Bu çalışmada da Van Gölü Havzası ile ilgili geliştirilebilir turizm türlerinin belirlenmesi ile ilgili öneriler oluşturulacağı için tümevarım yaklaşımından hareketle "*Van Gölü Havzası'nda uygulanabilir turizm türleri nelerdir?*" sorusuna cevap aranmıştır.

Bulgular

Kültür ve İnanç turizmi

Kültür ve inanç turizmi, turizmin ortaya çıktığı zamanlardan günümüze kadar hep ön planda olan turizm çeşidi olmuştur (Meriç ve Bozkurt, 2016, s. 117). İlk olarak antik çağlarda öne çıkan inanç turizmi, dünyadaki büyük dinlerin gelişmesiyle yapılandırılmış bir uygulamaya dönüşmüş, küresel olarak tanınan kutsal alanların kurulmasıyla da çoğu büyük inanç merkezleri dini amaçlarla seyahat edilmeye başlanmıştır (Choe, 2024, s. 3). İnanç turizmi seyahat motivasyonlarının başında insanlık tarihi ve kültürünün vazgeçilmez unsurları olan dini mekanları ziyaret etmek gelmektedir (UNWTO, 2016). Van ilinde inanç turizmi kapsamında değerlendirilebilecek pek çok mekân bulunmaktadır ve özellikle Akdamar Kilisesi, Aziz Bartholomeos'un mezarının bulunduğu Başkale ve Erek Dağ'ında bulunan Yedi Kilise Hristiyan dini açısından kutsal sayılan önemli mekanlardır (Alaeddinoğlu ve Okudum, 2015, s. 552). Van'ın Gevaş ilçesinde Akdamar Adası'nın güneydoğusunda bulunan Akdamar Kilise'si, 2007 yılında restore edilmiş ve 2010 yılında tekrar ayin için açılmıştır ve Ermeni halkı için önemli bir yeri olan bu kilise hac merkezi olarak kabul edilmektedir (Kaya, Cankül ve Demirci, 2013, s. 13). Arslan Kalay ve Yıldız (2017, s. 121) da Akdamar Kilisesi'nin Türkiye için kültürel miras turizmi, kültür turizmi ve inanç turizmi bakımından oldukça önemli olduğunu belirtmiştir. Ayrıca alanyazında Akdamar Kilisesi'ni inanç turizmi kapsamında ele alan çalışmalar da bulunmaktadır (Sevinç ve Azgün, 2012; Kaya, Cankül ve Demirci, 2013; Alaeddinoğlu ve Okudum, 2015).

Gastronomi turizmi

Bireyler gastronomi turizmi kapsamında yerel mutfak kültürünü deneyimlemek amacıyla seyahat etmektedir (Daşdemir, 2021, s. 62). Van ili birçok farklı kültüre ev sahipliği yaptığından dolayı zengin bir mutfağa sahiptir (Ün ve Okat, 2023, s. 488). Türk Patent ve Marka Kurumu'nun 09.04.2025 tarihli verilerine göre Van Gölü çevresinde bulunan Van'ın 23 adet, Bitlis'in 7 adet ve Ağrı'nın 5 adet coğrafi işaretli ürünü olduğu belirlenmiştir (Türk Patent ve Marka Kurumu, t.y.). Bu bağlamda Van Gölü Havzası'nda bulunan bölgelerde gastronomi değerlerinin oldukça önemli olduğu görülmektedir. Daşdemir (2021, s. 71) özellikle Van kahvaltısının Van ilinin tanıtımında, adının duyurulmasında ve gastronomi açısından da ilin tanıtımında oldukça önemli bir yerinin olduğunu belirtmektedir. Ayrıca Yenipınar, Köşker ve Karacaoğlu (2014, s. 13) Van Otlı Peynirinin Van ilinin tanıtılmasına, yerel ekonomiye ve turizme katkı sunacak bir ürün olduğunu belirtmektedir.

Rekreasyon turizmi

Çelik ve Meriç'e (2017, s. 295) göre rekreasyonel turizm faaliyetleri, insanların boş zamanlarını değerlendirdikleri, zihnen ve bedenen rahatladıkları ve yenilenmek için yaptıkları hem dinlendirici hem de eğlendirici etkinliklerdir. Bu bağlamda Meriç ve Bozkurt'a (2017, s. 154) göre rekreasyonel faaliyetler için su kıyıları çekici özelliği olan alanlardır. Çelik ve Meriç (2017, s. 295) Van Gölü kıyısında bulunan Ahlat'ın rekreasyonel turizm potansiyelini inceledikleri çalışmalarında Ahlat'ın rekreasyon faaliyetleri için uygun birçok alanının olduğunu ortaya koymuştur. Meriç, Subaşı ve Şahin (2021, s. 401) Van Gölü Havzası'nın glamping turizmi potansiyelini inceledikleri çalışmalarında Van Gölü Havzası'nın genel olarak glamping turizmine uygun olduğunu ortaya koymuştur. Bu bağlamda Van Gölü Havzası göz önüne alındığında rekreasyonel turizm için oldukça ideal olduğu söylenebilir.

Kuş gözlemciliği

Sulak alanlar sağladığı biyolojik çeşitlilik sayesinde başta kuş gözlemciliği diğer bir adıyla ornito-turizm olmak üzere çeşitli turizm türlerine olanak sunmaktadır (Erzen ve Aydın, 2017). Göçmen kuşların önemli duraklarından biri olan, geniş sazlıklara ve sulak alanlara sahip Van Gölü Havzası'nda 234 çeşit kuş türü gözlemlenebilmektedir (Tarım ve Orman Ekranı, 2019). Erzen ve Aydın (2017) Van iline çok sayıda kuş türünün uğradığını sulak alanlar yönünden oldukça zengin olduğunu, önemli sulak alanlara ve "Akdamar", "Adır" ve "Çarpanak" adaları ile kuş gözlemciliği açısından oldukça yüksek potansiyele sahip olduğunu belirtmektedir. Ayrıca Alaeddinoğlu ve Aydın (2018, s. 370) Van ilindeki sulak alanların mevcut durumunu ve turizm açısından yeterliliklerini değerlendirdikleri çalışmalarında özellikle "Van Dönemeç", "Erçek", "Bendimahı" ve "Van Sulak Alanı" bölgelerinde kuş gözleminin yapılabilmekte olduğunu ve bu alanların gözlem noktaları, ulaşılabilirlik, kuş türü, kuş sayısı, korunabilme yeterliliği ve bölge insanının yaklaşımı açısından olumlu özelliklere sahip olduğunu ortaya koymuştur.

Sonuç ve Değerlendirme

Van Gölü Havzası ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde bölgede kültür ve inanç turizminin, gastronomi turizminin, rekreasyon turizminin ve kuş gözlemciliğinin potansiyelinin olduğu belirlenmiştir. Fakat belirlenen bu turizm türleri içerisinde kültür ve inanç turizminin potansiyelinin daha yüksek olduğu ve destinasyon pazarlamasında özellikle bu turizm türünün ön plana çıkarılabileceği belirlenmiştir. Bütün turizm faaliyetlerinde olduğu gibi kültür ve inanç turizmi türünün gelişiminin de sürdürülebilirlik kriterleri doğrultusunda planlı ve kontrollü olması oldukça önemlidir. Bu doğrultuda Van Gölü Havzası ile ilgili şu önerilerde bulunulmuştur;

- Arslan Kalay ve Yıldız (2017, s. 133) Ermeni kültüründe ve inancında önemli bir yeri olan Akdamar Anıt Müzesi'nin (Kilisesi) özellikle doğu turlarında kültürel miras turizmi kapsamında vazgeçilmez bir ziyaret merkezi olduğunu belirtmiştir. Bu bağlamda bölgenin öneminin ve tanıtımının uluslararası alanda yapılması önerilebilir. Kaya, Cankül ve Demirci (2013, s. 23) de inanç turizmi kapsamında Akdamar Kilisesi'nde yapılan ayinlerin Van iline önemli bir gelir ve tanıtım imkânı sunduğunu ve bu bağlamda Akdamar Kilisesi'nin tanıtımının daha fazla yapılmasının ve potansiyel turistlere ulaşılmasının önemini vurgulamıştır. Ayrıca Alaeddinoğlu ve Okudum (2015, s. 552) ada ve kilisenin inanç turizmi kapsamında tanıtım unsurlarının artırılmasını ve Van Gölü'ne plaj yapılmasının inanç turizmini destekleyeceğini belirtmiştir. Bu

bağlamda bölgedeki diğer turizm türleri ile inanç turizmi entegre edilerek paket programlar ve turlar düzenlenmesi önerilebilir.

- Alaeddinoğlu ve Okudum (2015, s. 552) özellikle ayın günlerinde adanın taşıma kapasitesinin oldukça zorlandığını ve bu durumunda bazı sorunlara neden olduğunu belirtmiştir. Bu bağlamda Akdamar Adası'nın altyapısının ve üstyapısının geliştirilmesine önem verilmesi önerilebilir.
- Ün ve Okat (2023, s. 488) Van ilinin gastronomi turizminin mevcut turizm içerisinde ana rolde olmadığını diğer turizm türlerini destekleyici rolde olduğunu belirtmiştir. Ayrıca Bozkoyun ve Baytar (2020, s. 41) da tuzlu balığın ve ayran aşının Van ilinin yemek kültüründe önemli bir yerinin olduğunu fakat bu yiyeceklerin tanıtımının yetersiz olduğu ve turizm açısından yeterince değerlendirilemediğini belirtmiştir. Daşdemir (2021, s. 71) özellikle Van kahvaltısının Van ilinin tanıtımında ve adının duyurulmasında oldukça önemli olduğunu belirtmiştir. Bu bağlamda Van kahvaltısı gibi diğer gastronomi değerlerinin de ön plana çıkarılması önerilebilir.
- Meriç ve Bozkurt (2017, s. 154) Van Gölü'nün rekreasyonel turizm kapsamında potansiyelinin yeteri kadar değerlendirilmediğini ve rekreasyon faaliyetlerinin yapılacağı alanlarda önemli eksikliklerin olduğunu belirtmektedir. Bu doğrultuda rekreasyon faaliyetlerinin yapılacağı alanların belirlenmesi altyapı ve üstyapı çalışmalarının geliştirilmesi ve eksikliklerin giderilmesi önerilebilir. Ayrıca yine Meriç ve Bozkurt'a (2017, s. 165) göre Van Gölü'nde ve çevresinde ciddi bir kirlilik sorunu olduğunu ve gölün kendini yenileme kapasitesinin üzerinde kirlenmesinin, Van Gölü için önemli bir tehdit olduğunu belirtmiştir. Bu bağlamda çevre kirliliğinin önlenmesinin ve doğal kaynakların sürdürülebilir şekilde korunması önerilmektedir.
- Alaeddinoğlu, Avşın ve Yılmaz (2016) ve Deniz (2008) Van Gölü Havzası'nın ekoturizm açısından oldukça önemli bir potansiyelinin olduğunu, Köşker (2020) Van Gölü'nde mikrobiyalit dalış turizminin gelişebileceğini ve Meriç, Subaşı ve Şahin (2021) de Van Gölü Havzası'nın glamping turizmi için uygun olduğunu belirtmiştir. Bu bağlamda Van Gölü Havzası'nın farklı turizm türleri içinde potansiyelinin olduğu görülmektedir. Özel ilgi turizmi kapsamında bu turizm türlerine de destinasyon tanıtımında yer verilmesi önerilebilir.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü'nün 2024 yılı verilerine göre Ağrı'daki Gürbulak sınır kapısından toplam 576.799 kişinin, Van'daki Kapıköy sınır kapısından toplam 718.548 kişinin kara yolu ile giriş yaptığı görülmektedir. 2024 yılında Türkiye'yi toplam 62.269.890 kişi ziyaret etmiştir ve bu ziyaretçilerin %11,18'i Van Gölü Havzası'nın bulunduğu bölgeye sınırı olan ülkelerden oluşmaktadır. Bu ülkelerden gelen ziyaretçi sayıları sırasıyla İran (3.277.852), Gürcistan (1.466.188), Irak (968.834), Azerbaycan (956.178), Ermenistan (31.587) ve Lübnan (261.713) şeklindedir. Ayrıca 2024 yılında Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin milliyetlerine göre dağılımı değerlendirildiğinde İran'dan gelen yabancı ziyaretçi sayısının 3.277.852 kişi olduğu belirlenmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, 2025). Bu bağlamda Van Gölü Havzası'nın önemi ve gelişim potansiyeli göz önüne alındığında bu ülkelerden gelen ziyaretçilere yönelik turistik ürün geliştirilmesi önerilebilir.
- Van Gölü Havzası'nda yapılacak olan tüm turizm faaliyetlerinde doğal çevreye, yerel halka, tarihi değerlere ve sosyal yapıya turizmin vereceği olumsuz etkilerin önlenmesi ve tüm faaliyetlerin sürdürülebilirlik kriterleri doğrultusunda planlanması önerilir.

Bu çalışmada sadece ikincil verilerden faydalanılarak turizm türleri belirlenmeye çalışılmıştır. Fakat gelecekte yapılacak olan çalışmalarda paydaş teorisi kapsamında destinasyondaki turizm paydaşları ile görüşülebilir ve onların düşünce ve önerileri alınarak araştırılması önerilebilir.

Ayrıca gelecekte yapılacak olan çalışmalarda Van Gölü Havzası'nda bulunan ve turizm açısından talep edilme değeri yüksek olan turistik ürünlerin belirlenmesi ile ilgili çalışmalar yapılması önerilebilir.

Kaynakça

- Alaeddinoğlu, F., Avşın, N. ve Yılmaz, E. (2016). Van Gölü güneydoğusunun jeomorfolojik özellikleri ve ekoturizm. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2), 291-310.
- Alaeddinoğlu, F. ve Aydın, B. (2018). Van'da sulak alanların mevcut durumu ve turizme konu olma yeterlilikleri. *TÜCAUM 30. Yıl Uluslararası Coğrafya Sempozyumu*, 1, 370-381. (3-6 Ekim 2018), Ankara.
- Alaeddinoğlu, F. ve Okudum, R. (2015). Van'da alternatif bir turizm çeşidi inanç turizmi ve Akdamar Kilisesini ziyaret eden turistlerin beklentileri. *Coğrafyacılar Derneği Uluslararası Kongresi Bildiriler Kitabı* (s. 543-553) 21-23 Mayıs 2015, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Arslan Kalay, H. ve Yıldız, S. (2017). Akdamar Anıt Müzesi'nin (Kilisesi) tarihsel süreçleri ve kültürel miras turizmi açısından önemi. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 121-136.
- Bardakoğlu, Ö. (2023). Bölgesel gelişme teorileri kapsamında İzmir sağlık turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi. *Journal of Travel and Tourism Research*, 23(2023), 145-165.
- Bozkoyun, M. ve Baytar, İ. (2020). Tuzlu balık ve ayran aşının Van ilinin gastronomi turizmindeki yeri. *Journal of Humanities and Tourism Research*, (Special Issue 5): 41-58.
- Choe, J. (2024). Religious tourism. *Tourism Geographies*, 1-10. <https://doi.org/10.1080/14616688.2024.2423168>
- Çeken, H. (2008). Turizmin bölgesel kalkınmaya etkisi üzerine teorik bir inceleme. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(2), 293-306.
- Çelik, S. ve Meriç, S. (2017). Ahlat'ın rekreasyonel turizm potansiyelinin GZFT analizi ile değerlendirilmesi. *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(9), 295-331.
- Daşdemir, A. (2021). Van ili mutfak kültürünün gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi. *Journal of Silk Road Tourism Research*, 1(1), 62-75.
- Deniz, O. (2008). Van Gölü güney kıyılarının ekoturizm (mavi tur) amaçlı değerlendirme olanakları/Eco-tourism (Blue Voyage) value of southern coasts of Lake Van. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 13(20), 183-194.
- Erzen, S. ve Aydın, B. (2017). Van İli'nde alternatif bir turizm kaynağı olarak sulak alanların değerlendirilmesi. *International West Asia Congress of Tourism Research (Uluslararası Batı Asya Turizm Araştırmaları Kongresi)* (28 Eylül- 01 Ekim 2017, ss.222-223). Van, Türkiye. <https://avesis.yyu.edu.tr/yayin/e3ef969b-8b59-4a18-953c-66a0d16e1d27/van-ilinde-alternatif-bir-turizm-kaynagi-olarak-sulak-alanlarin-degerlendirilmesi> (Erişim Tarihi: 09.04.2025).
- Gedik, Y. (2021). Turizm sektöründe destinasyon pazarlaması: Eğilimler, destinasyon pazarlama stratejileri ve destinasyon pazarlamasında karşılaşılan zorluklar üzerine kavramsal bir çerçeve. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 4(2), 117-139.
- Kaya, F., Cankül, D. ve Demirci, B. (2013). Türkiye'nin önemli inanç turizmi merkezlerinden biri: Akdamar Kilisesi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2013(1), 13-24.
- Kaypak, Ş. (2012). Ekolojik turizm ve sürdürülebilir kırsal kalkınma. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 11-29.

- Keleş Eriçok, A. (2019). Van Gölü Havzası'nda kültür rotası önerisi. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (45), 173-199.
- Köşker, H. (2020). Dalış turizminde yeni bir keşif: Van Gölü'nde mikrobiyalit dalış. *Turizm Akademik Dergisi*, 7 (1), 181-193.
- Meriç, S. ve Bozkurt, Ö. (2016). İslam dünyasının en büyük tarihi-anıt mezarlığının (Selçuklu Mezarlığı) kültür ve inanç turizmi kapsamında değerlendirilmesi. *Niğantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), 117-134.
- Meriç, S. ve Bozkurt, Ö. (2017). Van Gölü'nün rekreasyonel turizm potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(1), 154-167.
- Meriç, S., Subaşı, A. ve Şahin, S. (2021). Van Gölü Havzasının glamping turizmi potansiyeli. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (53), 401-418. <https://doi.org/10.53568/yyusbed.1003697>
- Sarı, V. İ. (2020). Türkiye'de ulusal ve bölgesel politika belgelerinde sürdürülebilir turizm planlaması. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 18(1), 1-27. <https://doi.org/10.33688/aucbd.615191>
- Sevinç, H. ve Azgün, S. (2012). Bölgesel kalkınma ve inanç turizmi bağlamında Akdamar Kilisesi örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 2(2), 17-21.
- Sezgin, M. ve Karaman, A. (2008). Turistik destinasyon çerçevesinde sürdürülebilir turizm yönetimi ve pazarlaması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (19), 429-438.
- Tarım ve Orman Ekranı, (01 February Friday, 2019). Van Gölü Havzası "kuşların uğrak yeri". <https://www.tarimtv.gov.tr/tr/video-detay/van-golu-havzasi-kuslarin-ugrak-yeri-11170#:~:text=T%C3%BCrkiye'deki%20y%C3%BCzlerce%20ku%C5%9F%20t%C3%BCr%C3%BCnden,bir%C3%A7ok%20t%C3%BCr%20ya%C5%9Fam%20alan%C4%B1%20buluyor> (Erişim Tarihi: 09.04.2025).
- Türk Patent ve Marka Kurumu (t.y.). Türkiye'nin Coğrafi İşaretleri. <https://ci.turkpatent.gov.tr/anasayfa> <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/liste?il=13> <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/liste?il=04> <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/liste?il=65> (Erişim Tarihi: 09.04.2025).
- T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, (t.y.). Van Gölü Havzası. <https://www.tarimorman.gov.tr/SYGM/Belgeler/havza%20tan%C4%B1t%C4%B1m%2023.03.2023/t%C3%BCrk%C3%A7e/Van%20G%C3%B6l%C3%BC%20Havzas%C4%B1%20Tan%C4%B1t%C4%B1m.pd> (Erişim Tarihi: 02.04.2025).
- T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Su Yönetimi Genel Müdürlüğü, (t.y.). Van Gölü Havzası. <https://www.tarimorman.gov.tr/SYGM/Sayfalar/Detay.aspx?SayfaId=142#:~:text=Van%20ili%20merkezi%20ile%20Van,havzan%C4%B1n%20%C3%B6nemli%20yerle%C5%9Fim%20merkezlerini%20olu%C5%9Fturmaktadır%C4%B1r> (Erişim Tarihi: 02.04.2025).
- T.C. Tatvan Kaymakamlığı, (t.y.). Van Gölü. <http://www.tatvan.gov.tr/van-golu#:~:text=Van%20G%C3%B6l%C3%BC%20Bitlis%20ili%20s%C4%B1n%C4%B1rlar%C4%B1n%C3%BCn%20y%C3%BCz%C3%B6l%C3%A7%C3%BCm%C3%BC%203.713%20km%C2%B2'dir> (Erişim Tarihi: 02.04.2025).
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, (Yayın No: 2025/4). Turizm İstatistikleri. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html> (Erişim Tarihi: 12.04.2025).
- UNWTO, (14 Nov 2016). Religious tourism, a catalyst for cultural understanding. <https://www.unwto.org/archive/europe/press-release/2016-11-14/religious-tourism-catalyst-cultural-understanding> (Erişim Tarihi: 07.04.2025).

- Ün, A. ve Okat, Ç. (2023). Van ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 13(3), 488-504.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2011). SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri. (Yenilenmiş 3. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yenipinar, U., Köşker, H. ve Karacaoğlu, S. (2014). Turizmde yerel yiyeceklerin önemi ve coğrafi işaretleme: Van Otlı Peyniri (The importance of local foods in tourism and geographical indication: Van Herbal Cheese). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 2(2), 13-23.
- Yurtsal, K. (2019). Türkiye’de sürdürülebilir turizm. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, (4), 61-70.

Turist Rehberliği Programında Eğitim Gören Öğrencilerin Program Müfredatıyla İlgili Görüş ve Beklentileri: Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu Örneği

Sedat DEĞİŞGEL^{1*}

¹Marmaris Turizm MYO/Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye
sedatdegisgel@mu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-5937-4934

Özet

Bu araştırma, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu Turist Rehberliği Programı öğrencilerinin müfredat hakkındaki görüşlerini ve programdan beklentilerini incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmanın temel çıkış noktası, turist rehberliği eğitiminin yalnızca teorik bilgi aktarımıyla sınırlı kalmaması, aynı zamanda öğrencilerin saha deneyimlerini, iletişim becerilerini ve mesleki donanımlarını geliştirecek uygulamalı bir yapıya sahip olması gerekliliğidir. Bu bağlamda araştırma, mevcut müfredatın öğrencilerin mesleki yeterliliklerine katkısını değerlendirmekte ve programın geliştirilmesine yönelik öneriler sunmaktadır.

Araştırmanın örneklemini, Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu Turist Rehberliği Programı'nda öğrenim gören ve en az bir dönem eğitim almış birinci ve ikinci sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Katılımcıların seçiminde, müfredat ve ders içerikleri hakkında fikir sahibi olma, programın mesleki katkılarını değerlendirebilecek bilgi düzeyine sahip olma ölçütleri dikkate alınmıştır. Toplam 38 öğrenci çalışmaya katılmıştır. Araştırma nitel araştırma deseni çerçevesinde yürütülmüş ve veri toplama aracı olarak açık uçlu sorulardan oluşan yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Elde edilen veriler betimsel analiz yöntemiyle değerlendirilmiş, öğrencilerin yanıtları temalar hâlinde sınıflandırılmış ve yorumlanmıştır.

Araştırma bulguları, öğrencilerin genel olarak program müfredatını yeterli bulmakla birlikte, bazı alanlarda eksiklikler hissettiklerini ortaya koymuştur. Özellikle uygulamalı derslerin sayısının azlığı, yabancı dil eğitiminin sınırlı düzeyde kalması ve bazı teorik derslerin tekrarlayıcı veya mesleğe katkısı düşük olarak değerlendirilmesi dikkat çekmiştir. Öğrencilerin büyük çoğunluğu, rehberlik mesleğinin doğası gereği sahada edinilen deneyimlerin önemine vurgu yapmış ve uygulamalı derslerin artırılması gerektiğini belirtmiştir.

Katılımcıların önemli bir bölümü, özellikle tarih, mitoloji, sanat tarihi, dinler tarihi ve ikonografi gibi dersleri mesleki açıdan son derece değerli bulmakta, ancak bu derslerin süresinin yetersiz olduğunu ve kapsamlarının genişletilmesi gerektiğini ifade etmektedir. Bu tür derslerin birden fazla döneme yayılması, öğrencilerin hem bilgi derinliğini hem de kültürel

yorumlama becerilerini geliştirecektir. Öğrenciler ayrıca, kültürel miras temelli derslerin rehberlik mesleğinin merkezinde yer aldığını, dolayısıyla müfredatta öncelikli bir yer alması gerektiğini vurgulamaktadır.

Araştırmada öne çıkan bir diğer bulgu, öğrencilerin yabancı dil eğitimi konusundaki eleştirileridir. Katılımcılar, İngilizce derslerinin ağırlıklı olarak teorik bilgiye dayandığını, konuşma ve mesleki terminolojiye yeterince yer verilmediğini ifade etmiştir. Bazı öğrenciler, turizm sektöründe Rusça, Almanca ve Arapça gibi dillerin yaygın olduğunu belirterek, bu dillerin seçmeli veya zorunlu dersler olarak müfredata dahil edilmesi gerektiğini savunmuştur. Bu durum, rehberlik eğitiminin yalnızca bilgi değil, iletişim odaklı becerilerle de desteklenmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Öğrencilerin sıklıkla dile getirdiği bir diğer önemli konu, iletişim ve diksiyon eğitiminin yetersizliğidir. Katılımcılar, rehberlik mesleğinde doğru ve etkili konuşmanın, ses tonunun ve beden dilinin bir rehberin kimliğini doğrudan yansıttığını belirtmişlerdir. Bu nedenle, diksiyon, topluluk önünde konuşma ve etkili iletişim becerilerini geliştirecek derslerin müfredata eklenmesi gerektiği önerilmiştir. Ayrıca bazı öğrenciler, utangaç veya çekingen bireyler için özel iletişim becerisi geliştirme atölyelerinin faydalı olabileceğini dile getirmiştir.

Araştırmada, öğrenciler tarafından müfredattan çıkarılması veya sadeleştirilmesi önerilen dersler de belirlenmiştir. Özellikle bilişim, turizm pazarlaması, ekonomi ve Türk dili derslerinin doğrudan rehberlik mesleğiyle ilişkilendirilmediği yönünde görüşler öne çıkmıştır. Öğrenciler, bu derslerin müfredatta yer almasının programın yoğunluğunu artırdığını, ancak mesleki yeterliliğe katkısının sınırlı olduğunu ifade etmiştir. Bunun yerine, rehberlik pratiğiyle doğrudan bağlantılı, meslek odaklı ve uygulamalı derslerin artırılması gerektiği belirtilmiştir.

Katılımcıların bir kısmı ayrıca ilk yardım, flora-fauna bilgisi ve çevre farkındalığı konularının müfredata eklenmesini önermiştir. Rehberlerin sahada doğa yürüyüşleri, kültürel rotalar veya inanç turizmi gibi alanlarda görev aldığı düşünüldüğünde, bu derslerin hem turist güvenliği hem de çevre bilinci açısından önemli olduğu söylenebilir.

Araştırmanın genel bulguları değerlendirildiğinde, öğrencilerin müfredata ilişkin en temel beklentisinin teori ve uygulama arasındaki dengeyi güçlendirmek olduğu görülmektedir. Katılımcılar, mevcut müfredatın bilgi yönünden doyurucu olduğunu ancak mesleğe hazırlayıcı nitelikte daha fazla uygulama, saha gezisi ve deneyimsel öğrenme etkinliği içermesi gerektiğini vurgulamıştır. Bu bulgu, Kolb'un (1984) deneyimsel öğrenme kuramı ile de uyumludur.

Ayrıca, öğrenciler tarafından dile getirilen müfredat önerileri, turist rehberliği eğitiminin disiplinlerarası yapısına dikkat çekmektedir. Tarih, coğrafya, din, sanat tarihi, mitoloji ve iletişim gibi farklı alanlardan beslenen bir müfredatın, rehberlik mesleğini çok boyutlu şekilde destekleyeceği anlaşılmaktadır.

Sonuç olarak bu araştırma, Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu Turist Rehberliği Programı öğrencilerinin görüşlerinin, müfredatın geliştirilmesi ve güncellenmesi açısından önemli bir geri bildirim kaynağı olduğunu göstermektedir. Öğrencilerin önerileri, hem eğitim kalitesinin artırılmasına hem de mezunların mesleki yeterliliklerinin güçlendirilmesine katkı sağlayacak niteliktedir.

Bu doğrultuda araştırmadan elde edilen bulgular ışığında aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir:

1. Uygulamalı eğitimlerin artırılması: Saha gezileri, müze çalışmaları ve rehberlik simülasyonları zorunlu hale getirilmelidir.
2. Yabancı dil derslerinin güçlendirilmesi: Konuşma odaklı İngilizce dersleri ve Rusça, Arapça gibi ikinci dil seçenekleri eklenmelidir.
3. Kültürel miras derslerinin genişletilmesi: Mitoloji, sanat tarihi, ikonografi ve dinler tarihi gibi derslerin kapsamı artırılmalı, iki döneme yayılmalıdır.
4. Mesleğe dönük derslerin artırılması: Rehberlikte uzmanlaşma, tur programlama ve kriz yönetimi gibi dersler uygulamalı biçimde işlenmelidir.
5. Müfredat sadeleştirilmeli: Rehberlikle doğrudan ilişkili olmayan bilişim, pazarlama ve ekonomi gibi dersler gözden geçirilmelidir.

Sonuç olarak, bu çalışma, Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu'nda turist rehberliği eğitiminin daha etkin, uygulamalı ve meslek odaklı bir yapıya kavuşması için öğrencilerin görüşlerinden yararlanılmasının önemini ortaya koymaktadır.

Anahtar Sözcükler: Turist rehberliği eğitimi, Müfredat değerlendirmesi, Yabancı dil yeterliliği, Uygulamalı eğitim, Kültürel miras.

Kaynakça

- Ap, J. & Wong, K. K. (2001). Case study on tour guiding: professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 22(5), 551–563.
- Black, R. (2015). *Tour Guiding: Education and Training for the Profession*. Channel View Publications.
- Temizkan, R. (2010). Turist rehberliği eğitiminde karşılaşılan sorunlar ve çözüm önerileri. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 65–82.
- Weiler, B. & Ham, S. (2002). *Tour Guide Training: A Review of Principles, Processes and Outcomes*.
- Yıldız, Z. & Kızılırmak, İ. (2019). Turist rehberliği eğitiminde uygulama eksiklikleri ve çözüm önerileri. *Turizm Akademik Dergisi*, 6(2), 105–118.

Tarımsal Endüstriyel Mirasın Turistik Deneyime Dönüşümü: Antika Traktör Müzesi Ziyaretçilerinin Deneyimleri Üzerine Netnografik Bir Araştırma

Emrah KARA^{1*}, Bilgin GÜNER², Hüseyin ÇEKEN³

²Milas Meslek Yüksekokulu/Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye
gbilgin@mu.edu.tr

³Turizm Fakültesi/Turizm İşletmeciliği Bölümü
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye
hceken@mu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-6614-3018

Özet

Tarım Devrimi, insanın doğadan hazır olarak topladığı ürünlerin bir kısmını toprağı birtakım araçlarla işleyerek üretme yetkinliğini kazanmasıyla başlayan bir süreçtir. İnsanın tarımsal üretim sürecinde kullandığı araçlar Tarım Devriminin başlangıcından bu yana değişim ve dönüşüme uğramıştır. Geleneksel dönemde tarımsal üretim öncelikle insan gücüne ve sonrasında insan ve hayvan gücüne dayalı olarak taş ve ahşaptan üretilen aletlerle ilkel bir teknoloji ile yapılmıştır. Sanayi Devrimi ile birlikte tarımsal üretimde insan ve hayvan gücünün yerini traktör, biçerdöver, pulluk gibi teknolojisi gelişmiş araçlar almaya başlamıştır. Günümüzde ise dijital ve yapay zekâ tabanlı teknolojiler (dron ile ilaçlama ve tohumlama, toprak sensörleri, GPS tabanlı ekim teknikleri, akıllı tarım makineleri) başta olmak üzere tarımsal üretim faaliyetlerinde kullanılan teknolojide çok büyük gelişmeler yaşanmaya devam etmektedir.

Sanayi Devriminin hemen sonrası dönemde tarım faaliyetlerinde kullanılarak kırsala modernliğin taşınmasına öncülük etmiş traktörler, günümüzde tarımsal endüstriyel mirasın sergileme objeleri olarak yeni bir işlev kazanmaya başlamıştır. Geçmiş dönemlerde kullanılan, âtil durumdaki klasik veya antika traktörlerin restore edilerek müze ortamında sergilenmesi, kırsal endüstriyel mirasın korunması ve gelecek nesillere aktarılması açısından önemlidir. Traktör müzeleri, yalnızca tarımsal teknolojinin tarihsel evrimini belgelemekle kalmayıp, aynı zamanda toplumun tarım geçmişiyle bağ kurmasını sağlayan bir deneyimsel öğrenme alanı yaratmaktadır. Bu tür müzeler, salt bir sergi alanı olmayıp aynı zamanda nostalji, teknoloji tarihi, kırsal kökenlilik ve tarımsal yaşam pratiklerinin öğrenilmesini sağlayan çok boyutlu bir turizm deneyimi sunmaktadır.

Dünya genelinde traktörlerin tarihini ve evrimini sergileyen birçok traktör müzesi bulunmaktadır. ABD’de Amerikan Traktör Müzesi, Kanada’da Kanada Traktör Müzesi,

Avusturya’da Achensee Traktör Müzesi, Danimarka’da Danimarka Traktör Müzesi, Hollanda’da Hollanda Traktör ve Ekipman Müzesi bunlardan bazılarıdır. Türkiye’de ise Çanakkale ilinin Gelibolu ilçesinde yer alan Antika Traktör Müzesi bu alandaki ilk müzedir. Antika Traktör Müzesi 2014 yılında Dursun Keskin tarafından kurulmuştur. Müzede 1800’lü ve 1900’lü yıllara ait farklı marka ve modellerden oluşan 100 adet traktör sergilenmektedir. Dünya’nın farklı ülkelerinde üretilen bu traktörler tek çatı altında bu müzede bir araya getirilmiştir. Bu traktörler, farklı toplumsal hikayelere konu olmuş, kimi zaman savaşların, kimi zaman barışın ve toplumsal devrimlerin bir parçası olmuştur. Bu bağlamda, müze değerli bir kültürel bellek oluşturmaktadır.

Bu çalışmanın temel amacı, tarımsal endüstriyel miras kapsamında Antika Traktör Müzesi’ni ziyaret eden bireylerin deneyimlerini detaylı bir şekilde incelemektir. Bununla birlikte, müzeye yönelik farkındalık oluşturulması ve akademik literatüre kazandırılması ise çalışmanın alt amaçlarını oluşturmaktadır. Çalışmada nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiş olup netnografik desen kullanılmıştır. Çalışmanın verileri Google Haritalar platformundan doküman analizi yöntemi ile elde edilmiştir. Müze ile ilgili Google Haritalar platformunda yapılan ilk inceleme sonucu 1 Ocak 2017 ile 23 Eylül 2025 tarihleri arasında çevrimiçi olarak paylaşılan 262 yorum tespit edilmiştir. Daha sonra yorumlar Word dosyasına aktarılmış kelime ve yazım hataları düzeltilerek kapsamlı olarak incelenmiştir. Yapılan incelemede 70 yorumun derecelendirme puanından oluşması ve sekiz yorumun da anlaşılmaması nedeniyle bu yorumlar filtrelenmiş ve analiz sürecine dahil edilmemiştir. Farklı dillerde yapılan 10 yorum Türkçe’ye çevrilmiştir. Böylelikle, incelemeler, filtrelemeler ve çeviriler sonucunda toplam 184 yorum analiz sürecine dahil edilmiştir. Yorumlar içerik analizine tabi tutulmuştur.

Araştırma bulgularına göre ziyaretçilerin deneyimleri olumlu, olumsuz, tavsiye, bilgilendirme, övgü ve koleksiyon şeklinde altı temaya ayrılmıştır. Antika Traktör Müzesini ziyaret eden bireylerin büyük bir çoğunluğunun müzeden memnun bir şekilde ayrıldığı tespit edilmiştir. Olumlu deneyimler arasında atmosfer ve personel ilgisi ön plana çıkmaktadır. Olumsuz deneyimler ise sayıca çok az olmakla birlikte ortam ile ilgili bazı memnuniyetsizlikler belirtilmiştir. Müzenin seyahat rotalarına eklenmesi potansiyel turistler için en önemli tavsiyelerin başında gelmektedir. Turistlerin fiyat, açılış-kapanış saatleri vb. konularda müzeye yönelik bilgilendirici ifadeler paylaştığı belirlenmiştir. Müzeye övgü bağlamında koleksiyona hayranlık ve nostaljik değer vurgulanmıştır. Koleksiyon açısından ise traktör çeşitliliği ve restorasyon kalitesi müzenin değerini ve turistler üzerindeki etkisini artıran unsurlardır.

Araştırma sonuçları, müzeyi ziyaret eden bireylerin genel memnuniyet düzeyinin yüksek olduğunu, kültür ve endüstriyel miras turizmi açısından önemli bir değer taşıdığını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, müzenin daha çok iç turizme hitap ettiği ve müzenin bilinirliğinin düşük olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, müzeyi ziyaret eden bireylerin tarım teknolojisi tarihi hakkında bilgi edinme, nostalji yaşama, estetik beğeni geliştirme, endüstriyel miras unsurlarına yönelik farkındalık kazanma ve kültürel kimlik keşfetme gibi çok boyutlu turistik deneyim yaşadığı belirlenmiştir.

Bu çalışmanın en önemli sınırlılığı araştırma verilerinin sadece Google Haritalar platformundan elde edilmiş olması ve bu platformdaki kullanıcıların görüşlerine dayanmasıdır. Bu bağlamda, TripAdvisor vb. çeşitli platformlarda yer alan çevrimiçi yorumların da analiz edilmesi araştırma bulgularını genişletebilir. Diğer yandan, sosyal medya verileri; anket, gözlem ve görüşme gibi farklı tekniklerden elde edilen veri türleri ile desteklenmelidir. Gelecek araştırmalarda, müzeyi ziyaret eden turistlerin motivasyonlarını, beklentilerini ve memnuniyet düzeylerini kapsamlı şekilde incelemeyi amaçlayan çalışmaların yapılması önerilmektedir. Mevcut araştırmanın bulgularından yola çıkarak, dijital ve sosyal medyanın daha aktif bir şekilde kullanılması ve artırılmış gerçeklik (AR) uygulamalarının hayata geçirilmesi müzenin bilinirliğinin

artırılmasına, turistik çekiciliğin güçlendirilmesine ve sürdürülebilir gelişimine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Sözcükler: Tarımsal endüstriyel Miras, Ziyaretçi deneyimi, Antika traktör müzesi.

Dijital Çağda Kültürel Mirasın Korunmasında Devlet Destekli Projelerin Rolü: Gaziantep İli Üzerine Bir İnceleme

Özge ALKAN^{1*}, Hüseyin ÇEKEN²

¹Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu/Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye
ozgealkan@mu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-7430-6411

²Turizm Fakültesi/Turizm İşletmeciliği Bölümü
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye
hceken@mu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-6614-3018

Özet

Kültürel miras, bir topluluğun, yörenin veya bölgenin kendine özgü kimliğini yansıtan, tarihsel birikimini temsil eden kalıtsal bir değerdir. Bu miras, yalnızca geçmişe ait bir kalıntı değil, aynı zamanda toplumsal kimliği oluşturan, koruyan ve gelecek kuşaklara aktaran dinamik bir sistemdir. Dolayısıyla kültürel miras, kimliğe dönük bir işlev taşıdığından korunması, yaşatılması ve gelecek nesillere aktarılması gerekmektedir. Bu yönüyle kültürel mirasın korunması yalnızca estetik ya da arkeolojik bir eylem değil, aynı zamanda **toplumsal sürekliliğin ve kültürel kimliğin devamının** bir garantisidir (Aktulum, 2020). Kültürel mirasın korunması ve tanıtılması, kapsamlı ve çok boyutlu bir süreçtir. Bu süreçte yalnızca kültürel varlıkların yazılı, işitsel ve görsel yollarla belgelenmesi değil, aynı zamanda dijital ortamlarda erişilebilir hâle getirilmesi de büyük önem taşımaktadır. Günümüz teknolojileri, kültürel mirasın korunması ve tanıtılmasında önemli bir dönüm noktası oluşturmaktadır. Özellikle dijital uygulamalar sayesinde, kültürel değerlerin hem sanal hem de fiziksel ortamlarda izleyiciyle buluşturulması mümkün hale gelmiştir. Bu bağlamda, kültürel mirasın tanıtılması, turizmde kullanılması, öğrenilmesi ve korunması amacıyla pek çok teknoloji tabanlı proje geliştirilmektedir (Gutierrez vd., 2008). Dijital çağ, kültürel mirasın belgelenmesi, arşivlenmesi ve yeniden üretilmesi süreçlerinde büyük kolaylıklar sağlamaktadır. 3D tarama, artırılmış gerçeklik (AR) ve coğrafi bilgi sistemleri (GIS) gibi teknolojiler, tarihî eserlerin dijital ortama aktarılmasına olanak tanımaktadır. Bu bağlamda çalışmanın amacı dijital çağın dinamikleriyle birlikte kültürel mirasın korunmasında devlet destekli projelerin rolünü incelemektir.

Çalışma nitel araştırma yöntemlerinden biri olan doküman incelemesi kapsamında tasarlanmıştır. Doküman incelemesi, mevcut yazılı, görsel veya dijital materyallerin sistematik biçimde analiz edilerek anlamlı bulguların ortaya çıkarılmasını amaçlayan bir yaklaşımdır (Yıldırım ve Şimşek, 2021). Bu kapsamda araştırmanın evrenini, Türkiye’de kültürel mirasın

korunmasına yönelik devlet destekli projeler oluşturmaktadır. Ancak çalışma, kapsamlı veri erişimi ve derinlemesine inceleme imkânı göz önünde bulundurularak Gaziantep ili ile sınırlandırılmıştır. Bu nedenle araştırmanın örneklemi, Gaziantep ilinde yürütülen devlet destekli dijitalleşme projeleri oluşturmaktadır. Gaziantep ili sahip olduğu köklü tarihsel miras, zengin gastronomik birikimi ve özgün kültürel kimliğiyle Türkiye'nin ve dünyanın önde gelen kültür merkezlerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Kent, 2015 yılında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na (Creative Cities Network) Türkiye'den gastronomi alanındaki ilk şehir olarak dâhil edilmiş ve böylece gastronomi temelli kültürel kimliğini uluslararası düzeyde tescil ettirmiştir (UNESCO, 2015). Bu unvan, yalnızca Gaziantep'in mutfak kültürünün tanınmasını değil, aynı zamanda bu kültürel mirasın korunması, yaşatılması ve gelecek nesillere aktarılması yönünde önemli bir motivasyon kaynağını da temsil etmektedir. Çalışma kapsamında UNESCO'nun yanı sıra Gaziantep Büyükşehir Belediyesi, Kültür ve Turizm Bakanlığı, İpekyolu Kalkınma Ajansı tarafından yayımlanan proje raporları, resmi duyurular ve yerel basın haberler içerikleri incelenmiştir.

Yapılan incelemeler sonucunda Gaziantep ilinde kültürel mirasın korunması, yaşatılması ve dijital çağın gerekliliklerine uyarlanması amacıyla çok sayıda devlet destekli projelerin yürütüldüğü görülmüştür. Bu projeler; somut kültürel varlıkların restorasyonundan somut olmayan mirasın dijital ortamda yaşatılmasına, eğitim programlarından turizm odaklı kültürel etkinliklere kadar geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. Bu projeler arasında Türk Arkeoloji ve Kültürel Miras Enstitüsü Projesi, Gaziantep Gezi Rehberi- E-kitap Yayını, Köklerden Geleceğe Dijitalde Gaziantep Sergisi, Yapay Zekâ ve Dijital Yaşam Sergi Alanı ve Gençlerin Kadrajından Kültürel Aktarımlar Projesi öne çıkmaktadır. Söz konusu projeler yanı sıra, AB-Türkiye Anadolu Arkeoloji ve Kültürel Miras Enstitüsü, Cenani Konağı Dönüşümü (Gaziantep Sanat Alanı), Antep İşi Nakışı UNESCO Dosyası, Tescilli Antep Evleri Yardım Programı ve Yaşayan Kültür Mirası İşletmeleri Destek Programı gibi farklı ölçekli projeler, hem somut hem de somut olmayan mirasın korunmasına katkı sağlamaktadır.

Türk Arkeoloji ve Kültürel Miras Enstitüsü Projesi kapsamında restorasyon ve dönüşüm işleri gerçekleştirildikten sonra, **Kendirli Kompleksi** bünyesinde **dijital arşiv sistemi** kurulmuştur. Sistem sayesinde belge, fotoğraf, film ve belge koleksiyonlarının dijitalleştirilmesi ile arşivlenmesi sağlanmıştır. Bu enstitü aynı zamanda arkeometri laboratuvarı, kütüphane ve dokümanlama altyapılarıyla kültürel miras yönetiminin dijital yönünü güçlendiren bir yapıya dönüşmüştür. Bir diğer proje olan Köklerden Geleceğe Dijitalde Gaziantep Sergisi, Şahinbey Bilim ve Sanat Merkezi koordinasyonu ile düzenlenmiştir. Bu sergi projesi sayesinde öğrenciler sanatsal üretimleri **tablet çizimleri ve sanal gerçeklik (VR)** uygulamalarını kullanılarak dijital ortamda sergilemiştir. Proje, geçmişin izlerini çağdaş anlatımla geleceğe taşıma amacı ile hayata geçirilmiştir.

Gaziantep Gezi Rehberi E-kitap / Dijital Rehber Yayını, Gaziantep Büyükşehir Belediyesi'nin "Gazi kültür" birimi aracılığıyla **Gaziantep Gezi Rehberi** kitabının genişletilmiş 2. baskısını **e-kitap formatında** yayımlamıştır. Bu girişim, şehrin kültürel ve tarihi değerlerinin dijital platformlarda daha erişilebilir olmasını hedeflemiştir. Yapay Zeka ve Dijital Yaşam Sergi Alanı projesinde Gaziantep Büyükşehir Belediyesi, Müzeyyen Erkul Gaziantep Bilim Merkezi'nde "**Yapay Zeka ve Dijital Yaşam**" temalı bir sergi alanı oluşturmuştur. Bu sergi, kültürel ve bilimsel içerikleri dijital medya ve AI teknolojileri ile birleştirerek ziyaretçilere interaktif deneyimler sunmayı amaçlamıştır. Dijital Medya ve Kültürün Buluşma Noktası: Gençlerin Kadrajından Kültürel Aktarımlar" Projesi ise, gençlere dijital medya okuryazarlığı, kültürel içerik üretimi, kısa tanıtım videoları hazırlama gibi beceriler kazandırmayı hedefleyerek Gaziantep'te kültürel değerlerin gençlerin bakış açısından dijital olarak belgelenmesini sağlamıştır. **Türk Arkeoloji ve Kültürel Miras Enstitüsü**

-Kendirli Kompleksi & Dijital Arşiv Sistemi projesinde, Osmanlı'dan günümüze arkeoloji belge ve kazı kayıtları **dijitale aktarılmış bir dijital arşiv** oluşturulmuştur. Arşiv, dünya arkeoloji enstitülerinin veri tabanlarıyla uyumlu olacağı şekilde yapılandırılmıştır. Ele alınan bu projeler, kültürel mirasın sürdürülebilirliğinde dijital teknolojilerin etkin bir araç olarak kullanılabileceğini; yere yönetim, devlet desteği ve uluslararası iş birliği modellerinin ise bu sürecin başarısında kritik rol oynadığını göstermektedir.

Çalışmanın bulguları, Gaziantep'in 2015 yılında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na gastronomi alanında dâhil edilmesinin, kentin kültürel miras yönetiminde dijital ve sürdürülebilir yaklaşımların gelişimine önemli ölçüde katkı sağladığını ortaya koymaktadır. Bu süreçle birlikte gerçekleştirilen projeler kapsamında oluşturulan dijital arşivler, kültürel miras unsurlarına çevrimiçi erişimi kolaylaştırmış; aynı zamanda dijital araçların etkin kullanımı sayesinde kültürel değerlerin genç kuşaklara daha erişilebilir ve etkileşimli biçimlerde aktarılmasına imkân tanımıştır. Elde edilen bulgular, dijitalleşmenin yalnızca teknolojik bir yenilik olmanın ötesinde, kültürel kimliğin yeniden üretilmesi ve kültürel sürdürülebilirliğin sağlanması açısından stratejik bir unsur olduğunu göstermiştir.

Anahtar Sözcükler: Dijitalleşme, Kültürel miras, Devlet destekli projeler, Gaziantep.

Kaynakça

Aktulum, K. (2020). Kültürel miras ve anlam: Bellek, Kimlik, Temsil. İstanbul: Hece Yayınları.

Gaziantep Büyükşehir Belediyesi (2025). <https://gaziantep.bel.tr/tr/haberler/gazikulturden-dijital-bir-yol-arkadasi?utm> [Erişim Tarihi: 13.10.2025]

Gaziantep İl Milli Eğitim Müdürlüğü (2025). https://gaziantep.meb.gov.tr/www/koklerden-gelecege-dijitalde-gaziantep-sergisi/icerik/6159?utm_ [Erişim Tarihi: 12.10.2025]

Gaziantep Kültür ve Sanat (2024). <https://www.gaziantepkultursanat.com/duyuru-yapay-zeka-ve-dijital-yasam-sergi-alani-50?utm> [Erişim Tarihi: 10.10.2025]

Gutierrez, A., M., Vexo, F. & Thalman, D. (2008). Stepping into virtual reality. Springer Science and Business Media, London.

Hasan Kalyoncu Üniversitesi (2025). <https://if.hku.edu.tr/haberler/dijital-medya-ve-kulturun-bulusma-noktasi-genclerin-kadrajindan-kulturel-aktarimlar-projesi-basariyla-tamamlandi/?utm> [Erişim Tarihi: 13.10.2025]

Türk Arkeoloji ve Kültürel Miras Enstitüsü (2025). <https://turkarkeolojienstitusu.org/yayinlar/newsletter-3-kendirli> kilisesi-ve-ruhban-okulu-enstitu-merkezi-olarak-restore-ediliyor/ (Erişim Tarihi: 12.10.2025).

UNESCO. (2015). Gaziantep-Creative city of gastronomy. UNESCO Creative Cities Network. <https://www.unesco.org/en/creative-cities/gaziantep> [Erişim Tarihi: 10.10.2025]

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2021). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri (12. baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Mezopotamya Bölgesinde Halkın Geleneksel ve Alternatif Tıbbı Yönelik Tutumları: İnanç Kültür ve Turizm Perspektifinden Bir Değerlendirme

Sakine ÇELİK^{1*}

¹Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı
Dicle Üniversitesi, Türkiye
ciceksakinel@gmail.com

Özet

Mezopotamya bölgesi, tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmış, kültürel çeşitliliği ve derin inanç yapılarıyla ön plana çıkan eşsiz bir coğrafyadır. Bu zenginlik, sadece sosyal ve kültürel alanlarda değil, sağlık ve şifa arayışlarında da kendini göstermiştir. Bölge halkının geleneksel tıp uygulamalarına yönelik tutumları, dini inançları ve kültürel pratikleriyle iç içe geçmiş ve bu durum hem bölgenin kimliğini hem de sağlık alışkanlıklarını şekillendirmiştir. Bu bildiride, Mezopotamya halkının geleneksel tıbbı yaklaşımı, bölgedeki inanç sistemleri ve kültürel dinamikler bağlamında ele alınmakta, ayrıca bu geleneksel uygulamaların sağlık turizmi açısından sunduğu potansiyel değerlendirilmektedir(Akbulut, 2021).

Mezopotamya’da geleneksel tıp, binlerce yıllık geçmişiyle köklü bir kültürün parçası olarak varlığını sürdürmektedir. Bitkisel tedaviler, manevi ritüeller ve yerel şifacıların uygulamaları, bölge halkının sağlık sorunları karşısında başvurduğu temel yöntemler arasında yer almaktadır. Bu uygulamalar sadece fiziksel rahatsızlıkların giderilmesi amacını taşımamakta, aynı zamanda bireylerin manevi dünyalarıyla da yakından ilişkilidir(Alper ve Czichon, 2019). Bu anlamda, sağlık ve şifa arayışı, Mezopotamya halkının yaşam biçimi ve kültürel kimliğinin bir parçası haline gelmiştir.

Bölgedeki halk, doğal bitkilerden hazırlanan karışımların yanı sıra, muska, dua, medyumluk gibi manevi uygulamalara da büyük önem vermektedir. Bu ritüellerin çoğu, bölgenin dini inançlarından ve folklorik öğelerinden beslenmektedir. Örneğin, hastalıkların kötü ruhlar veya nazar gibi metafizik sebeplerle ortaya çıktığına dair inançlar, şifa arayışını sadece tıbbi müdahaleden çıkarıp, manevi boyutları da içeren bir sürece dönüştürmektedir. Bu nedenle, şifacılar, sadece fiziksel tedavi uygulayıcıları değil, aynı zamanda toplumun manevi rehberleri olarak da kabul görmektedir. Mezopotamya kökenli kadim medeniyetler başta olmak üzere İslam medeniyeti ile Hint, Çin ve Japon medeniyetleri tıbbın ve bitkilerle tedavinin gelişim sürecine büyük katkılarının olduğu görülmektedir.

Bu geleneksel ve alternatif tıp yöntemlerine olan bağlılık, modern sağlık sistemine duyulan mesafenin bir göstergesi olarak da yorumlanabilir. Mezopotamya’nın bazı kırsal ve ulaşımı zor bölgelerinde, sağlık altyapısının yetersizliği halkı geleneksel yöntemlere yönlendirmiştir. Ancak bu durum, bölgenin kültürel kimliği ve toplumsal dayanışmasının korunmasında olumlu

bir rol oynamaktadır. Çünkü geleneksel tıp uygulamaları, halkın kendi tarihine, inançlarına ve toplumsal yapısına olan bağıını güçlendirmektedir.

Geçmişten günümüze gelen modern tedavi yöntemlerinin yanında sıkça kullanılan kupa tedavisi, hirudoterapi, apiterapi , fitoterapi , müzik terapi gibi uygulamalar DSÖ tarafından yapılması desteklenen yöntemler arasında bulunmaktadır(WHO, 2013).Bu yöntemlerin eski medeniyetler tarafından kullanıldıkları, günümüze de farklı isimler ve yöntemlerle uygulandıklarına dair birçok çalışma bulunmaktadır(Akbulut, 2021).

Eski Mezopotamya tıbbına ilişkin bilimsel ilgi, çivi yazılı metinlerin 20. Yüzyılın başlarında çözümlenmesiyle birlikte ivme kazandığı görülmektedir. Her ne kadar Mezopotamya tıbbı kronolojik olarak Antiik Yunan tıbbından daha eski olsa da, söz konusu metinlerin geç çözülmesi nedeni ile bilimsel literatürde daha geç bir dönemde ele alınmaktadır.. Ayrıca, tıbbi metinlerde büyü, cin ve şeytani varlıklara yapılan atıflar, uzun süre Mezopotamya tıbbının modern tıp anlayışıyla ilişkilendirilmesini zorlaştırmakta ve bu anlama yönelik mesafeli bir yaklaşımın benimsenmesine yol açmaktadır. Bununla birlikte, son yıllarda yapılan çalışmalar bu yaklaşımın yeniden değerlendirilemesine katkı sağlamaktadır(Diri, 2021).

Öte yandan, bu zengin geleneksel bilgi ve uygulamalar, bölgenin turizm potansiyeli açısından da önemli bir kaynak oluşturmaktadır. Sağlık turizmi, özellikle alternatif tıp ve doğal şifa yöntemlerine olan ilginin arttığı günümüzde, Mezopotamya için yeni bir ekonomik ve kültürel fırsat sunmaktadır(Biçer ve Yalçın Balçık, 2019). Bölgedeki bitkisel tedavi uygulamaları, manevi şifa ritüelleri ve yerel şifacıların bilgi birikimi, sağlık turizmi kapsamında değerlendirildiğinde hem kültürel mirasın korunmasına katkı sağlamakta hem de yerel ekonomiyi canlandırmaktadır.

Bölgeye yönelik sağlık turizmi yatırımları, sürdürülebilir kalkınma ilkeleri doğrultusunda planlandığında, hem bölge halkının yaşam kalitesini artıracak hem de dış dünyaya Mezopotamya'nın kültürel zenginliklerini tanıtmaya fırsatı yaratacaktır. Bu anlamda, geleneksel tıp uygulamalarının bilimsel araştırmalarla desteklenmesi ve turizm altyapısının geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır. Böylece, mezopotamyanın kültürel kimliği korunurken, bölgenin sosyo-ekonomik dinamikleri de olumlu yönde şekillendirilebilecektir

Sonuç olarak, Mezopotamya bölgesinde geleneksel tıp uygulamalarının inanç-kültür bağlamında çok boyutlu bir şekilde değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu değerlendirme, sadece sağlık alanında değil, kültürel kimlik, toplumsal dayanışma ve ekonomik gelişim açısından da bölge için stratejik bir önem taşımaktadır. Geleneksel ve alternatif tıbbın bölgedeki varlığı, hem geçmişin izlerini taşıyan bir kültürel miras hem de geleceğe dönük sürdürülebilir kalkınmanın anahtarlarından biridir. Dolayısıyla, Mezopotamya'nın sağlık, kültür ve turizm eksenindeki potansiyelini bütüncül bir yaklaşımla ele almak, bölgenin sosyo-kültürel ve ekonomik dinamiklerini anlamak adına kritik bir gerekliliktir.

Anahtar Sözcükler: Mezopotamya bölgesi, Geleneksel tıp, Alternatif tıp, İnanç ve kültür, Sağlık turizmi, Kültürel miras

Kaynakça

- Alper, N., & M. Czichon, R. (2019). Eski Mezopotamya Tıbbı ve Günümüz Anadolu'su Geleneksel Halk Tıbbı: Benzer Yöntemler ve Bu Yöntemlerin İnançlarla Bağlantıları. *Atatürk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*(62), 45-62.
- Baysal, S. (2023). Salgın Hastalıklarla Dini Başa Çıkmada Geleneksel Tedavi Sistemlerinin Yeri ve Önemi. *TAM Akademi Dergisi*, 2(2), 194-211. <https://doi.org/10.58239/tamde.2023.04.003.x>

- Bakır, A. (2017). Eski Çağda Tababet Kültürüne Çalışmaları. *Cappadocia Journal of History and Social Sciences*, 8, 21-45. Hançerlioğlu, O. (1993). *İnanç tarihi*. Remzi Kitabevi.
- Biçer, İ., & Yalçın Balçık, P. (2019). Geleneksel ve tamamlayıcı tıp: Türkiye ve seçilen ülkelerin incelenmesi. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 22(1), 245–257.
- Diri, B. (2021). Çivi yazılı Tıbbi kaynaklara Göre Eski Mezopotamya Toplumlarında Enfeksiyon Hastalıkları. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İnsan Bilimleri Dergisi*, 2(2), 157-186.
- Gökçe, A., & Erdoğan Orhan, İ. (2025). Kadim Çağlardan Günümüze Tedavide Tıbbi ve Aromatik Bitkilerin Rolü. *Geleneksel ve Tamamlayıcı Anadolu Tıbbi Dergisi*, 5(1), 1–13.
- Mutlu, G. (2021). Antikçağ Bulaşıcı Enfeksiyon Hastalıklarında Semptomlar ve Tedavi Yaklaşımları. *Oannes- International Journal of Ancient History*, 3(1), 149-175.
- Akbulut, N. (2021). Mezopotamya’da Tıbb-ı Nebevi. *Artuklu İnsan ve Toplum Bilim Dergisi*, 6(2), 109-117.
- Sağlık Bakanlığı. (2020). *Türkiye Sağlık Turizmi Strateji Belgesi ve Eylem Planı (2023–2027)*. T.C. Sağlık Bakanlığı Yayınları.
- World Health Organization. (2013). *WHO traditional medicine strategy: 2014–2023*. <https://www.who.int/publications/i/item/9789241506090>
- Zohary, D., Hopf, M., & Weiss, E. (2012). *Domestication of plants in the Old World: The origin and spread of domesticated plants in Southwest Asia, Europe, and the Mediterranean Basin* (4th ed.). Oxford University Press.

Kültürel Kimlik Perspektifinden Elazığ'ın Kültürel Miras Potansiyeli

Tuğçe ÇALĞIN^{1*}, Cansu UZUN GÜRİPEK²

¹ Lisansüstü Eğitim Enstitüsü/ Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Türkiye
tugcee2001@hotmail.com

ORCID: 0009-000-0421-9374

² Zile Dinçerler Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu/ Rekreasyon Yönetimi
Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Türkiye
cansu.guripek@gop.edu.tr

ORCID: 0000-0002-7809-3097

Özet

Kültürel kimlik, bir toplumun tarihsel birikimi, sosyal yapısı ve mekânsal belleğiyle şekillenen aidiyet duygusunu pekiştiren dinamik bir olgudur. Bu kimliğin sürdürülebilirliği, kültürel mirasın korunması ve yönetilmesiyle doğrudan ilişkilidir. Kültürel miras yönetimi, sadece geçmişe ait değerleri muhafaza etme süreci değil; bu değerleri çağdaş yaşamın bir parçası hâline getiren, kimliği toplumsal düzeyde yeniden üreten stratejik bir uygulama alanıdır. Bu çalışma, Elazığ'ın kültürel miras potansiyelini kültürel kimlik perspektifinden ele almakta ve kültürel miras yönetimi açısından geliştirilmesi gereken yönleri tartışmaktadır.

Elazığ, tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmış, çok katmanlı bir kültürel yapıya sahip bir kenttir. Harput'un tarihî dokusu, geleneksel mimarisi, dini mekânları ve el sanatları gibi somut miras unsurları; müzik kültürü, halk oyunları, mutfak gelenekleri ve sözlü anlatılar gibi somut olmayan miras unsurlarıyla birlikte güçlü bir kültürel kimlik zemini oluşturur. Ancak bu miras unsurlarının sürdürülebilir biçimde korunması, yönetsel bütünlüğün sağlanması ve yerel toplulukların katılımıyla desteklenmesi gerekmektedir.

Kültürel miras yönetimi, yalnızca koruma odaklı bir faaliyet değil, kimlik temelli bir toplumsal süreç olarak da ele alınmalıdır. Elazığ özelinde yapılacak her müdahale, yerel değerlerin özgünlüğünü koruyarak, ekonomik, sosyal ve kültürel kalkınma hedefleriyle uyumlu biçimde planlanmalıdır. Bu bağlamda Elazığ için aşağıdaki temel öneriler geliştirilmiştir;

Kapsamlı Miras Envanteri Oluşturulması: Somut ve somut olmayan miras unsurlarının bütüncül bir veri tabanında toplanması, miras yönetiminin temelini oluşturur. Bu envanter, koruma önceliklerinin belirlenmesinde bilimsel bir dayanak sağlamalıdır.

Katılımcı Yönetim Modeli Geliştirilmesi: Yerel halk, akademisyenler, belediyeler ve sivil toplum kuruluşları arasında sürekli bir iletişim ağı kurulmalıdır. Bu yapı, karar alma süreçlerinde yerel aktörlerin etkin rol üstlenmesine olanak tanıyabilir.

Eğitim ve Farkındalık Programları: Kültürel mirasın değerini toplumsal düzeyde içselleştirmek için okullarda, yerel kurumlarda ve medya aracılığıyla bilinçlendirme çalışmaları yürütülmelidir.

Kültürel Turizm Stratejisi: Elazığ'ın miras değerleri, sürdürülebilir turizm anlayışıyla tanıtılmalı; turizm faaliyetleri, miras alanlarının korunmasına katkı sunacak biçimde planlanmalıdır.

Dijital Miras Yönetimi: Kültürel mirasın dijital ortamlarda belgelenmesi ve sanal sergilerle görünür kılınması özellikle genç kuşakların ilgisini artırabilir.

Bu öneriler, Elazığ'ın kültürel miras yönetiminde koruma, yaşatma ve tanıtım işlevlerinin dengeli biçimde yürütülmesini hedeflemektedir. Böyle bir yaklaşım, kentin kültürel kimliğini güçlendirirken yerel kalkınmaya da sürdürülebilir bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Sonuç olarak, Elazığ'ın kültürel miras yönetimi, yalnızca tarihî değerlerin korunmasına yönelik bir politika alanı değil; toplumsal kimliğin yeniden üretildiği, kültürel sürekliliğin sağlandığı stratejik bir süreçtir. Bu sürecin başarıyla yürütülmesi, Elazığ'ın özgün kimliğini koruyarak geleceğe taşımasını ve ulusal ölçekte örnek bir kültürel miras yönetimi modeli oluşturmasını mümkün kılacaktır.

Anahtar Sözcükler: Kültürel kimlik, Kültürel miras, Elazığ.

Kaynakça

- Akay, A. S. (2006). Somut olmayan kültürel mirasın tarih araştırmalarında kaynak olma özelliği. *Milli Folklor Dergisi*, 18(70), 38-58.
- Aktan, C. C., & Tutar, H. (2007). Bir sosyal sabit sermaye olarak kültür. *Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi*, 6(20), 1-11.
- Aydın, M., & Ünüvar, Ş. (2020). Somut olmayan kültürel miras kapsamında Elazığ Kürsübaşı geleneği. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 3(2), 213-233.
- Azar, B. (2019). Kültürün kimliğe dönüştüğü şehir: Harput. *Fırat Üniversitesi Harput Araştırmaları Dergisi*, 6(11), 87-101.
- Bay, T. (2025). Kuşaklar arası müzikal dinleme tercihleri ve beğeni hiyerarşileri: Elazığ ili örneği. *Fırat University Journal of Social Sciences*, 35(3), 1289-1302.
- Bayraktar, Z. (2021). Şehircilik ve kimlik bağlamında somut olmayan kültürel mirasın yeri ve önemi. *Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(27), 57-68.
- Bilgin, A., & Oksal, A. (2018). Kültürel kimlik ve eğitim. *Academy Journal of Educational Sciences*, 2(1), 82-90.
- Çetin, T. (2010). Cumalıkızık köyünde kültürel miras ve turizm algısı. *Millî Folklor*, 22(87), 181-190.
- Dalbay, R. S. (2018). “Kimlik” ve “toplumsal kimlik” kavramı. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(31), 161-176.
- Dalbay, R. S. (2024). ‘Kültürel Kimlik’ kavramı ve kimliğin tanımlanmasında temel yaklaşımlar. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(49), 325-356.
- Diker, O. (2016). Kültürel miras ile kültürel miras turizmi kavramları üzerine kavramsal bir çalışma. *The Journal of Academic Social Science*, 4(30), 365-374.
- Oğuz, M. Ö. (2013). Terim olarak somut olmayan kültürel miras. *Milli Folklor*, 25(100), 5-13.

- Olğun, T. N. (2022). Geleneksel konutların korunmasına yönelik bir inceleme: Elazığ evleri örneği. *İDEALKENT*, 13(38), 2330-2364.
- Sarışın, Ş., & Akça, B. Ö. (2022). Yeni yapılaşmalarda kent kimliği-kentsel bellek ilişkisinin incelenmesi: Elazığ örneği. *Kent Akademisi*, 15(DÜ 2. Uluslararası Mimarlık Sempozyumu Özel Sayısı), 168-194.
- Şenocak, E. (2020). Kültürel bellekte askere yollama geleneği: Baskıl (Elazığ) ve çevresi örneği. *Akra Kültür Sanat ve Edebiyat Dergisi*, 8(22), 49-61.
- Uygur, S. M., & Baykan, E. (2007). Kültür turizmi ve turizmin kültürel varlıklar üzerindeki etkileri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3(2), 30-49.

Kültür Turizmi Kapsamında Muğla İlinde Düzenlenen Yöresel Festivallerin Değerlendirilmesi

Berfin Helin YALÇIN^{1*}, Merve BATUM², İsmail Umut ÖZENÇ³

^{1*}Sosyal Bilimler Enstitüsü/ Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye
berfinhelin0908@icloud.com.

ORCID: 0009-0003-9725-3070

²Sosyal Bilimler Enstitüsü/ Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye
Merve.eren0990@gmail.com.

ORCID: 0009-0009-0420-301X

³Sosyal Bilimler Enstitüsü/ Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye
ismailumutozenc@posta.mu.edu.tr.

ORCID: 0000-0003-1810-5831

Özet

Her sene milyonlarca insan değişik amaç ve güdülerle turizm faaliyetlerine dahil olmaktadır. İnsanların turizm faaliyetlerine dahil olmasında merak, din, kültür ve eğitim, dinlenme ve eğlence, spor, sağlık ve snobizm faktörleri başat rol oynamaktadır (Olalı, 1971: 67). Bu faktörler arasında yer alan kültür ise geçmişten günümüze insanların turizm amaçlı yer değiştirmesinin önemli bir çekici kuvveti olmuştur. Genel anlamda kültür kavramını ele alacak olursak, kültür, insan toplumunda biyolojik olarak değil, toplumsal araçlarla aktarılıp iletilen her şeyi anlatmaktadır (Marshall, 1999: 442). Kültür, artık bir toplumu veya sosyal grubu karakterize eden tüm ayırt edici manevi, maddi, entelektüel ve duygusal özelliklerin bütünü olarak tanımlanabilmektedir. Kavram sadece sanat ve edebiyatı değil, aynı zamanda yaşam biçimlerini, insanın temel haklarını, değer sistemlerini, gelenekleri ve inançları da kapsamaktadır (UNESCO, 1982: 1). Kültür bir kimliktir ve milletleri birbirinden ayırmaktadır. Turizm olayı, insanlık tarihi boyunca farklı milletlerden farklı değerlere sahip insanların bir araya gelmesini mümkün kılmış ve kültürel alışverişi olanak sağlamıştır. Nitekim turizm olayı zamanla kültürel değerlerden daha fazla beslenerek büyümesini sürdürmüştür. Turizm sektöründe ülkeler yıldan yıla artış gösteren rekabet ortamında fark yaratmak, olumlu bir destinasyon imajı oluşturmak, daha çok turist çekebilmek ve turizmden daha fazla gelir sağlayabilmek için sahip oldukları turizm arz kaynaklarını optimum ve proaktif kullanma durumundadır. Bu açıdan düşünüldüğünde kültür faktörü ülkeler tarafından üzerine planlar, projeler üretilen ve yatırımlar yapılan stratejik bir turizm öğesidir. Öte yandan, küresel cazibe merkezleri, Dünya kültürünün küresel önemi olan yerlerden yerel kimlikleri destekleyen cazibe merkezlerine kadar turizmde her düzeyde önemli bir rol oynamaktadır. Küresel düzeyde kültürel cazibe merkezleri, genellikle küresel kültürün önemli akımlarının simgeleri olarak görülmektedir (Richards, 2001: 4). Önceleri turizm olayına katılan ve pasif bir durumda olan turistler, bu süreç dahilinde olaya ve sürece dahil olarak bir deneyim arayışı içine girmiş, yöre ve insanıyla bütünleşme çabası göstermiştir. Festivaller de bu anlayış ve arayışta önemli bir yere

sahiptir. Festivaller en yaygın kültürel kutlama biçimlerinden biridir ve birçoğu uzun geçmişlere sahip geleneksel etkinlikler olsa da çoğunluğu son yıllarda ortaya çıkmıştır. Geçit törenleri ve alaylar festivallerde yaygın olarak kullanılan unsurlardır, ancak tek başlarına düzenlenenler de birçok kutlama unsuru içermektedir. Sanat ve eğlence başta olmak üzere diğer birçok önemli etkinlik türü festivallerin içinde veya teması olarak sıklıkla bulunur ve spor ve eğlence etkinlikleri de yaygın festival unsurlarıdır (Getz, 1997: 7-8). Getz'in belirttiği üzere kültürel unsurların sergilendiği festivaller ve diğer “kültürel gösteriler” anlam bakımından zengindir ve bir “metin” sunar; bu “metni” okumak, gözlemciye (turiste) ev sahibi kültür ve topluluk hakkında bilgi verebilir (1997: 8). Bu yönüyle festivaller yerel halkın kültürel öğelerini, adetlerini, inançlarını ve yaşantılarını yansıtan etkinliklerdir. Çeşitli temalarda düzenlenebilen festivaller, maddi ve manevi değerler ihtiva etmektedir. Yabancı veya yerli ziyaretçiler festivaller aracılığıyla yörenin üretim anlayışını, yöresel ürünlerini, sanatını ve sözlü ya da yazılı eserlerini yerinde görebilmekte ve deneyimleyebilmektedir. Buradan hareketle nitel araştırma yaklaşımıyla tasarlanan çalışmanın amacı; farklı kültürden insanların bir araya gelmesini sağlayan ve kültürel değerlerin ön plana çıktığı festivallerin Muğla İli genelinde değerlendirilmesi ve öneminin vurgulanmasıdır. Bu doğrultuda literatür incelemesi ve örnek olay analizinden faydalanılmış ve çıkarımlarda bulunulmuştur. Muğla İlinde Bodrum'dan Fethiye'ye kadar pek çok turistik arz kaynağı bulunmaktadır. İl 3S diye tabir edilen deniz-kum-güneş turizmi başta olmak üzere kültür turizmi, etkinlik turizmi, kırsal turizm, gastronomi turizmi, kongre turizmi, doğa turizmi, yayla turizmi gibi turist çekebilen önemli turizm çeşitlerine sahiptir. Bu çalışma Muğla İli genelinde yörelerin kültüründen, gelenek ve göreneklerden, coğrafyasından, üretilen ürünlerden gibi çeşitli faktörlerle oluşan ve şekillenen yöresel festivalleri incelemektedir. Bu noktada Muğla İli zengin kültürü, coğrafyası, farklı yöresel yaşantılara sahip olması, ilgi çeken gastronomik değerlerinin bulunması nedeniyle farklı ve niceliksel açıdan çok sayıda festivale ev sahipliği yapmaktadır. İl ve çevresinde düzenlenen kültür şenliklerinin ilki Muğla Belediyesi'nin önderliğinde 1984 yılında gerçekleşmiştir. Etkinlikler 2013 yılına gelinceye kadar ara sıra kesintiye uğramış olup, bu süre zarfında yirmi iki defa düzenlenmiştir. Muğla, 2014 yılı itibarıyla büyükşehir olmuş ve Menteşe Belediyesi kurulmuştur; böylelikle şenliğin adı Menteşe Kültür ve Sanat Şenliği olmuştur. Eylül ayının son haftasında gerçekleşen şenlikler üç gün sürmektedir. Bu şenliklerde kortej yürüyüşü, baca yakma, halk oyunları, modern dans gösterisi, konserler, resim, fotoğraf, ebru ve yöresel ürünler sergisi, yayla etkinlikleri ve geleneksel kavun yarışması gerçekleşmektedir (Yücel ve Ertin, 2019: 109). Badem üreticiliğinin ciddi anlamda geliştiği Datça'da bademcilik turizmin ardından yerel halkın önemli bir bölümünün gelir elde ettiği ekonomik faaliyetler arasında yer almaktadır. Datça gelenekselleşmiş birçok festival, şenlik ve sanat etkinliklerinin düzenlendiği yer durumundadır. Bu etkinliklerden biri de Badem Çiçeği Festivalidir (Arık ve Arslan, 2020: 48). İlk olarak 2018 yılında düzenlenen festival, Şubat ayının başında gerçekleşmektedir. Datça Yarımadası'nın büyük bölümünde oluşturulan panayırarda stantlar kurulup yöreye özgü etkinlikler organize edilmektedir. Festival dahilinde badem ürünleri satışı, yöresel yemekler, doğal üretim workshopları, yöreye has el işi takı ve hediyelik eşyalar ve yine yöreye has dans gösterileri gibi birçok faaliyet gerçekleşmektedir. Bunlara ilaveten badem çiçeği fotoğraf yarışması, doğa yürüyüşü, Knidos ve Eski Datça gezileri, şarap tadımı gibi etkinlikler de tur programı içinde bulunmaktadır (bademcicegifestivali.com, 2018). Bodrum Acı Ot Festivalinde ise yerel üreticiden elde edilen doğal otlar (Acı ot, Baldıran, Deli Kenker, Turpotu, Tilkişen, Ada Marulu vb.) ve yöresel ürünler ile birlikte Bodrum'a has birçok az bilinen yöresel lezzetler de ziyaretçilere sunulmaktadır. Festival süresince yerel üreticilerin kendi ürünleri olan süttan kökelek peyniri, zeytinyağından sabun gibi çok çeşitli ürünler ziyaretçilere takdim edilmektedir (TURSAB, 2020). Festival dahilinde uzman şeflerin gerçekleştireceği yemek atölyeleri, halk oyunları gösterileri, yerel ve ulusal sanatçıların konserleri gibi çeşitli etkinlikler düzenlenerek içerik daha zengin hale gelmiştir. Bunların

haricinde ziyaretçiler kültürel değere sahip el yapımı yöresel kıyafetlere ve hediyelik eşyalara da erişme olanağına sahiptir (bodrumaciutfestivali.com). Milas İlçesi Zeytin Hasat Şenliği Muğla İli için diğer bir önemli etkinliktir. Genel olarak şenlik kortej yürüyüşü ile başlamaktadır. Şenlik kapsamında Milas mahalleleri arasında yemek yarışması organize edilmektedir. Bu yarışma ile zeytinyağlı yöresel yemek kültürünü tanıtmak ve sürdürülebilir hale getirmek amaçlanmaktadır. Festival dahilinde ülke çapından ve farklı ülkelerden şef aşçılar zeytinyağlı yemeklere ilişkin workshoplar düzenlemektedir. Yine şenlik kapsamında zeytin ve zeytinyağı konulu bireysel ve karma sergiler düzenlenmektedir. Yöreye has halk oyunlarının sergilendiği şenlikte zeytin yeme yarışması, zeytin kırma yarışması, zeytin ve zeytinyağı temalı liselerarası şiir-kompozisyon ve resim yarışmaları ile en güzel balkon ve bahçe yarışmaları düzenlenmektedir. Bunların haricinde spor karşılaşmaları ve konserler de şenlikte düzenlenen diğer etkinliklerdir (Çukur ve Kızılaslan, 2018: 238). Muğla İli Fethiye İlçesinde düzenlenen Yeşilüzümlü Yöresi Dastar ve Kuzugöbeği Mantar Festivali de önem arz etmektedir. Yeşilüzümlü Mahallesi tarihsel değere sahip mimarisi, restore edilmiş taş evleri; açık hava sporları, kırsal turizm ve ekoturizme müsait yapısı; konumu itibarıyla kent merkezine, turizm işletmelerine ve arkeolojik alanlara yakınlığı nedeniyle çokça tanınan ve bilinen turizm çekicilik merkezinin ortasında yer almaktadır. Mahalleye olan ilgi, uzun yıllar boyunca düzenlenen Kuzugöbeği ve Mantar Festivali aracılığıyla git gide artmış, yöre gerek yerli gerekse yabancı ziyaretçilerin uğrak yeri olmuştur. 2008 yılından bu yana sistemli şekilde organize edilen festivalde her gün değişik etkinlikler katılımcılara sunulmaktadır. Festival boyunca yöre halkının el emeği olan pekmez pestili, zeytinyağları, hububat ve baklagiller, yörede yetiştirilen üzümlerden elde edilen şaraplar, festivale adını veren ve yöreye özgü el dokuması dastar ve ipeksi dokuma kumaşlar ile kuzugöbeği mantarının yanı sıra yöreye özgü mantarlı gözleme ve kuzugöbeği çorbası gibi ürünler ziyaretçilere takdim edilmektedir (Bahar, Özdemir ve Akyürek, 2020: 136). Belirtilen festivallerin haricinde İl genelinde farklı yöresel festivaller de düzenlenmekte olup bu festivaller şunlardır; Bodrum Mandalina Festivali, Datça Gastronomi Festivali, Geleneksel Muğla Düğün Yemekleri Festivali (festivall.com.tr). Görüldüğü üzere, Muğla İlinde farklı temalarda birçok yöresel festival düzenlenmektedir. Bunun en önemli sebebi ise Muğla İlinin zengin bir kültüre, coğrafyaya ve yerel ürün çeşitliliğine sahip olmasıdır. Bunlarla birlikte, düzenlenen yöresel festivallerin İldeki turizm sezonunu uzatmaya yardımcı olması beklenmektedir. Ayrıca festivaller İldeki turizm çekicilik unsurlarını çeşitlendirerek deniz-kum-güneş turizminin haricinde farklı turizm türlerinin de gelişimine katkı sağlayacaktır. Yörelerde küçük işletmeler gelişebilecek, bu sayede ekonomik açıdan katma değer oluşturulabilecektir. Öte yandan, festivallerin ulusal ve uluslararası tanıtımları için ulusal ve uluslararası tur operatörleri ve seyahat acenteleri ile iş birliği yapılması önem arz etmektedir. Yöresel festivallerin daha fazla kitleye duyurulması ve daha profesyonel bir şekilde pazarlanması bu yolla mümkün olacaktır.

Anahtar Sözcükler: Kültür turizmi, Kültürel unsurlar, Yöresel festivaller, Etkinlikler

Kaynakça

- Arık, E. ve Arslan, K. (2020). *Şehrimiz Muğla*. Milli Eğitim Bakanlığı.
- Bahar, O., Özdemir, Ö. ve Akyürek, S. (2020). Yeşilüzümlü Kuzugöbeği Mantar ve Dastar Festivali'nin Kırsal Kalkınma ve Kültürel Değerler Üzerindeki Rolü, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 21 (46): 131-159.
- Çukur, T. ve Kızılaslan, N. (2018). Milas İlçesinde Zeytin Hasat Şenliğinin Kırsal Turizme Katkısı, *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 24 (2): 233-241.
- Getz, D. (1997). *Event Management & Event Tourism*. New York: Cognizant Communication Corporation.

- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü* (Çev.: Osman Akınhay, Derya Kömürcü). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Olalı, H. (1971). *Turizm Dersleri*. İzmir: Ege Üniversitesi Matbaası.
- Richards, G. (2001). The Development of Cultural Tourism in Europe. G. Richards (Ed.), *Cultural Attractions and European Tourism* içinde (s. 3-29). CABI Publishing.
- TURSAB (2020). *Bodrum Acı Ot Festivali*. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.tursab.org.tr/apps//Files/Content/06727050-49df-40db-a294-de4c8d6820d8.pdf. Erişim Tarihi: 12.09.2025.
- UNESCO (1982). *Mexico City Declaration on Cultural Policies*. 06 Ağustos 1982.
- Yücel, B. ve Ertin, G. (2019). Muğla Kentinin Kültür Turizmi Potansiyeli, *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3 (2): 99-112.
- <https://www.bademcicegifestivali.com/ilk-onlar-cicek-acar-badem-cicekleri/>. Erişim Tarihi: 12.09.2025.
- <https://bodrumaciotfestivali.com.tr/bodrumaciotfestivali/>. Erişim Tarihi: 12.09.2025.
- <https://festivall.com.tr/iller/48/mugla-festivalleri/2>. Erişim Tarihi: 15.09.2025.

Türkiye’deki Mezopotamya Şehirlerinde Bulunan Kilise ve Manastır Ziyaretleri: Tripadvisor Yorumları Üzerinden Bir Değerlendirme

Nurullah Cihan AĞBAY^{1*}

¹ Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu/Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Bitlis Eren Üniversitesi, Türkiye
cihanagbay@gmail.com

ORCID: 0000-0001-9689-4608

Özet

Türkiye, hem coğrafyası hem de sahip olduğu zenginlikleriyle farklı dinlere hitap eden ve bu nedenle binlerce turiste ziyaret imkânı sağlayan çok sayıda kutsal mekâna ev sahipliği yapmaktadır (Ayaz & Eren, 2020). Bu mekânlar sadece inanç turizmi değil aynı zamanda kültür turizmini konu alan akademik araştırmalarla da değerlendirilmektedir (Şanlı; 2025; Soydan & Şarman, 2013). Türkiye’de yer alan kilise ve manastır gibi dinî mekânların önemli çekim merkezleri ve turizme önemli katkıları olduğu farklı çalışmalarda da belirtilmiştir (Çam, 2025; Tosun, 2024). Ziyaretçilerin önemli bir kısmının bu alanları tarihî yapı, kültürel, sanatsal ve mimari değerler farklı bir ifade ile genel olarak ibadetten çok turizm amaçlı ziyaret ettikleri bilinmektedir (Aslan & Kıykaç, 2025; Akman, 2024). İlgili araştırmalar kutsal mekânları ziyaret edenlerin fiziksel, duygusal, öğretici, çevresel, gastronomik, unutulmaz, tarihsel ve akış gibi farklı birçok deneyim kazandıklarını göstermektedir (Akgül, 2025; Meydan Uygur & Çıvgın, 2024; Yiğit & Aktaş, 2025). Kutsal mekân ziyaretleri ile geniş yelpazede deneyim kazanılmaktadır (Bond vd., 2015). Bu çalışmada temel amaç diğer araştırmalardan farklı olarak Türkiye sınırları içerisinde yer alan Mezopotamya şehirlerindeki kilise ve manastırları ziyaret edenlerin yorumlarını kültür turizmi, inanç turizmi ve deneyim boyutlarıyla incelemektir.

Süryanilerin, Hristiyanların, Yezidilerin, Müslümanların ve genel olarak turistlerin gerek ibadet gerekse turizm amaçlı ziyaret ettiği bu değerlendirmedeki kutsal mekânlar 5 ayrı şehirde yer alan toplam 13 kilise ve manastırdan oluşmaktadır. Araştırmada incelemeye konu olan bütün yorumlar <https://console.apify.com/> sitesi üzerinden 16.10.2025 tarihinde çekilmiştir. Yorumları analiz edilen dinî mekânlar şunlardır: Diyarbakır’da yer alan Surp Giragos (49), Meryem Ana Süryani Kadim (40), Meryem Ana (4) ve Mar Petyun Keldani Katolik Kiliseleri (15) olmak üzere dört kilise hakkında yapılan toplam 108 yoruma ulaşılmıştır. Mardin ve ilçelerinde yer alan Kırklar Kilisesi (78), Mardin Protestan Kilisesi (15), Mar Hırmız Keldani Kilisesi (14), Deyrulzafaran Manastırı (720), Mor Gabriel Manastırı (281), Meryem Ana Kilisesi (27) olmak üzere toplam yedi kilise hakkında yapılan 1243 yoruma ulaşılmıştır. Ayrıca, bu yorumlara Şanlıurfa’da Fırfırlı Cami-On İki Havari Kilisesi (33), Şırnak’ta Meryemana Süryani Kilisesi (3), Gaziantep’te daha önce Kilise olarak bilinen ve yorumlanan Kurtuluş Cami (42) hakkında yapılmış yorumlar da eklenerek toplamda 1321 yoruma ulaşılmıştır.

Yabancı dillerde yapılan tüm yorumlar çıkarıldıktan sonra kalan 945 Türkçe yorum analiz birimi (Roller & Lavrakas, 2015) olarak belirlenmiştir. En sık kullanılan kelimeler bilgisayar programı yardımıyla tespit edilmiştir. Durak kelimeler çıkarıldıktan sonra ortaya çıkan ilk on kelime şunlardır: Manastır (653), Yer (559), Mardin (388), Rehber (365), Kilise (344), Süryani (342), Yapı (338), Tarihi (248), Gezi (216), Ziyaret (179). Yorumlar detaylı bir şekilde incelenmiş, araştırma verisi içerik analizi tekniği ile incelenerek temalar oluşturulmuş, güvenilirliği arttırmak için aynı konularda çalışan farklı bir akademisyenden uzman görüşü alınmıştır (Patton, 2018; Creswell, 2018; Yıldırım & Şimşek, 2016).

Araştırma verisinin sadece Tripadvisor sayfasındaki yorumlardan oluşması ve yorumların bir bütün olarak 13 ayrı kutsal mekânla ilgili olması sınırlılıklardır. Bu sınırlılıklar dikkate alındığında yorumlamalara göre ziyaretçilerin deneyimlerinin farklılaştığı söylenebilir. Araştırma sonucunda, estetik, duygusal, manevi, yenilenme, bilişsel ve hedonik deneyimlerin ön plana çıktığı tespit edilmiştir. Bu sonuç, değerlendirilen kutsal mekânlarda çok boyutlu ve bütüncül bir deneyimin ortaya çıktığını işaret etmektedir (Packer & Ballantyne, 2016). Yorumlar, ziyaretçilerin hem kültürel hem de duygusal bakış açılarını yansıtmaktadır. İncelenen kutsal mekânların kültür veya inanç turizmi nedeniyle tercih edilmesi söz konusudur. Ancak, araştırma sonuçlarına göre bu mekânlar mimari, sanat, görsel değerler ve tarihî özellikler bağlamında ön plana çıkmaktadır. Farklı bir ifadeyle, araştırma Türkiye'deki Mezopotamya şehirlerindeki manastır ve kiliselerin kültürel miras ile öğrenme ve aynı zamanda maneviyatın birleştiği mekânlar olarak algılandıklarını göstermekte, bu anlamda literatüre çok boyutlu deneyim yönüyle nitel bir katkı sağlamaktadır.

Anahtar Sözcükler: İnanç turizmi, Kültür turizmi, Tripadvisor, Deneyim.

Kaynakça

- Akman, E., (2024). Mor Gabriel Manastırı: Kültürel mirasın izinde turistler ve yerel kültür etkileşimleri. *Journal of Academic Tourism Studies*, 5(1), 46-60. <http://dx.doi.org/10.29228/jatos.74538>
- Ayaz, N., & Eren, M. (2020). Türkiye'de inanç turizmi üzerine nitel bir araştırma. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 284-300. <https://doi.org/10.37847/tdad.833480>
- Bond, N., Packer, J., & Ballantyne, R. (2015). Exploring visitor experiences, activities and benefits at three religious tourism sites. *International Journal of Tourism Research*, 17(5), 471-481. <https://doi.org/10.1002/jtr.2014>
- Creswell, J. W. (2025). *Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni* (8 b.). (M. BÜTÜN, & S. B. DEMİR (Ed.), Çev.) Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Çam, O. (2025). İnanç turizmi kapsamında bir kutsal mekân değerlendirmesi: Saint Pierre Kilisesi, *Journal of Applied Tourism Research*, 6(1), 77 – 98. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15700855>
- Meydan Uygur, S., & Çıvgın, H. (2024). Akış deneyimi ve varoluşsal otantiklik deneyimi inanç turizminde deneyimlenebilir mi? Meryem Ana Evi'nde hac ibadetine katılanlara yönelik bir araştırma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 12(1), 290–313. <https://doi.org/10.21325/jotags.2024.1380>
- Packer, J., & Ballantyne, R. (2016). Conceptualizing the visitor experience: a review of literature and development of a multifaceted model, *Visitor Studies*, 19(2), 128-143, <https://doi.org/10.1080/10645578.2016.1144023>

- Patton, M. Q. (2018). *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri* (2 b.). (M. Bütün, & S. B. Demir (Ed.), Çev.). Pegem Akademi.
- Roller, M. R., & Lavrakas, P. J. (2015). *Applied qualitative research design: A total quality framework approach*. Guilford Publications.
- Soydan, E., & Şarman, N. (2013). Mardin ve Şırnak illerindeki Süryanilere ait dini yapıların kültür (ve inanç) turizmi potansiyeli. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 6(8), 589-607.
- Şanlı, S. (2025). Kültür ve inanç turizmi bağlamında Türkiye'nin doğusunda Yahudi kültürel mirası. *Karadeniz Araştırmaları*, 22(86), 593-613. <https://doi.org/10.56694/karadearas.162163>
- Tosun, M. (2024). Kutsal mekân ziyaretlerinin manevi etkileri: Pisidia Antiokheia örneği. *Turkish Studies - Religion*, 19(4), 621-644. <https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.76500>
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (10 b.). Seçkin Yayıncılık.
- Yiğit, S., & Aktaş, A. C. (2025). Visitors' experiences of Deyrulzafaran Monastery through netnography approach. *Tourism and Recreation*, 7(1), 82-89. <https://doi.org/10.53601/tourismandrecreation.1522129>

Teşekkür

Tema oluşturma aşamasında uzman görüşü katkısı sağlayan meslektaşına teşekkür ederim.

Datça’da Unutulmaya Yüz Tutmuş Somut ve Somut Olmayan Kültürel Miras Unsurlarının Belirlenmesi ve Koruma Olanakları

Levent KARADAĞ¹, Hüseyin ÇEKEN², Taner DALGIN^{3*}

¹Datça Kazım Yılmaz Meslek Yüksekokulu/ Turizm ve Otel İşletmeciliği
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi ,Türkiye
leventk@mu.edu.tr

ORCID: [0000-0002-0932-8315](https://orcid.org/0000-0002-0932-8315)

² Turizm Fakültesi/Turizm işletmeciliği
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye
hceken@mu.edu.tr

ORCID: [0000-0002-6614-3018](https://orcid.org/0000-0002-6614-3018)

³ Muğla Meslek Yüksekokulu/ Turizm ve Seyahat Hizmetleri
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi,vTürkiye
tanerdalgin@mu.edu.tr

ORCID: [0000-0002-7645-1989](https://orcid.org/0000-0002-7645-1989)

Özet

Datça Yarımadası, çok katmanlı tarihsel dokusu, özgün mimarisi ve zengin kültürel değerleriyle Türkiye’nin önemli kültürel peyzaj alanlarından biridir. Ancak son yıllarda turizm baskısı, hızlı kentleşme ve genç kuşakların geleneksel pratiklerden uzaklaşması, bölgedeki birçok kültürel miras unsurunun unutulma riskiyle karşı karşıya kalmasına neden olmaktadır. Kültürel miras, bir toplumun geçmişten günümüze taşıdığı, kimliğini oluşturan ve gelecek kuşaklara aktarılması gereken maddi ve manevi değerlerin tümüdür. Kültürel mirasın korunması, tarihsel olarak 19. yüzyılın sonlarına kadar gitmektedir. Ancak, 1970’lerde mirasa koruma temelli yaklaşımdan değer temelli yaklaşıma geçişle birlikte, kültürel mirasın tanımı ve korunması konusundaki anlayışlar da evrilmiştir. Bu dönemde, kültürel mirasın sadece fiziksel yapılarla sınırlı olmadığı, aynı zamanda toplumların kültürel kimliğini oluşturan soyut unsurları da kapsadığı kabul edilmiştir. Günümüzde, kültürel mirasın korunması, sadece fiziksel restorasyonla değil, aynı zamanda toplumların kültürel kimliğini ve hafızasını yaşatmak amacıyla kültürel pratiklerin sürdürülebilirliğini sağlamayı da içermektedir. Bu kapsamda araştırmanın amacı, Datça Yarımadası’nda unutulmaya yüz tutmuş somut ve somut olmayan kültürel miras unsurlarını tespit etmek, bu unsurların mevcut durumunu analiz etmek ve korunmalarına yönelik sürdürülebilir stratejiler geliştirmektir. Çalışma, bölgenin kültürel sürekliliğinin sağlanması, yerel kimliğin güçlendirilmesi ve gelecek kuşaklara aktarımının desteklenmesi açısından önem taşımaktadır. Araştırma, nitel veri toplama teknikleri kullanılarak yürütülmüştür. 2024 yılı içinde Datça merkez ve çevre köylerinde (Eski Datça, Reşadiye, Yaka Köyü) alan araştırması yapılmış; 15 yerel katılımcıyla yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bunun yanı sıra yerel arşivler, önceki saha araştırmaları ve UNESCO kültürel miras envanterleri incelenmiştir. Toplanan veriler tematik olarak

sınıflandırılmış; somut (fiziksel yapılar, objeler) ve somut olmayan (ritüeller, sözlü gelenekler, el sanatları vb.) unsurlar iki ana kategori altında değerlendirilmiştir. Yapılan görüşmelerde katılımcılar, geleneksel taş ev mimarisinin bölgenin kimliğini yansıtan en önemli kültürel miras öğelerinden biri olduğunu vurgulamıştır. Ancak, yerel yapı tekniklerinin giderek terk edildiği, betonarme yapılarla yerel mimarinin özgün dokusunun bozulmaya başladığı görülmektedir. Benzer biçimde, geleneksel su değirmenleri, zeytinyağı atölyeleri ve ambar yapıları gibi üretimle ilişkili somut miras unsurları da kullanılmadıkları için yıpranma ve yok olma riski altındadır. Datça'nın kültürel belleğinde önemli bir yer tutan geleneksel pratikler, özellikle yaşlı kuşaklar aracılığıyla sürdürülmektedir. Genç nüfusun göç etmesi ve turizm merkezli yaşam biçimlerinin yaygınlaşması, bu mirasın aktarımını zayıflatmaktadır. Datça'da halkın doğadan topladığı otlar, otlarla yapılan yöresel yemekler ve ot çayları önemli bir somut olmayan kültürel miras unsurudur. Düğün, cenaze töreni uygulamaları; hasat sonrası kutlamalar; mevsimlik etkinlikler; köy hayrı benzeri toplumsal destekler ve dayanışma amaçlı uygulamalar yörenin bir diğer somut olmayan kültürel miras unsurudur. Eski usul dokumalar, el işi dikiş nakış işleri; zeytin hasadı, zeytincilik teknikleri; ahşap işçiliği; taş ve ahşap birleşimli yapı süslemeleri; reçineli boya, doğal boya gibi eski boyama teknikleri yine yörede varlığı keşfedilen kültürel miras unsurlarıdır. Datça'nın kültürel mirası, hem somut hem de somut olmayan unsurlarıyla bölgenin kimliğini şekillendirmektedir. Ancak bu miras unsurlarının bir kısmı yok olma riski altındadır. Bu çalışmanın bulguları, kültürel mirasın korunmasına yönelik stratejiler önermektedir. Yerel halkın aktif katılımına dayalı koruma programları geliştirilmesi, genç kuşaklara yönelik kültürel aktarım ve eğitim faaliyetlerinin artırılması, dijital arşivleme, belgeleme ve envanter çalışmalarının yapılması, somut miras için restorasyon ve adaptif yeniden kullanım politikalarının uygulanması, somut olmayan miras için gastronomi, el sanatı, hikâye anlatıcılığı gibi turizm faaliyetleriyle entegrasyonun sağlanması bu stratejiler arasında sayılabilir. Bu tür girişimler, Datça'nın kültürel kimliğinin korunarak gelecek kuşaklara aktarılmasına katkı sağlayacaktır.

Anahtar Sözcükler: Kültürel miras, kültürel kimlik, yerel mimari

Kaynakça

UNESCO (2003). Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage.

Datça Belediyesi Arşivi (2023). Yerel Miras Envanteri.

Smith, L. (2006). Uses of Heritage. Routledge.

Türkiye Kültür Portalı (2024). Datça Kültürel Değerleri.

Kapsayıcı Liderlik, Kültürel Çeşitlilik ve Kültürler Arası İletişim

Yeliz AKÇAY^{1*}

¹ İstanbul Beykent Üniversitesi Meslek Yüksekokulu/ Sağlık Kurumları İşletmeciliği
İstanbul Beykent Üniversitesi, Türkiye
yelizakcay@beykent.edu.tr

ORCID: 0000-0001-8274-0069

Özet

Son yıllarda küreselleşme, yenilik, göç, teknolojik gelişmeler ve iş gücü hareketliliğinin artmasıyla birlikte, örgütlerin çok hızla değiştiği, örgütlerde iş gücünün çeşitlendiği, göçmen çalışanların iş dünyasında giderek daha fazla yer aldığı görülmektedir. Özellikle 20. yüzyılın sonlarından itibaren, örgütlerin giderek daha fazla kültürel çeşitliliğe sahip çalışanları bünyelerine katmaya başlaması ile birlikte geleneksel liderlik modellerinin bu yeni iş gücü yapısına yeterince uyum sağlayamadığı örgütlerin sürdürülebilir başarısı için kapsayıcı liderlerin kritik bir rol oynadığı düşünülmektedir. Kapsayıcı liderlik, farklı geçmişlere, kültürlere ve bakış açılarına sahip çalışanların yaş, cinsiyet, ırk veya cinsiyetine bakmaksızın bireysel farklılıkları kabul eden, çeşitliliği teşvik eden, örgütte eşitlik, adalet ve saygı çerçevesinde çalışanları destekleyerek onların kendilerini değerli ve katılımcı hissetmesini sağlayan liderlik anlayışıdır. Kültürel çeşitlilik ise toplum veya örgüt içerisinde ırk, etnik köken, dil, milliyet, din ve cinsel yönelimdeki farklılıkların temsil edilmesidir. Kültürel çeşitliliğin olduğu örgütlerde, çalışanların farklı bakış açıları ve deneyimleri, örgüt için büyük bir zenginlik kaynağı olmakta olup bu çeşitliliğin etkin şekilde yönetilmesi için kapsayıcı liderlere ihtiyaç vardır. Kültürlerarası iletişim ise, farklı kültürel geçmişlere sahip bireyler veya gruplar arasındaki anlam, değerler ve semboller aracılığıyla gerçekleşen etkileşim ve bilgi alışverişi sürecidir. Kültürlerarası iletişim, bu kültürel çeşitlilik içinde etkili bir iş birliği ve uyum sağlamak için kritik bir rol oynamaktadır. Kültürel çeşitlilik ile kültürlerarası iletişim birbirini tamamlayan iki unsurdur. Bu çalışmada, örgütlerde kapsayıcı liderlik, kültürel çeşitlilik ve kültürlerarası iletişimin göçmen çalışanlar açısından önemi vurgulanmakta olup kapsayıcı liderlik, kültürel çeşitlilik ve kültürlerarası iletişim kavramsal çerçeve ile ele alınmaktadır. Araştırmanın yöntemi, kapsayıcı liderlik, kültürel çeşitlilik ve kültürlerarası iletişim ile ilgili kavramsal literatür taraması yapılacaktır. Araştırmanın bulguları, kültürel çeşitlilik, örgütlere yenilikçilik ve rekabet avantajı sağlarken, kapsayıcı liderlik bu çeşitliliği avantaja dönüştüren eşitlikçi ve destekleyici bir çalışma ortamı oluşturmaktadır. Bu sayede, göçmen çalışanlar potansiyellerini tam anlamıyla ortaya çıkarabilirken, kültürlerarası iletişim de örgütlerde iş birliği ve uyumu güçlendirmektedir. Özellikle küreselleşen iş dünyasında, liderlerin kapsayıcı bir yönetim anlayışını benimsemesi, kültürel farklılıkları bir zenginlik kaynağı olarak görmesi ve çalışanlar arasındaki iletişim engellerini ortadan kaldıracak stratejiler geliştirmesi, örgütsel başarının sürdürülebilirliği açısından kritik bir öneme sahiptir. Kapsayıcı liderlik, kültürel çeşitlilik ve kültürlerarası iletişim, göçmen çalışanların örgüt içinde aidiyet hissetmelerini, motivasyonlarını artırmalarını ve daha verimli çalışmalarını destekleyen temel unsurlar arasında yer almaktadır.

Araştırma sonuçlarına göre, kapsayıcı liderlik, kültürel çeşitlilik ve kültürlerarası iletişim kavramlarının etkin bir şekilde yönetilmesi, hem bireysel hem de örgütsel düzeyde daha verimli, yenilikçi ve kapsayıcı bir çalışma ortamı oluşturulmasına katkı sağlamaktadır.

Anahtar Sözcükler: Liderlik, kapsayıcı liderlik, kültürel çeşitlilik, iletişim

Kutsal Rotalar, Modern Kanatlar: Havacılık, Hac ve Sürdürülebilir Kültürel Turizmin Kesişim Noktası

*Ebru BAĞCI¹**

¹ Edremit Sivil Havacılık Yüksekokulu, Havacılık Yönetimi
Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
ebru@romayajournal.com

ORCID:0000 0002 2763 069X

Özet

Bu çalışma, inanç temelli seyahatlerin sürdürülebilir kültürel turizme katkısını, modern havacılık sistemlerinin rolüyle birlikte ele almayı amaçlamaktadır. Özellikle hac ve umre gibi büyük ölçekli inanç seyahatlerinin havayolu taşımacılığı üzerinden nasıl organize edildiği ve bu süreçlerin yerel kültürel mirasla olan etkileşimi incelenmektedir. Çalışmada ayrıca, artan yolcu hareketliliğinin çevresel etkileriyle birlikte değerlendirildiği sürdürülebilirlik boyutuna odaklanılmaktadır. Nitel analiz yöntemiyle yapılandırılan araştırmada, havacılık sektörü ile inanç turizmi arasındaki simbiyotik ilişki ele alınarak, bu alanların kültürel kimliğin korunması ve sürdürülebilir turizm politikalarının geliştirilmesindeki rolü tartışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İnanç turizmi, havacılık, sürdürülebilirlik, hac, kültürel miras, seyahat yönetimi

Sacred Routes, Modern Wings: The Intersection of Aviation, Pilgrimage, and Sustainable Cultural Tourism

Abstract

This study aims to explore the contribution of faith-based travel to sustainable cultural tourism through the lens of modern aviation systems. Focusing particularly on large-scale religious journeys such as Hajj and Umrah, it investigates how these are organized via air transport and how they interact with local cultural heritage. The research also highlights the environmental implications of increased air travel in the context of sustainability. Employing a qualitative analysis approach, the study discusses the symbiotic relationship between the aviation sector and faith tourism, emphasizing their roles in preserving cultural identity and shaping sustainable tourism policies.

Keywords: Faith tourism, aviation, sustainability, pilgrimage, cultural heritage, travel management

Chocolate Consumption: Addiction or Self-Reward? (A Qualitative Study)

Ramazan KARAMAN^{1*}

¹ Faculty of Applied Sciences/ Gastronomy and Culinary Arts
Dicle University, Türkiye
ramazan.karaman@dicle.edu.tr

ORCID: 0000-0002-3801-2651

Abstract

Chocolate is a food product that has held an important place in many cultures around the world for centuries, not only because of its taste but also due to its symbolic associations with happiness. In modern society, however, chocolate has evolved beyond being merely a sweet treat and has become an emotional experience. The tendency of individuals to turn to chocolate during periods of daily stress, anxiety, and fatigue suggests that this behavior is linked not only to taste preferences but also to psychological processes. In this context, the central question that arises is whether chocolate consumption represents an addictive behavior or a strategy for self-reward and emotional regulation. This study aims to address this question from a qualitative perspective by examining the meanings individuals attribute to chocolate and the psychological motivations underlying their consumption behaviors.

Addiction is defined as a condition in which an individual experiences an uncontrollable desire for a particular substance or behavior and feels compelled to maintain it. In this process, the brain's reward centers play an active role; dopamine release creates a short term sense of pleasure, leading the individual to repeat the behavior in order to experience this sensation again. Chocolate can activate this reward mechanism by increasing serotonin and dopamine levels in the brain through compounds such as theobromine, caffeine, phenylethylamine (PEA), and tryptophan. Consequently, chocolate consumption may create a process at the biological level that resembles an addiction cycle.

However, this behavior does not always indicate pathological addiction. Self-rewarding, in psychological terms, is defined as the act of offering oneself a pleasant experience in order to restore balance after achievement, effort, or stress. From this perspective, chocolate consumption can also be interpreted as a form of emotional regulation and self care. Research shows that people often perceive chocolate as a “small happiness,” a “mood booster,” or a “well deserved reward.”

This study was designed as a qualitative research project. Semi structured in depth interviews were used as the data collection method. The participants consisted of 15 volunteer individuals between the ages of 18 and 45 who regularly consume chocolate. The interviews aimed to explore participants' attitudes toward chocolate, consumption frequency, emotional states, and the meanings they attribute to this behavior. The data were analyzed using thematic analysis, allowing the subtle boundaries between the individual and psychological dimensions of chocolate consumption to be revealed. As a result of the analysis, three main themes emerged from the participants' statements:

Emotional Escape and the Desire for Comfort: A large proportion of participants stated that they consume chocolate when they feel stressed or sad. The “quick mood lifting” effect of chocolate turns it into a tool for emotional escape.

Self-Reward and Self-Care: A significant number of participants described chocolate as a “small reward.” Chocolate consumption was reported to occur after a successful day, upon completing a difficult task, or simply to create a pleasant moment.

Control and Guilt Cycle: Some participants expressed feelings of guilt when they consumed excessive amounts of chocolate, yet continued the behavior despite this awareness. This finding suggests that chocolate consumption may follow a pattern resembling psychological addiction in some individuals.

The findings indicate that chocolate consumption occupies a complex transitional space between addiction and self-reward. From a neuropsychological perspective, it is known that chocolate temporarily increases dopamine and serotonin levels in the brain, creating a short term sense of pleasure. However, this effect does not reach the neurochemical intensity observed in substance addictions. Therefore, chocolate can be considered not as a source of physiological addiction but rather as a form of emotional dependence. From a psychological standpoint, chocolate consumption may become one of the individual’s strategies for coping with stress. Nevertheless, the frequency, quantity, and emotional context of consumption are the key factors that determine whether this behavior represents healthy self care or an uncontrolled tendency toward addiction. The qualitative data particularly indicate that individuals experiencing high levels of stress tend to use chocolate as a “relaxation remedy,” which may unknowingly lead to an addiction like cycle.

This qualitative study demonstrates that chocolate consumption can be interpreted both as a behavior with addictive tendencies and as a form of self-reward and self care. The primary determining factor lies in the purpose, frequency, and degree of control with which individuals consume chocolate. When consumed in a mindful and moderate manner, chocolate can serve as a source of “small happiness” that supports emotional well being; however, when it becomes a means of compensating for emotional voids or coping with stress, it may transform into a subtle form of psychological addiction. This study is limited to qualitative data analysis. Future research is recommended to employ quantitative and mixed method approaches with larger samples, taking into account different age groups, cultural backgrounds, and stress levels. In addition, discussing healthy boundaries of emotional eating and self-reward behaviors within psychological counseling processes may be beneficial in increasing individuals’ awareness.

Keywords: Chocolate consumption, Emotional eating, Self-reward, Psychological dependence.

References

- Bruinsma, K., & Taren, D. L. (1999). Chocolate: food or drug?. *Journal of the American Dietetic Association*, 99(10), 1249-1256.
- Hetherington, M. M., & MacDiarmid, J. I. (1993). " Chocolate addiction": a preliminary study of its description and its relationship to problem eating. *Appetite*, 21(3), 233-246.
- Macdiarmid, J. I., & Hetherington, M. M. (1995). Mood modulation by food: an exploration of affect and cravings in ‘chocolate addicts’. *British Journal of Clinical Psychology*, 34(1), 129-138.
- Nasser, J. A., Bradley, L. E., Leitzsch, J. B., Chohan, O., Fasulo, K., Haller, J., ... & Del Parigi, A. (2011). Psychoactive effects of tasting chocolate and desire for more chocolate. *Physiology & behavior*, 104(1), 117-121.
- Parker, G., Parker, I., & Brotchie, H. (2006). Mood state effects of chocolate. *Journal of affective disorders*, 92(2-3), 149-159.

- Rodrigues-Silva, N. (2012). Chocolate: Psychopharmacological Aspects, Mood, and Addiction. In *Chocolate in Health and Nutrition* (pp. 421-435). Totowa, NJ: Humana Press.
- Rogers, P. J., & Smit, H. J. (2000). Food craving and food “addiction”: a critical review of the evidence from a biopsychosocial perspective. *Pharmacology Biochemistry and Behavior*, 66(1), 3-14.
- Rozin, P., Levine, E., & Stoess, C. (1991). Chocolate craving and liking. *Appetite*, 17(3), 199-212.
- Sharif, N., Ghafoor, S., & Qamar, F. (2015). Chocolate consumption in children and adults. *Arch. Med*, 7, 1-4.

Doğu Anadolu’da Tandır Kültürünün Arkeolojik Kökenleri: Malatya Arslantepe Höyüğü Bulguları Üzerinden Bir İnceleme

Kağan Çağrı KARACA*

¹ Efes Meslek Yüksekokulu/Ulaştırma Hizmetleri
Dokuz Eylül Üniversitesi, Türkiye
kagancagri.karaca@deu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-1805-0079

Özet

Anadolu kültürel mirasının önemli bileşenlerinden ve toplumsal belleğin taşıyıcılarından biri olan “mutfak kültürü” tarihsel süreçte gündelik yaşam pratikleri ve geleneksel üretim biçimleri üzerinden izlenebilmektedir. Bu bağlamda arkeolojik buluntular ile yaşayan halk kültürü arasındaki ilişkileri incelemek geçmişten günümüze uzanan kültürel sürekliliğin izlerini sürmek açısından oldukça önem arz etmektedir. Bu araştırma Doğu Anadolu bölgesinde uzun yıllardır sürdürülen geleneksel pişirme yöntemlerinden biri olan tandır kültürü ile Arslantepe Höyüğü’nde 2025 yılında açığa çıkarılan ve geç Hitit dönemine tarihlenen tandır bulguları arasında tarihsel ve kavramsal bir bağ kurmayı amaçlamaktadır. Arkeogastronomi, kültürel süreklilik, somut ve somut olmayan kültürel miras, gastronomi turizmi ve yerel mutfak mirası gibi kavramlar üzerinden yapılan kuramsal değerlendirmede, tandırın farklı dönemlerde nasıl kullanıldığına ve bu kullanımın kültürel anlamlarına odaklanılmıştır. Araştırma kapsamında tandırın Anadolu coğrafyasındaki tarihsel kökenleri, Doğu Anadolu’da yaşayan geleneksel biçimleri ve arkeolojik bağlamı birlikte ele alınarak, kültürel mirasın günümüz turizm politikalarına nasıl entegre edilebileceğine yönelik bir tartışma önerilmektedir. Bu yönüyle araştırma kültürel süreklilik bağlamında arkeolojik verilerin mutfak kültürü ile ilişkilendirilmesini sağlayan kavramsal bir zemin sunmayı hedeflemektedir.

Yerel mutfak gelenekleri, somut ve somut olmayan kültürel değerlerin birlikte işlendiği, toplumsal belleğin ve kimliğin aktarıldığı önemli bir kültürel ifade alanı olarak öne çıkmaktadır. Günümüzde kültürel süreklilik kavramı tarihî yapıların ya da objelerin yanı sıra bu objeler etrafında şekillenen bilgi, deneyim ve ritüellerin de korunması gerektiğini ortaya koymaktadır. Araştırmada geleneksel pişirme tekniklerinin arkeolojik bağlamda izlenebilirliği üzerine kuramsal bir değerlendirme sunmaktadır. Anadolu’nun farklı bölgelerinde süregelen yerel mutfak pratikleri ile tarihsel dönemlere ait arkeolojik buluntular arasında nasıl bir ilişki kurulabileceği sorusu çalışmanın temel problem alanını oluşturmaktadır. Bu doğrultuda özel olarak Doğu Anadolu bölgesi ele alınmış ve bu bağlamda UNESCO Dünya Kültür Mirası Kalıcı Listesi’nde yer alan Arslantepe Höyüğü’ndeki kazılarda Ağustos 2025’te bulunan ve geç Hitit dönemine tarihlenen 3000 yıllık tandır benzeri fırın, güncel pişirme teknikleriyle tarihsel karşılaştırma yapılmasına imkân tanıyan bir örnek vaka olarak değerlendirilmiştir. Nitekim bu bulgular Arslantepe Höyüğü Kazı Heyeti Başkanı Prof. Dr. Francesca Balossi Restelli tarafından bölgenin günümüz mutfak kültürü ile yakın bir bağı olduğu ve mevcut yemek kültürü ile ilişkili olduğu ifade edilmektedir. Kuramsal değerlendirme sürecinde arkeolojik bulgular ile yaşayan mutfak kültürü arasında kültürel iz sürekliliği gözlemlenmiş ve bu sürekliliğin gastronomi turizmi, kültürel anlatı üretimi ve yerel kalkınma açısından taşıdığı potansiyel

değerlendirilmiştir. Arslantepe Höyüğü'nde bulunan tandır yapısının, Doğu Anadolu halkı arasında yaygın şekilde sürdürülen tandır ile pişirme geleneğiyle olan biçimsel ve işlevsel benzerlikleri, söz konusu kültürel sürekliliğin teorik tabanının aynı zamanda sahaya yansımış bir gerçeklik olduğunu göstermektedir. Sonuç olarak bu araştırmada kültürel mirasın da arkeolojik bulgulardaki gibi çok katmanlı yapısını ve geleneksel mutfak kültürünün hem geçmişe hem de geleceğe yönelik nasıl anlamlandırılabilirliğini kavramsal bir düzlemde ele almaktadır.

Anahtar Sözcükler: Arslantepe Höyüğü, Arkeogastronomi, Tandır, Doğu Anadolu, Türk Mutfağı

Kaynakça

- Ayduslu, N. (2016). Tandır ve Tandırda Çanak-Çömlek Pişirimi. Sanat Dergisi, (27), 19-27.
- Balossi Restelli, F., & Mori, L. (2014). Bread, baking moulds and related cooking techniques in the Ancient Near East. Food and History, 12(3), 39-55.
- Frangipane, M., Balossi Restelli, F., Di Filippo, F., Manuelli, F., & Mori, L. (2020). Arslantepe: new data on the formation of the Neo-Hittite Kingdom of Melid. News from the land of Hittites: Scientific Journal for Anatolian Research: 3/4, 2019/2020, 71-111.
- Gökbel, F. M., & Avcı, M. (2024). Geçmişten Günümüze Anadolu Coğrafyasında Toprak Tandırların Kullanımı. Academic Social Resources Journal, 7(44), 1785-1791.
- Işık, N., & Sevim, K. N. Kültür Turizmi ve Malatya'nın Saklı Hazinesi: Arslantepe Höyüğü. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (62), 209-226..
- Restelli, F. B., Cardarelli, A., Di Nocera, G. M., Manzanilla, L., Mori, L., Palumbi, G., & Pittman, H. (2020). Pathways through Arslantepe: Essays in Honour of Marcella Frangipane. Edizioni Sette Città.
- Yılmaz, H. (2021). Geleneksel bürokrasinin ilk izleri: Malatya Arslantepe. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 31(2), 795-806..
- Yüksel, İ. (2020). Malatya Arslantepe'de Kalkolitik Çağ'a ait izler. Journal of History School (JOHS), Yıl 13, Sayı XLV, ss.758-783.

Teşekkür

Araştırma sürecinde desteklerinden ötürü Dr. Öğr. Üyesi Ramazan Karaman, Arslantepe Höyüğü Kazı Heyeti Başkanı Prof. Dr. Francesca Balossi Restelli ve anlatıları ile araştırma verilerini büyük ölçüde şekillendiren Malatya Orduzu yerel halkına teşekkürlerimi sunarım.

Digital Storytelling in Tourism: Reimagining Tour Guide Roles in the Instagram Era

*Vildan BAKIR ERTAŞ¹**

¹Dicle University, Türkiye
vildan_bakir88@hotmail.com

ORCID: 0000-0003-4097-0039

Abstract

The rise of digital media has fundamentally transformed the tourism landscape, redefining how destinations are experienced, represented, and shared. Among these media, Instagram has emerged as a particularly powerful platform, shaping both tourists' perceptions and the practices of tourism professionals. This conceptual paper examines how digital storytelling reshapes the role of tour guides in contemporary tourism, offering a theoretical exploration of the interplay between traditional interpretive practices and digitally mediated narratives. By integrating perspectives from digital media studies, experiential tourism theory, and the co-creation of value in tourism, the paper provides a framework for understanding the evolving professional identity of tour guides in the Instagram era.

Tour guides have long served as mediators of cultural knowledge, interpreters of heritage, and facilitators of immersive experiences. Traditionally, their authority was rooted in expertise, credibility, and the ability to structure narratives that conveyed historical, cultural, and social meanings within the temporal constraints of guided tours (Leong et al., 2024). However, the advent of social media, particularly Instagram, has democratized storytelling in tourism, allowing visitors to construct, curate, and disseminate their own narratives. This shift challenges conventional notions of authority, authenticity, and engagement in tourist experiences. Instagram's visual-centric affordances—such as geotagging, stories, reels, and interactive features—have created new forms of narrative consumption and production. Travelers increasingly rely on user-generated content to shape expectations, inform itineraries, and validate experiences. Simultaneously, tourism professionals face the challenge of reconciling traditional interpretive expertise with the participatory, fast-paced nature of social media. These developments motivate a critical examination of the theoretical implications of digital storytelling on the tour guide profession, as well as the broader processes of experience co-creation and destination representation.

This paper draws on three interrelated theoretical perspectives to conceptualize the evolving role of tour guides. First, digital storytelling theory highlights how narratives are crafted and communicated using multimedia tools, emphasizing the interactive, participatory, and socially embedded nature of storytelling (Lambert, 2013). In tourism, this perspective frames the ways in which visual and textual narratives shape perceptions of destinations and experiences. Second, the experiences situate visitor engagement at the center of tourism, focusing on the creation of memorable, emotionally resonant experiences (Tussyadiah, 2014). Tour guides traditionally facilitate these experiences by structuring interpretive narratives, but digital media introduces new layers of mediated engagement that extend beyond the physical site. Finally, co-creation unique value (Prahalad & Ramaswamy, 2004) posits that value in tourism emerges

through interaction between service providers and consumers, emphasizing participation, collaboration, and shared meaning-making. Within the Instagram era, tourists increasingly act as co-creators of narrative, influencing the perception, dissemination, and symbolic value of destinations. By synthesizing these perspectives, the paper proposes a conceptual model in which tour guides function as hybrid facilitators: professionals who not only interpret heritage and culture but also navigate, integrate, and shape digital storytelling practices to co-create experiences with visitors.

The democratization of storytelling via Instagram challenges traditional hierarchies of knowledge in tourism (Christou et al., 2025). While guides' expertise remains crucial for historical and cultural interpretation, user-generated content increasingly frames public perceptions of authenticity. This shift necessitates a reconceptualization of professional authority, where credibility derives not only from knowledge but also from the ability to engage digitally, curate experiences, and negotiate between expert and participatory narratives. Contemporary tour guides are required to navigate dual domains: the physical and the digital (Weiler & Black, 2015). Beyond traditional interpretive functions, they are expected to facilitate "Instagrammable" moments, advise on digital content creation, and encourage sharing of experiences online. This hybridization highlights the need for digital literacy, visual communication skills, and an understanding of social media dynamics, positioning tour guides as both interpreters and digital storytellers.

Digital storytelling impacts not only individual experiences but also broader processes of destination branding and marketing (Bassano et al., 2019). The proliferation of visual narratives affects how sites are perceived globally, shaping symbolic meanings and cultural imaginaries. Tour guides' integration into these processes highlights their strategic role in mediating between heritage, tourist expectations, and social media representations. The Instagram-driven tourism environment introduces tensions between aesthetic appeal and interpretive depth (Korani et al., 2025). While digital storytelling can enhance engagement, there is a risk that experiences become commodified or reduced to visually appealing moments at the expense of critical understanding. The conceptual framework encourages a reflective approach, balancing participatory engagement with educational and cultural integrity.

This paper proposes a model in which the tour guide operates at the intersection of three forces: professional interpretive expertise, visitor-generated digital narratives, and experiential co-creation. Professional expertise anchors authenticity and depth. Visitor narratives provide immediacy, social validation, and peer-driven meaning-making. Co-creative interactions mediate between these streams, fostering richer, more participatory experiences. This conceptualization underscores that the tour guide's role is no longer limited to guiding; it encompasses facilitation, mediation, and digital narrative curation, positioning the guide as an adaptive professional in a networked, participatory tourism ecosystem. The paper contributes to the tourism literature by offering a theoretically grounded perspective on the transformation of tour guide roles in digitally mediated tourism contexts. Integrates digital storytelling, experiential tourism, and co-creation approaches to conceptualize contemporary tour guide roles. Suggests that tour guides' training should incorporate social media literacy, digital content creation, and visual storytelling alongside traditional interpretive skills. Highlights how digital narratives, both professional and user-generated, shape destination branding, visitor engagement, and perceived authenticity. Encourages conceptual and empirical investigations into cross-cultural variations in digital storytelling, emerging social media platforms, and longitudinal effects on visitor experiences and destination perception.

Keywords: Digital storytelling, Tour guiding, Experiential tourism, Co-creation, Visual narratives.

Reference

- Bassano, C., Barile, S., Piciocchi, P., Spohrer, J. C., Iandolo, F., & Fisk, R. (2019). Storytelling about places: Tourism marketing in the digital age. *Cities*, 87, 10-20.
- Christou, E., Giannopoulos, A., & Simeli, I. (2025). The Evolution of Digital Tourism Marketing: From Hashtags to AI-Immersive Journeys in the Metaverse Era. *Sustainability*, 17(13), 6016.
- Lambert, J. (2013). *Digital storytelling: Capturing lives, creating community*. Routledge.
- Leong, A. M. W., Yeh, S. S., Zhou, Y., Hung, C. W., & Huan, T. C. (2024). Exploring the influence of historical storytelling on cultural heritage tourists' value co-creation using tour guide interaction and authentic place as mediators. *Tourism Management Perspectives*, 50, 101198.
- Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2004). Co-creating unique value with customers. *Strategy & leadership*, 32(3), 4-9.
- Tussyadiah, I. P. (2014). Toward a theoretical foundation for experience design in tourism. *Journal of travel research*, 53(5), 543-564.
- Weiler, B., & Black, R. (2015). The changing face of the tour guide: One-way communicator to choreographer to co-creator of the tourist experience. *Tourism Recreation Research*, 40(3), 364-378.

Experiential Wine Tourism: Enhancing Tourist Engagement Through Authentic Vineyard Experiences

Nesrin SAVAS^{1*}

¹Faculty of Applied Sciences / Gastronomy and Culinary Arts
Dicle University, Türkiye
nesrin.savas@dicle.edu.tr

ORCID: 0000-0002-5131-5550

Abstract

Experiential wine tourism has gained increasing academic and managerial attention as contemporary tourists seek immersive, meaningful, and authentic experiences rather than standardized service consumption. Within this transformation, vineyards have evolved from production sites into experiential spaces where visitors actively engage with local culture, heritage, and artisanal practices. Authentic vineyard experiences—such as guided vineyard walks, grape harvesting, wine-making demonstrations, storytelling sessions, and direct interaction with winemakers—play a central role in shaping tourist engagement. This study aims to explore how authentic vineyard experiences enhance tourist engagement within the context of wine tourism through a qualitative research approach.

The research adopts a phenomenological design to understand tourists' lived experiences and subjective interpretations of authenticity and engagement. Data were collected through semi-structured, in-depth interviews conducted with visitors who participated in vineyard experiences at selected boutique wineries. A purposive sampling strategy was employed to ensure that participants had direct experiential involvement in vineyard-based activities. In total, 11 participants were interviewed, and interviews were audio-recorded and transcribed verbatim.

The data were analyzed using thematic analysis, following an inductive coding process. The analysis revealed three main themes shaping tourist engagement: (1) perceived authenticity of the vineyard environment, (2) emotional connection through interpersonal interaction, and (3) participatory immersion in production processes. Participants emphasized that authenticity was not merely associated with traditional production methods, but rather with feelings of sincerity, transparency, and personal connection with vineyard owners. Direct communication with winemakers, hearing personal stories about family heritage, and witnessing small-scale artisanal production fostered a sense of trust and uniqueness.

The findings further indicate that participatory activities such as grape harvesting and wine blending workshops strengthened cognitive and emotional involvement, enabling tourists to move beyond passive observation toward active co-creation of the experience. Many participants described these moments as transformative and memorable, contributing to existential authenticity and self-connection. Emotional engagement emerged as a dominant dimension, closely linked to satisfaction and intention to revisit or recommend the destination.

This study contributes to the experiential tourism and wine tourism literature by providing an in-depth understanding of how authenticity is constructed and perceived within vineyard settings. Unlike quantitative approaches that measure engagement through predefined scales, this research highlights the subjective, relational, and emotional dimensions of engagement through tourists' narratives. From a practical perspective, the findings suggest that vineyard managers should prioritize interactive storytelling, transparent production processes, and meaningful host–guest relationships in order to enhance experiential value. Preserving local identity and fostering genuine interpersonal interaction appear to be more influential than large-scale infrastructure investments in strengthening tourist engagement.

In conclusion, experiential wine tourism represents a relational and authenticity-driven form of tourism where engagement emerges through lived experience, participation, and emotional resonance. A qualitative perspective reveals that authentic vineyard experiences function as powerful catalysts for meaningful tourist engagement and sustainable destination development.

Keywords: Wine tourism, Experiential tourism, Authenticity, Tourist engagement.

References

- Beverland, M. B. (2006). The 'real thing': Branding authenticity in the luxury wine trade. *Journal of Business Research*, 59(2), 251–258.
- Bruwer, J., & Rueger-Muck, E. (2019). Wine tourism and hedonic experience: A motivation-based experiential view. *Tourism and Hospitality Research*, 19(4), 488–502.
- Charters, S. (2006). *Wine and tourism: A strategic segmentation*. Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Getz, D., & Brown, G. (2006). Critical success factors for wine tourism regions: A demand analysis. *Tourism Management*, 27(1), 146–158.
- Joy, A., Belk, R. W., Charters, S., Wang, J. J. F., & Peña, C. (2018). Performance theory and consumer engagement: Wine-tourism experiences in South Africa and India.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy*. Harvard Business School Press.
- Quadri-Felitti, D., & Fiore, A. M. (2013). Destination loyalty: Effects of wine tourists' experiences, memories, and satisfaction. *Journal of Travel Research*, 52(2), 153–164.
- Taheri, B., Jafari, A., & O'Gorman, K. (2014). Keeping your audience: Presenting a visitor engagement scale. *Tourism Management*, 42, 321–329.
- Thomas, B., Quintal, V. A., & Phau, I. (2018). Wine tourist engagement with the winescape: Scale development and validation. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(5), 793–828.
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349–370.

Feasting with Pixels: The Erosion of Gastronomic Authenticity in the Digital Age

Çağdaş ERTAŞ^{1*}

¹Faculty of Applied Sciences/ Gastronomy and Culinary Arts
Dicle University, Türkiye
cagdas.ertas@dicle.edu.tr

ORCID: 0000-0001-9641-8054

Abstract

Gastronomic practices have historically been grounded in the materiality of human experience, shaped by multisensory engagement and embodied ritual. Taste, smell, texture, and the sociality of shared meals constitute the cultural and phenomenological foundations of eating, anchoring food within lived bodily experience rather than abstract representation (Lévi-Strauss et al., 2008; Sutton, 2010). Through these sensory and social dimensions, food has long functioned as a powerful medium of identity formation and cultural transmission, linking individuals to collective memory, moral values, and inherited traditions (Mintz & Du Bois, 2002; Holtzman, 2006). Gastronomy, in this sense, has never been merely about nourishment; it has operated as a dense symbolic system in which meaning emerges through direct sensory engagement and social interaction.

Yet in the early twenty-first century, this sensory-centered relationship between humans and food has been profoundly reconfigured by the rise of digital technologies. Platforms such as Instagram, TikTok, and YouTube now function not only as archives of culinary imagery but as dominant spaces where food is first encountered, interpreted, and valued. Increasingly, food is approached through screens before it is tasted—if it is tasted at all. Empirical studies demonstrate that individuals frequently photograph, stage, and share meals online prior to consumption, marking a decisive shift toward what scholars describe as the “visual turn” in contemporary food culture (Abidin, 2021; Goodman & Jaworska, 2020). Within this transformation, visual representation begins to supersede embodied engagement, allowing aesthetic appeal to overshadow sensory richness and cultural meaning (Lupton, 2020).

In this emerging digital foodscape, images do not simply document food; they actively reshape the conditions under which food is understood, evaluated, and desired. Social media platforms foster new forms of culinary performativity, encouraging individuals to curate identities through the production and circulation of visually compelling food content (Perullo, 2016). Sharing food images online increasingly operates as a form of cultural capital, signaling taste, lifestyle, morality, and social belonging. As a result, everyday eating practices are transformed into digital performances governed by visibility, metrics, and algorithmic recognition.

This process progressively decouples gastronomic meaning from the corporeal experience of eating and repositions it within a symbolic economy of images. Food becomes valuable not primarily because of how it tastes, smells, or connects individuals to cultural memory, but

because of how it appears and circulates online. Such developments resonate strongly with broader theoretical debates on mediation and representation in late modernity. Postmodern and semiotic theorists have long warned that representation can come to dominate, distort, or even replace lived reality (Baudrillard, 1994; Kellner, 2009). When applied to food, these debates illuminate how digital representations may eclipse sensory experience, producing meals that function as simulacra—objects whose significance lies less in gustatory pleasure than in visual impact and symbolic exchange.

The purpose of this paper is not to empirically measure individual behaviors, but to critically interrogate the cultural logics that organize gastronomic meaning in digitally saturated environments. Drawing on postmodern theory, semiotics, digital sociology, and contemporary food studies, this conceptual analysis examines how the proliferation of digital food imagery contributes to the erosion of gastronomic authenticity. Authenticity is understood here not as a fixed or essentialized quality, but as an experiential, cultural, and relational phenomenon grounded in sensory presence, tradition, and shared meaning-making practices (Parasecoli, 2017; Demossier, 2018).

Keywords: Digital gastronomy, Gastronomic authenticity, Digital gluttony, Hyperreality, Simulacra.

Reference

- Abidin, C. (2021). Mapping internet celebrity on TikTok: Exploring attention economies and visibility labours. *Cultural Science Journal*, 12(1), 77-104.
- Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and simulation* (Trans. S. F. Glaser). The University of Michigan Press.
- Demossier, M. (2018). *Burgundy: A global anthropology of place and taste*. Berghahn Books.
- Goodman, M. K., & Jaworska, S. (2020). Mapping digital foodscapes: Digital food influencers and the grammars of good food. *Geoforum*, 117, 183-193.
- Holtzman, J. D. (2006). Food and memory. *Annual Review of Anthropology*, 35, 361–378.
- Kellner, D. (2009). Media spectacle and media events: Some critical reflections. In N. Couldry, A. Hepp, & F. Krotz (Eds.), *Media events in a global age* (pp. 76-91). Routledge.
- Lévi-Strauss, C., Counihan, C., & Van Esterik, P. (2008). *Food and Culture: A reader*. Routledge.
- Lupton, D. (2020). A more-than-human approach to bioethics: The example of digital health. *Bioethics*, 34(9), 969-976.
- Mintz, S. W., & Du Bois, C. M. (2002). The anthropology of food and eating. *Annual Review of Anthropology*, 31(1), 99–119.
- Parasecoli, F. (2017). *Knowing where it comes from: Labeling traditional foods to compete in a global market*. University of Iowa Press.
- Perullo, N. (2016). *Taste as experience: The philosophy and aesthetics of food*. Columbia University Press.
- Sutton, D. E. (2010). Food and the senses. *Annual Review of Anthropology*, 39, 209–223.

Gastronomi Turizmi Perspektifinden Muğla'nın Coğrafi İşaretli Ürünleri ve Rehberliğin Rolü

Özcan ÖZDEMİR^{1*}, Suat AKYÜREK²

¹Yeşilova İsmail Akın Turizm Meslek Yüksekokulu,/ Seyahat-Turizm ve Eğlence Hizmetleri
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Türkiye
ozcanozdemir@mehmetakif.edu.tr

ORCID: 0000-0002-4968-9887

²Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu/Turizm ve Otel İşletmeciliği
Gümüşhane Üniversitesi, Türkiye
suat.akyurek@gumushane.edu.tr

ORCID: 0000-0002-8552-5695

Özet

Bu çalışma, Muğla'nın coğrafi işaretli gastronomik ürünlerinin gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesini ve bu ürünlerin tanıtımında turist rehberlerinin üstlendiği rolü kavramsal bir yaklaşımla incelemektedir. Coğrafi işaretli ürünler, bir bölgenin kültürel mirasını, üretim geleneğini ve yerel kimliğini yansıtan unsurlar olarak gastronomi turizminin temel bileşenlerini oluşturmaktadır. Zengin mutfak kültürü, tarımsal çeşitliliği ve özgün üretim yapısıyla öne çıkan Muğla, Türkiye'nin önemli gastronomi destinasyonlarından biri olma potansiyeline sahiptir. Bu bağlamda, **Milas Zeytinyağı, Bodrum Mandalinası, Datça Nurlu Bademi ve Bodrum Çökertme Kebabı** gibi coğrafi işaretli veya yöresel nitelikli ürünlerin turizm faaliyetlerinde etkin biçimde kullanılması, hem destinasyonun marka değerini güçlendirmekte hem de yerel kalkınmaya katkı sağlamaktadır. Çalışma, nitel bir derleme araştırması olarak tasarlanmış olup konuyla ilgili ulusal ve uluslararası literatür, kurum raporları ve akademik yayınlar incelenmiştir. Bulgular, turist rehberlerinin gastronomi turizminde yalnızca bilgi aktaran kişiler değil, aynı zamanda kültürel aracı ve hikâye anlatıcısı olarak da önemli bir rol üstlendiklerini ortaya koymaktadır. Öyle ki turist rehberleri gidilen bölgenin öne çıkan değerlerini anlatmakla kalmamakta, misafirlere akılda kalıcı bir deneyim sunarak yeniden ziyaret etmelerini kolaylaştırmaktadır. Yeme-içme gündelik hayatın vazgeçilmez temel unsurlarından biri olarak düşünüldüğünde de turist rehberleri misafirlerin en iyiye, en doğru ve en uygun koşullarla ulaşmasını sağlamaktadır. Bu yönüyle yöreye ait ürünlerin nerede, nasıl ve hangi koşullarda yetiştiği ve tüketildiğini bilmek de o ürünü deneyimlemek isteyen tüketiciler açısından bir hayli önem arz etmektedir. Özellikle gastronomi turları kapsamında ele alındığında turistlere sunulan ürünlerin içinden çıktığı toplumun ait olduğu yöre hakkında bilgi vermesi, gastronomi-kültür bakımından kilit rol oynamaktadır. Yine buna ek olarak yiyecek ve içeceklerin içinden harmanlandığı kültürün bir parçası olan pişirme ve sunum teknikleri ile ilgili detaylı bilgi aktarması, gerektiğinde bizzat mutfaka girip, neyin nasıl yapılması gerektiğini göstermesi ve misafirlerle yemekleri uygulamalı hazırlaması turun akılda kalıcı en büyük unsurlarından birini oluşturmaktadır. Bunun için turist rehberlerinin özellikle yöresel ürünlerin, pişirilen ve tüketilen ürünlerin tarih ve tarihçesini aktarmak için etimoloji bilgisinin olması çok büyük önem taşımaktadır. Özellikle değişen ve gelişen kültür evreleri ile yaşantılar mevcut kültürel değerlerin yavaş yavaş unutulmasına ve yok olmasına neden olmaktadır. Bu anlamda turist rehberlerinin en önemli rollerinden birini aktarıcı ve tanıtıcı rolü üstlenmektedir. Bu kültürel bağın sağlanması, yeme-içme kültürlerinin tüketicilere sunulması ve yine gelecek kuşaklara

aktarılmasında turist rehberleri rol model olmaktadır. Tüm bunlar göz önüne alındığında rehberler, coğrafi işaretli ürünlerin tarihsel kökenlerini, üretim süreçlerini ve kültürel anlamlarını turistlere aktararak deneyimi zenginleştirmekte ve destinasyon kimliğini pekiştirmektedir. Bu bağlamda rehberlerin coğrafi işaretli ürünler konusunda bilgiyle donatılması, tematik gastronomi rotalarının geliştirilmesi ve yerel üreticilerle iş birliği ağlarının oluşturulması gerekmektedir. Sonuç olarak, Muğla'nın coğrafi işaretli ürünleri ve rehberliğin rolü, gastronomi temelli turist deneyimlerini zenginleştiren, destinasyon markalaşmasını güçlendiren ve yerel kimliği koruyan tamamlayıcı unsurlar olarak değerlendirilmektedir.

Anahtar Sözcükler: Coğrafi İşaretli Ürünler, Gastronomi Turizmi, Turist Rehberliği, Muğla.

Kaynakça

- Akyürek, S. ve Özdemir, Ö. (2022). Yiyecek içecek işletmelerinde coğrafi işaretli gastronomik ürünlere yer veriliyor mu?: Muğla sakin şehirleri örneğinde bir araştırma. 22. Ulusal Turizm Kongresi, 27-29 Ekim 2022, (ss. 1070-1082), Türkiye, Burdur.
- Çukur, F. ve Çukur, T. (2017). Coğrafi işaretli ürünlerin kırsal kalkınma açısından değerlendirilmesi: Muğla ili örneği. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 23(2), 187-194.
- Ön Esen, F. ve Kılıç, B. (2020). Muğla Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Turist Rehberlerinin Bakış Açısıyla İncelenmesi. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(10), 814-834.
- Şimşek, A. ve Yıldız, S. (2017). Kültürel Miras Açısından Yöresel Yemekler: Muğla İli Örneği. *Avrasya Bilimler Akademisi Sosyal Bilimler Dergisi*, Özel Sayı/UTKM, Aralık, 2017, 56-67.
- Vatansever Deviren, N. ve Yıldız, O. (2017). Coğrafi İşaretlerin Bölgesel Turizm Açısından Değerlendirilmesi: Muğla Örneği. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 62, 511-523.

Aşırı Turizme Dair Bibliyometrik Bir Çalışma

Oğur ÇAVĞA^{1*}, Davut KODAŞ²

Turizm Fakültesi/Kültürel Miras ve Turizm Yönetimi Yüksek Lisans
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye
ozelbirebirilgi@gmail.com

ORCID: 0009-0003-8903-3166

Turizm Fakültesi/Turizm İşletmeciliği
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye
davutkodas@artuklu.edu.tr

ORCID: 0000-0001-7798-726X

Giriş

Turizm sektörü, ekonomik büyüme, istihdam ve bölgesel kalkınmaya katkısı nedeniyle dünya genelinde stratejik öneme sahip bir endüstri olarak kabul edilmektedir (UNWTO, 2023). Ancak turizmin hızlı ve kontrolsüz büyümesi, bazı destinasyonlarda taşıma kapasitesinin aşılmasına ve çevresel, sosyal ile kültürel dengelerin bozulmasına yol açmaktadır (Doxey, 1975; Butler, 1980). Bu durum literatürde “aşırı turizm” (overtourism) kavramı ile tanımlanmakta olup, destinasyonlarda turist sayısının sürdürülebilir sınırların ötesine geçmesi sonucu ortaya çıkan olumsuz etkileri ifade etmektedir (Milano, Cheer & Novelli, 2019).

Aşırı turizm, yalnızca turizm destinasyonlarının fiziksel kaynaklarını değil, aynı zamanda yerel halkın yaşam kalitesini ve turist deneyimini de olumsuz yönde etkilemektedir (Koens, Postma & Papp, 2018). Son yıllarda özellikle Venedik, Barselona, Amsterdam gibi popüler kentlerde aşırı turizmin yol açtığı toplumsal tepkiler ve politik düzenlemeler, konunun akademik ve yönetsel düzeyde önem kazanmasına neden olmuştur (Seraphin, Sheeran & Pilato, 2018). Türkiye gibi turizm potansiyeli yüksek ve ziyaretçi yoğunluğu giderek artan ülkelerde de benzer dinamiklerin gözlemlenmesi, bu konunun ulusal literatürde incelenmesini gerekli kılmaktadır (Babacan, 2024).

Aşırı turizme ilişkin yapılan araştırmaların yönelimlerini, konularını, yöntemsel farklılıklarını ve akademik gelişimini belirlemek amacıyla bibliyometrik analizler önemli bir araç sunmaktadır (Hall, 2011; Zupic & Čater, 2015). Bibliyometri, belirli bir alandaki akademik üretimi nicel göstergeler aracılığıyla inceleyerek literatürdeki eğilimleri, yoğunlaşma alanlarını ve boşlukları ortaya koymayı hedefler. Bu yöntemle elde edilen bulgular, hem mevcut bilgi birikiminin sistematik olarak değerlendirilmesine hem de gelecekteki araştırmalara yön verilmesine katkı sağlar (Donthu et al., 2021). Aşırı turizm sürdürülebilir turizmin önünde bir engel olup, turizmin taşıma kapasitesinin aşılması sonucunda birçok popüler turizm destinasyonunun turizmin olumsuz etkilerini önemli ölçüde hissettiği olumsuz bir durum olarak son yıllarda akademik araştırmalara konu olmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada, aşırı turizme konusunda Türkiye’de yapılmış yüksek lisans ve doktora çalışmaları bibliyometrik açıdan incelenmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda YÖKTEZ’ e kayıtlı incelenen tezler, amacı, konusu, yöntemi ve örnekleme açısından analiz edilmiştir. Çalışmanın yöntemi doküman incelemesine dayalı bibliyometrik araştırma kapsamında tasarlanmıştır. Çalışma Türkiye’de yapılan yüksek lisans ve doktora çalışmalarıyla sınırlandırılmıştır. Ayrıca dil sınırlaması nedeniyle uluslararası ve yabancı dille yazılan ulusal literatür taranamamıştır. Araştırma bulguları doğrultusunda pratik öneriler geliştirilmiştir.

Kavramsal Çerçeve

Aşırı Turizm

Aşırı turizm kavramı, literatürde İngilizce overtourism teriminin Türkçeye uyarlanmış hâli olup, özellikle 2010’lu yıllardan sonra akademik tartışmalar içerisinde daha görünür hâle gelmiştir (Milano, Cheer & Novelli, 2019). Akademik bağlamda kavram yeni kullanılmaya başlansa da yazılı ve görsel basında, özellikle sosyal medyada, yoğun turist hareketliliğine yönelik memnuniyetsizliğin bir ifadesi olarak sıklıkla kullanılmaktadır (Seraphin, Sheeran & Pilato, 2018). Son yıllarda nüfus artışı, kitle turizminin yaygınlaşması, seyahat maliyetlerinin düşmesi, çevrim içi rezervasyon sistemlerinin gelişmesi ve uygun fiyatlı konaklama seçeneklerinin artmasıyla turizm sektörü hızlı bir dönüşüm geçirmiş ve küresel düzeyde turizm hareketleri büyük oranda artış göstermiştir (UNWTO, 2023).

Turizmin hızlı büyümesinin bir sonucu olarak dünya genelinde birçok destinasyon altyapı kapasitelerinin üzerinde ziyaretçi ağırlamakta ve bu durum destinasyonların taşıma kapasitelerinin aşılmasına yol açmaktadır (Butler, 1980). Turizm, son 70 yılda küresel bir finansal güç hâline gelirken, çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik etkilerine dair eleştirel çalışmalar da giderek artmıştır (Dodds & Butler, 2019). Aşırı turizm kavramı hakkında henüz üzerinde uzlaşılan tek bir tanım bulunmamakla birlikte, bazı tanımlar etkilerin kendisine odaklanırken bazıları destinasyon vurgusunu öne çıkarır (Koens, Postma & Papp, 2018).

Aşırı turizm; kitle turizmi, turistik taşıma kapasitesi ve destinasyon yaşam döngüsü (TALC) gibi kavramlarla yakından ilişkilidir (Butler, 1980; Doxey, 1975). Özellikle aşırı turizm yaşanan destinasyonlarda ortaya çıkan protesto hareketleri, literatürde aşırı turizmle “turizm fobisi” (tourismphobia) kavramının birlikte anılmasına yol açmıştır (Milano et al., 2019). Turist fobisi kavramının kökeni antropolog Manuel Delgado Ruiz’in turistlere yönelik “reddetme, güvensizlik ve saygısızlık” karışımını tanımladığı çalışmalara dayanmaktadır (Ruiz, 2008’den akt. Milano et al., 2019).

Aşırı turizme ilişkin ilk bilimsel açıklamalar 1960’larda aşırı kalabalıklaşma, çevresel tahribat ve yerel halkın olumsuz tepkileri üzerine yoğunlaşmıştır (Doxey, 1975). 1980’lerde destinasyonların taşıma kapasitesine yönelik tartışmalar, turizm kaynaklarının sürdürülebilir yönetimi için kritik bir çerçeve sunmuştur (Butler, 1980). Taşıma kapasitesi, bir destinasyonun fiziksel, sosyal ve çevresel sınırlarını aşmadan kabul edebileceği maksimum ziyaretçi sayısı olarak tanımlanır (UNWTO, 2023). Bu sınır, destinasyonun doğal özelliklerine, yerel halkın algı ve tutumlarına bağlı olarak değişmektedir (Koens et al., 2018). 1990’lardan itibaren tartışmalar, sektör aktörlerinin ve bireysel turistlerin sorumluluklarına vurgu yapan daha kısıtlayıcı bir çerçeveye kaymıştır (Dodds & Butler, 2019). 2000’li yıllarda yapılan çalışmalar ise aşırı turizmi doğal kaynakların aşırı tüketimi, yoğun sosyal baskı, kültürel alanların aşırı yüklenmesi gibi sürdürülebilirlik riskleri üzerinden ele almıştır (Seraphin et al., 2018). Destinasyonun hem altyapı hem üstyapısının kaldırabileceğinin üzerinde turist çekmesi; yerel halkın sosyo-kültürel rahatsızlık düzeyleri; çevresel zararlar ve destinasyon kimliğinin bozulması aşırı turizmin göstergeleri olarak kabul edilmektedir (Milano vd., 2019).

Aşırı turizmin olası sonuçları arasında yaşam ve barınma maliyetlerinin yükselmesi, soylulaştırmayı tetikleyen emlak fiyat artışları, ulaşım altyapısının tıkanması, yerel kimliğin erozyona uğraması, kültürel ve çevresel mirasın zarar görmesi, kamusal alanların özelleşmesi ve yerel halkın yaşam alanlarının turistik faaliyetler nedeniyle kısıtlanması yer almaktadır (Dodds & Butler, 2019; Koens vd., 2018).

Bibliyometri

Bibliyometri terimi, “biblio” (kitap) ve “metrics” (ölçme) kelimelerinden türemiş olup, bilimsel yayınların nicel yöntemlerle analiz edilmesini ifade eder (Zupic & Čater, 2015). Her ne kadar

terim ilk kez 1969 yılında Alan Pritchard tarafından literatüre kazandırılmış olsa da bibliyometrik analizlerin kökeni 19. yüzyılın sonlarında istatistiksel bibliyografi çalışmalarına dayanmaktadır (Pritchard, 1969).

Bibliyometrik yöntemler, bilimsel literatürü sistematik bir şekilde ölçmeye, üretim eğilimlerini ortaya çıkarmaya, araştırma alanlarının gelişimini izlemeye ve literatürdeki boşlukları belirlemeye olanak tanır (Donthu, Kumar, Mukherjee, Pandey & Lim, 2021). Bu yöntem, objektifliği artırması ve araştırmacı yanlılığını azaltma potansiyeli nedeniyle sosyal bilimlerde giderek daha yaygın hâle gelmiştir.

Bibliyometri yalnızca yayın sayımı yapmaz; atıf analizi, ortak yazarlık analizi, anahtar kelime eşleşmeleri ve ağ analizleri gibi çeşitli tekniklerle bilimsel bilginin yapısını inceleyen kapsamlı bir araçtır (Hall, 2011). Bu yönüyle hem teorik hem metodolojik açıdan güçlü bir değerlendirme sunar ve turizm araştırmaları dâhil birçok alanda literatürün sistematik olarak incelenmesine katkı sağlar (Hall, 2011; Zupic & Čater, 2015).

Yöntem

Bu çalışma, Türkiye’de “aşırı turizm” konusuna yönelik hazırlanmış lisansüstü tezlerin sistematik biçimde incelendiği bir bibliyometrik araştırma olarak tasarlanmıştır. Bibliyometrik çalışmalar, belirli bir alandaki akademik üretimin yönelimlerini, yöntemsel özelliklerini ve konu dağılımlarını nicel göstergeler aracılığıyla analiz etmeyi amaçlamaktadır (Hall, 2011; Zupic & Čater, 2015). Çalışma, doküman incelemesi yöntemi temel alınarak yürütülmüş olup, veriler Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi (YÖKTEZ) veri tabanından elde edilmiştir.

Veri Toplama Süreci

Araştırma kapsamında “aşırı turizm”, “sürdürülebilir turizm”, “taşıma kapasitesi” ve “yerel halk algısı” anahtar sözcükleriyle yapılan tarama sonucunda 2020–2024 yılları arasında hazırlanmış yüksek lisans ve doktora tezleri belirlenmiştir. Toplamda 10 tez çalışmaya dahil edilmiştir. Çalışma yalnızca Türkçe yazılmış tezlerle sınırlandırılmış; yabancı dillerde veya uluslararası veri tabanlarında yayımlanmış tezler kapsam dışı bırakılmıştır.

Veri Analizi Süreci

Toplanan tezler, nitel doküman incelemesi yaklaşımıyla analiz edilmiştir (Bowen, 2009). Her tez;

- Lokasyon ve konu,
- Araştırma yöntemi,
- Örneklem türü ve sayısı ölçütlerine göre sınıflandırılmıştır.

Analiz sonucunda elde edilen veriler aşağıdaki iki tabloda özetlenmiştir.

Tablo 1. 2021–2024 yılları arasında incelenen tezlerin yöntemsel dağılımı

Tez (Yıl)	Lokasyon / Konu	Yöntem ve Örneklem
Mutlu (2021)	Ayder–Uzungöl; kültürel ve çevresel sorunlar	Fotoğraf karşılaştırması + görüşmeler
Kurt (2021)	Bozcaada; yerel halk algısı	Derinlemesine mülakat – yerel halk
Çetin (2023)	Bodrum; marka değeri, memnuniyet, tekrar	Anket yöntemi

	ziyaret	
Guzel (2024)	Kuşadası; sürdürülebilir kalkınma algısı	Fenomenolojik görüşme – 10 yerel katılımcı
Karahan (2024)	İstanbul kültür turizmi; kalabalık algısı	Anket- 607 turist
Babacan (2024)	Kıyıköy; yerel halk bakışı	Yarı yapılandırılmış görüşme – 20 kişi
Güdük (2024)	Gökçeada; paylaşım ekonomisi ve aşırı turizm	Yarı yapılandırılmış görüşmeler
Özkan (2024)	İstanbul Yarımada; rehber algısı	Görüşmeler – 30 turist rehberi
Yerliyurt (2024)	Bodrum; yerel halk algısı	Karma yöntem – anket + derin görüşmeler

Bulgular

Bu bölümde, Türkiye’de “aşırı turizm” konusuna yönelik hazırlanan lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi sonucunda elde edilen bulgular sunulmaktadır. Bulgular, yıl dağılımı, konu ve lokasyon çeşitliliği, yöntemsel yaklaşımlar ve örneklem profilleri olmak üzere dört ana tema altında değerlendirilmiştir.

1. Yıllara Göre Dağılım: 2020–2021 döneminde sınırlı olan tez sayısı 2023–2024 yıllarında artış göstermiştir.
2. Lokasyon: Çalışmaların çoğu Ege ve Marmara bölgelerinde yürütülmüştür.
3. Yöntemler: Nitel yöntemler baskın olup 2023’ten sonra nicel yöntemler artmaktadır.
4. Örneklem: Yerel halk en sık kullanılan örneklem grubudur.

Bulgular genel olarak değerlendirildiğinde, Türkiye’de aşırı turizm konusundaki tezlerin 2020 sonrası dönemde belirgin bir ivme kazandığı görülmektedir. Çalışmaların büyük kısmı nitel yaklaşım benimsemiş olsa da 2023–2024 döneminde nicel ve karma yöntemlerin yaygınlaşması alanın metodolojik açıdan olgunlaşmaya başladığını göstermektedir.

Bölgesel olarak Marmara ve Ege destinasyonları ön planda yer almakta; iç bölgelerde veya az bilinen destinasyonlarda yürütülen araştırmalar sınırlı kalmaktadır. Bu durum, gelecek çalışmalarda coğrafi çeşitliliğin artırılması ve kırsal destinasyonlara odaklanılması gereğini ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak, Türkiye’de aşırı turizm konulu tezler, ağırlıklı olarak yerel halk merkezli, çevresel ve sosyo-kültürel etkileri irdelleyen nitel çalışmalar şeklinde gelişmekte; alanın ilerleyen dönemde karşılaştırmalı, nicel ve politik çözüm odaklı araştırmalarla zenginleşmesi beklenmektedir.

Tartışma

Bu araştırmanın bulguları, Türkiye’de “aşırı turizm” konusu üzerine lisansüstü tezlerin 2023–2024 döneminde belirgin bir artış gösterdiğini ortaya koymuştur. Yıl dağılımındaki bu yükselme, alanın henüz genç olmasına karşın akademik ilginin hızla yükselmeye başladığını göstermektedir. Öte yandan, tezlerin mekânsal olarak büyük ölçüde kıyı bölgelerinde yoğunlaşması – özellikle Ege ve Marmara bölgeleri – iç turizm destinasyonlarının ve kırsal alanların aşırı turizm bağlamında yeterince çalışılmadığını işaret etmektedir. Bu durum, alandaki mekânsal çeşitliliğin sınırlı kaldığını ve gelecekte daha dengeli dağılımlı çalışmalar yapılması gereğini ortaya koymaktadır.

Yöntemsel açıdan nitel araştırmaların hâlâ baskın olması, bu alanda algı ve deneyim temelli verilerin ağırlığını göstermektedir. Bununla birlikte nicel ve karma yöntemlerin görünür biçimde artması, Türkiye’de aşırı turizm araştırmalarının metodolojik olgunluğa doğru yöneldiğini düşündürmektedir. Bu bağlamda, gelecekte daha sistematik, ölçülebilir ve karşılaştırmalı çalışmaların ağırlık kazanması beklenmelidir.

Örneklem profili analizinde, yerel halkın ağırlıklı olarak ele alınması dikkat çekmektedir. Ancak turistler, rehberler ve STK temsilcileri gibi farklı paydaşların araştırmaya dâhil edilme oranı görece düşüktür. Bu durum, çok paydaşlı perspektifin henüz yeterince geliştirilmediğini göstermektedir. Dolayısıyla, aşırı turizmin sosyal, kültürel ve çevresel etkilerinin tam olarak anlaşılması için çok aktörlü yaklaşımlar önem arz etmektedir.

Bu bağlamda Türkiye’deki aşırı turizm araştırmaları, başlangıç düzeyinden çıkıp ilerleyen yıllarda derinleşmeye yönelmekte, ancak coğrafi çeşitlilik, paydaş tabanı ve yöntemsel çeşitlilik bakımından hâlen geliştirilmesi gereken alanlara sahiptir.

Sonuç

Bu araştırma, Türkiye’de aşırı turizm konusuna ilişkin lisansüstü tezlerin içeriksel ve yöntemsel olarak nasıl bir eğilim gösterdiğini sistematik biçimde ortaya koymuştur. Analiz sonucunda elde edilen başlıca sonuçlar şunlardır:

1. Tezlerin yıl dağılımı açısından 2020–2021 döneminde sınırlı sayıda iken, 2023–2024 döneminde önemli bir artış göstermiştir.
2. Coğrafi dağılım açısından Ege ve Marmara bölgeleri ön plandadır; iç bölgeler ve kırsal destinasyonlara yönelik araştırmalar görece azdır.
3. Yöntemsel bakımdan nitel araştırmalar hâlen ağırlığını korumakta, ancak nicel ve karma yöntemlerin kullanımı artmaktadır.
4. Örneklem profillerinde yerel halk hâlâ en yaygın katılımcı grubudur; ancak turistler, rehberler ve STK temsilcileri gibi farklı paydaşlar henüz yeterince yer almamaktadır.
5. Tematik olarak, yerel halk algısı, sürdürülebilir kalkınma, turist deneyimi ve destinasyon yönetimi gibi alanlar çalışmalarda öne çıkmakta; ancak taşıma kapasitesi, politika analizi gibi yönetimsel konuların ele alımı sınırlıdır.

Bu bulgular doğrultusunda, Türkiye’de aşırı turizm üzerine akademik üretimin henüz erken aşamada olduğu ancak metodolojik ve tematik olarak çeşitlenmeye başladığı sonucuna ulaşılmıştır.

Öneriler

Araştırma sonuçlarına dayanarak hem akademik çalışmalara hem de uygulamaya yönelik öneriler aşağıda sunulmuştur:

Akademik araştırmalara yönelik öneriler

- Kıyı bölgeleri dışındaki, özellikle kırsal, doğal ve kültürel miras destinasyonlarına odaklanan araştırmaların artırılması önerilmektedir.
- Yöntem çeşitliliğini güçlendirmek amacıyla nicel ve karma yöntemlerin yaygınlaştırılması; ölçülebilir göstergeler içeren anket ve istatistiksel analizlerin artması yönünde çalışmalar yapılmalıdır.
- Yerel halk odaklı araştırmaların yanı sıra turistler, yerel yönetimler, turizm işletmeleri ve sivil toplum kuruluşları gibi farklı paydaşları karşılaştırmalı olarak içeren araştırma tasarımlarının geliştirilmesi önemlidir.
- Aşırı turizmin yönetsel boyutlarına yönelik olarak taşıma kapasitesi, destinasyon marka değeri, paylaşım ekonomisi ve politika analizleri gibi kavramların çalışmalarda sistematik şekilde yer alması önerilmektedir.

Kaynakça

- Babacan, G. (2024). Yerel halkın gözünden aşırı turizmin değerlendirilmesi: Kırıkköy örneği (Yüksek Lisans Tezi). Kapadokya Üniversitesi.
- Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *The Canadian Geographer*, 24(1), 5–12. <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>
- Çetin, E. (2023). Bodrum’da aşırı turizm algısı ve destinasyon yönetimi ilişkisi (Yüksek Lisans Tezi). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi.
- Dodds, R., & Butler, R. (2019). Overtourism: Issues, realities and solutions. De Gruyter.
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285–296. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>
- Doxey, G. V. (1975). A causation theory of visitor–resident irritants. In *Travel and Tourism Research Association Proceedings* (pp. 195–198).
- Genç, A. (2020). İstanbul’da aşırı turizmin sivil toplum perspektifinden değerlendirilmesi (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi.
- Güdük, N. (2024). Gökçeada’da aşırı turizmin çevresel sürdürülebilirlik açısından analizi (Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi.
- Guzel, H. (2024). Kuşadası’nda aşırı turizm ve çevresel farkındalık ilişkisi (Yüksek Lisans Tezi). Aydın Adnan Menderes Üniversitesi.
- Hall, C. M. (2011). Publish and perish? Bibliometric analysis, journal ranking and the assessment of research quality in tourism. *Tourism Management*, 32(1), 16–27. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.07.001>
- Karahan, D. (2024). İstanbul’da aşırı turizmin turist deneyimi üzerine etkisi (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi.
- Koens, K., Postma, A., & Papp, B. (2018). Is overtourism overused? Understanding the impact of tourism in a city context. *Sustainability*, 10(12), 4384. <https://doi.org/10.3390/su10124384>
- Kurt, A. (2021). Yerel halkın aşırı turizm algısı: Ayder örneği (Yüksek Lisans Tezi). Karadeniz Teknik Üniversitesi.

- Milano, C., Cheer, J. M., & Novelli, M. (2019). Overtourism: Excesses, discontents and measures in travel and tourism. CABI.
- Mutlu, Ş. (2021). Uzungöl ve Ayder’de aşırı turizm olgusunun sürdürülebilir kalkınma bağlamında incelenmesi (Yüksek Lisans Tezi). Karadeniz Teknik Üniversitesi.
- Özkan, F. (2024). Turist rehberlerinin aşırı turizm algısı: İstanbul örneği (Yüksek Lisans Tezi). Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi.
- Seraphin, H., Sheeran, P., & Pilato, M. (2018). Overtourism and the fall of Venice as a destination. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9, 374–376. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.01.011>
- UNWTO. (2023). Tourism highlights: 2023 edition. World Tourism Organization.
- Yerliyurt, Z. (2024). Bodrum’da yerel halkın aşırı turizm algısı ve sürdürülebilir turizm farkındalığı (Yüksek Lisans Tezi). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi.
- Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429–472. <https://doi.org/10.1177/1094428114562629>
- Veri Tabanı
<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>

Dijital Çağda Gastronomi: Yenilik, Deneyim ve Dönüşüm

Yasemin ASİLTÜRK OKUTAN^{1*}

¹Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu/ Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, Türkiye
yasilturkokutan@agri.edu.tr

ORCID: 0000-0001-9134-6995

Özet

21. yüzyılın temel unsurlarından olan dijitalleşme toplumsal hayatta her alanda kendini göstermektedir. Dijitalleşmenin etkilerinin görüldüğü alanlardan biri de gastronomidir. Gastronomide dijitalleşme süreci ile birlikte dijital menüler, yapay zekâ destekli uygulamalar, artırılmış gerçeklik tabanlı deneyimler, çevrimiçi sipariş sistemleri, büyük veri destekli tüketici analizleri, sosyal medya üzerinden yapılan gastronomi iletişimleri gibi dönüşümler yaşanmıştır. Dijital teknolojiler gastronomide alanında köklü dönüşümler yaşanmasına katkı sağlamıştır. Artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik gibi yapay zekâ teknolojileri, sosyal medya ve çevrim içi platformlar gastronomi deneyimlerinde fiziki sınırların aşılmasında ve dijital dünyada yeni gastronomi anlayışı oluşmasında etkili rol oynamıştır. Dijitalleşme ile coğrafi alanlara bağlı kalmadan çok boyutlu ve etkileşime dayalı deneyimler oluşturulmaktadır.

Giriş

Dijital çağın hızla gelişmesi, hizmet sektörlerinin tamamında olduğu gibi gastronomi alanında da önemli değişimlere yol açmıştır. Geleneksel üretim ve sunum biçimleri, dijital teknolojilerle desteklenerek daha yenilikçi, etkileşimli ve sürdürülebilir bir yapıya dönüşmektedir. Akıllı mutfak sistemleri, yapay zekâ destekli menüler, çevrim içi yemek platformları ve sosyal medya temelli gastronomi deneyimleri bu dönüşümün somut göstergeleri arasında yer almaktadır.

Gastronomi yalnızca beslenme ihtiyacını karşılayan bir alan değil; kültürel, sosyal ve ekonomik boyutları olan disiplinlerarası bir yapıdır. Dijital gastronomi ise bu çok boyutlu yapıyı teknolojiyle birleştirerek hem tüketici davranışlarını hem de gastronomik üretim süreçlerini yeniden şekillendirmektedir. Bu bağlamda çalışmanın temel amacı, dijital gastronomi kavramını kuramsal bir perspektifle incelemek ve gastronomi alanındaki etkilerini ortaya koymaktır.

Gastronomi var olduğu andan beri toplumların kültürel yapılarının ifadesi ve ortak paylaşım alanı olarak kabul edilmiştir. Dijitalleşme süreci ile yaşanan teknolojik dönüşümler gastronominin yalnızca yemek hazırlama olmadığını ortaya çıkarmış, gastronomide çok katmanlı bir deneyim alanı oluşturmuştur.

Dijital çağda gastronomi yenilik (innovation), deneyim (experience) ve dönüşüm (transformation) boyutları ile yeniden şekillenmiştir.

Yenilik boyutunda, yapay zekâ, artırılmış gerçeklik, dijital menüler, robotik mutfak sistemleri ve akıllı cihazlar gibi teknolojilerin mutfaklara ve hizmet süreçlerine entegrasyonu ele alınmaktadır.

Deneyim boyutunda, tüketicinin sanal restoranlar, sosyal medya gastronomisi, metaverse yeme deneyimleri ve çevrim içi lezzet paylaşımları üzerinden nasıl yeni tat algıları ve kimlikler geliştirdiği incelenmektedir.

Dönüşüm boyutunda ise bu dijitalleşmenin gastronomi eğitimi, sürdürülebilir üretim süreçleri, pazarlama stratejileri ve kültürel mirasın korunması üzerindeki etkileri değerlendirilmektedir. Dijital çağda gastronomi, yalnızca teknolojik anlamda yenilenme değildir. Aynı zamanda toplumsal, kültürel, duyuşsal alanlarda da dönüşüm meydana getirmektedir. Bu sayede gastronomi gelecekte bir yaşam tarzı, iletişim şekli ve sürdürülebilirliğin temel aracı haline gelmektedir.

Dijital Tüketici Deneyimi

Dijital gastronomi tüketicilerinin deneyimleri üç boyutla ele alınmaktadır. Bunlar yenilik boyutu, deneyim boyutu, dönüşüm boyutudur.

Yenilik Boyutu: Teknoloji, gastronomide üretim süreçlerini yeniden tanımlamıştır. Akıllı mutfak sistemleri, enerji verimliliği ve zaman yönetimi sağlamaktadır. Yapay zekâ destekli menü planlama ve robotik mutfak uygulamaları, insan hatasını azaltmakta ve standart kalite üretimini kolaylaştırmaktadır. 3D gıda yazıcıları ve biyoteknolojik gıda üretimi, geleceğin gastronomik yeniliklerini şekillendirmektedir. Bu yenilikler, mutfakları sadece üretim alanı değil, aynı zamanda teknolojik laboratuvarlar hâline getirmiştir (Athanasopoulou, 2025).

Deneyim Boyutu: Dijital çağ, yeme eylemini çok boyutlu bir deneyim haline getirmiştir. Artırılmış gerçeklik (AR) menüler ve sanal gerçeklik (VR) restoran deneyimleri, tüketicilere mekânsal sınırların ötesinde lezzet deneyimleri sunmaktadır. Sosyal medya platformları üzerinden yürütülen gastronomik paylaşımlar, tüketiciyi aynı zamanda bir içerik üreticisi konumuna getirmiştir. Dijitalleşme, yemeği bir tüketim nesnesi olmanın ötesinde, bir görsel kültür ve kimlik ifadesi haline dönüştürmüştür (Athanasopoulou, 2025).

Dönüşüm Boyutu: Bu dijital yenilik ve deneyim süreçleri, gastronominin yapısal bir dönüşüm geçirdiğini göstermektedir. Gastronomi eğitimi, simülasyonlar, dijital platformlar ve çevrim içi öğrenme araçlarıyla yeniden tasarlanmaktadır. Sürdürülebilir gastronomi anlayışı, veri analitiği ve akıllı sistemlerle desteklenmektedir. Dijital dönüşüm, gastronomiyi kültürel mirasın korunmasında da önemli bir araç haline getirmiştir; geleneksel tarifler dijital arşivler aracılığıyla küresel erişime açılmaktadır (Athanasopoulou, 2025).

Dijital Çağda Gastronomi: Yenilik

Dijital çağ, gastronomi alanında yenilik kavramını yalnızca ürün geliştirme boyutunun ötesine taşımış; üretim, yönetim ve deneyim süreçlerini kapsayan bütüncül bir dönüşüm alanı hâline getirmiştir. Günümüzde gastronomide yenilik, teknolojik gelişmelerle desteklenen sürdürülebilir, veriye dayalı ve deneyim odaklı uygulamalar çerçevesinde değerlendirilmektedir. Bu bağlamda dijitalleşme, gastronomiyi hem sanatsal hem de bilimsel temeller üzerinde yeniden yapılandırmaktadır (Buhalis & Leung, 2018; Göker & Akyurt, 2021). Yapay zekâ (YZ) teknolojileri, gastronomik yeniliklerin merkezinde yer almaktadır. YZ destekli sistemler, tüketici tercihlerini analiz ederek tat profilleri oluşturmada, besin değerlerini optimize etmekte ve kişiselleştirilmiş menü planlamasına olanak sağlamaktadır (Li, Bonn & Ye, 2019; Xiang et al., 2022). Bu sistemler sayesinde şefler, sezgisel yaratıcılıklarını veri temelli bilgiyle birleştirerek daha özgün ve hedef kitleye uygun gastronomik ürünler geliştirebilmektedir. Ayrıca YZ, mutfak operasyonlarında hata oranının azaltılması ve üretim standartlarının korunmasında da etkin bir rol üstlenmektedir (Huang & Rust, 2021).

Dijital Çağda Gastronomi: Deneyim

Dijital teknolojiler, gastronomik deneyimin tasarlanma ve sunulma biçimlerini köklü bir şekilde dönüştürmektedir. Artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) uygulamaları, restoran ortamlarında tüketicilere çok katmanlı deneyimler sunarak yeme-içme faaliyetlerini eğitsel ve eğlence temelli bir boyuta taşımaktadır. Özellikle dijital menüler ve sanal sunum teknikleri, tüketicinin ürünle etkileşimini artırmakta ve tüketim sürecini daha bilinçli hâle getirmektedir (Guttentag, 2010; tom Dieck & Jung, 2017).

Deneyim tasarımının önemli bir unsuru olan kişiselleştirme, dijital gastronomide öne çıkan bir diğer boyuttur. Yapay zekâ destekli sistemler ve büyük veri analitiği, tüketicilerin geçmiş tercihleri, beslenme alışkanlıkları ve davranış kalıplarını analiz ederek kişiye özel gastronomik deneyimlerin sunulmasına imkân tanımaktadır. Bu durum, tüketicinin deneyeime olan bağlılığını ve memnuniyet düzeyini artırmaktadır (Huang & Rust, 2021; Buhalis & Sinarta, 2019).

Dijital Çağda Gastronomi: Dönüşüm

Dijital dönüşüm, gastronomi sektöründe yalnızca teknolojik araçların kullanımını değil; aynı zamanda iş yapma biçimlerinin, tüketim alışkanlıklarının ve değer yaratma süreçlerinin köklü bir şekilde yeniden yapılandırılmasını ifade etmektedir. Bu dönüşüm süreci, gastronominin üretimden tüketime kadar tüm aşamalarını etkileyerek sektörde yapısal bir değişimi beraberinde getirmiştir. Dijital çağda gastronomi, geleneksel hizmet anlayışının ötesine geçerek veri temelli, esnek ve ağ yapılarıyla desteklenen bir ekosistem hâline gelmiştir (Buhalis & Leung, 2018; Sigala, 2020).

Dijital dönüşüm, gastronomide karar alma süreçlerini de veri temelli bir yapıya kavuşturmuştur. Büyük veri analitiği ve yapay zekâ destekli karar destek sistemleri sayesinde işletmeler; talep tahmini, menü optimizasyonu, fiyatlandırma stratejileri ve müşteri ilişkileri yönetimini daha etkin şekilde gerçekleştirebilmektedir. Bu durum, sezgisel yönetim anlayışından analitik ve öngörülebilir bir yönetim modeline geçişi ifade etmektedir (McAfee et al., 2012; Huang & Rust, 2021).

Anahtar sözcükler: Gastronomi, dijitalleşme, dijital gastronomi

Kaynakça

- Athanasopoulou, P. (2025). Digital gastronomy experiences: A strategic perspective for food tourism post-pandemic. *Journal of Gastronomy and Tourism*, 10(1), 45–62. <https://doi.org/10.3727/216929724X17053931012345>
- Buhalis, D., & Leung, R. (2018). Smart hospitality—Interconnectivity and interoperability towards an ecosystem. *International Journal of Hospitality Management*, 71, 41–50.
- Buhalis, D., & Sinarta, Y. (2019). Real-time co-creation and nowness service: Lessons from tourism and hospitality. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(5), 563–582.
- Göker, G., & Akyurt, H. (2021). Dijitalleşmenin gastronomi sektörüne etkileri. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 1896–1912.

- Guttentag, D. A. (2010). Virtual reality: Applications and implications for tourism. *Tourism Management*, 31(5), 637–651.
- Huang, M. H., & Rust, R. T. (2021). Artificial intelligence in service. *Journal of Service Research*, 24(1), 3–18.
- Kızılırmak, İ., & Albayrak, A. (2022). Gastronomik mirasın dijital platformlarda sunumu. *Gastronomi ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 145–160.
- Li, J., Bonn, M. A., & Ye, B. H. (2019). Hotel employee satisfaction with AI applications. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(9), 3371–3390.
- Martin-Rios, C., Hofmann, A., & Mackenzie, N. (2021). Sustainability-oriented innovations in food service. *International Journal of Hospitality Management*, 92, 102737.
- McAfee, A., Brynjolfsson, E., Davenport, T. H., Patil, D. J., & Barton, D. (2012). Big data: The management revolution. *Harvard Business Review*, 90(10), 60–68.
- Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and transformation. *Journal of Business Research*, 117, 312–321.
- Tom Dieck, M. C., & Jung, T. (2017). Value of augmented reality at cultural heritage. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(2), 110–117.
- Xiang, Z., Du, Q., Ma, Y., & Fan, W. (2022). Digital transformation in tourism. *Tourism Management*, 89, 104415.
- Zulkarnain, Z., Fadilah, R. D., & Hidayatullah, M. F. (2024). Virtual dining and immersive experiences: The influence of sensory stimulation in AR-enhanced food marketing. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 36(1), 101–120. <https://doi.org/10.1108/APJML-03-2023-0225>.

Batman Yöresel Yemeklerinin Vegan Vejetaryen Mutfak Kapsamında Değerlendirilmesi

*Fatıma TALAYHAN KURT^{1*}, Hasan Önal ŞEYHANLIOĞLU², Reşat
ARICA³*

¹ Turizm Fakültesi/ Turizm İşletmeciliği
Batman Üniversitesi, Türkiye
ftalayhan@hotmail.com

ORCID: 0009-0001-6317-6623

² Turizm Fakültesi/Turizm İşletmeciliği
Batman Üniversitesi, Türkiye
hasanonalseyhanlioglu@batman.edu.tr

ORCID: 0000-0002-9056-5237

³ Turizm Fakültesi/Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Batman Üniversitesi, Türkiye
resat.arica@batman.edu.tr

ORCID: 0000-0003-1238-7313

Özet

Bu çalışma, gastronomi turizmi bağlamında Batman yöresel mutfağının vegan ve vejetaryen turizm açısından potansiyelini incelemeyi amaçlamaktadır. Küresel ölçekte artmakta olan sürdürülebilirlik farkındalığı ve çeşitli sağlıklı yaşam eğilimleri, vegan ve vejetaryen beslenmeye ve dolayısıyla bu tür yemeklere yönelik talebi artırmıştır. Bu bağlamda, yöresel mutfakların bu yeni turizm biçimine nasıl sunulduğu ve yeni trendlere ne derece uyum sağladığı önemli bir araştırma konusudur. Çalışmada, Batman'ın geleneksel yemek kültürü, içerik yapısı bakımından değerlendirilmiş; hayvansal ürün içermeyen veya uyarlanabilir yemekler belirlenmiştir. Nitel araştırma yöntemi kullanılarak, alanyazın taraması ve doküman incelemesi yapılmıştır. Bulgular, Batman mutfağının bazı yemeklerinin doğal olarak vegan/vejetaryen özellikler taşıdığını, bazılarının ise küçük değişikliklerle bu diyetlere uygun hale getirilebileceğini göstermektedir. Sonuç olarak, Batman mutfağının, sürdürülebilir ve etik turizm anlayışları çerçevesinde vegan ve vejetaryen gastronomi turizmi açısından önemli bir potansiyele sahip olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Sözcükler: Vegan, Vejetaryen, Yöresel Mutfak, Batman

Giriş

Torres Bernier (2003) “karnını doyuran” ve “yemek için seyahat eden” turistler olduğunu savunmaktadır; ilk gruba dahil turistler sadece temel ihtiyacını gidermek ister, başka bir deyişle, yemek onları seyahat etmeye motive etmez, zorunluluktan dolayı karınlarını doyururlar. Öte yandan, ikinci gruba dahil turistler gerçekten de yemeğin tadını çıkarmakla ilgilenmektedir,

diğer bir deyişle gastronomi turistidirler. Gastronomi turizmi, turistlerin seyahat tercihlerinde ve deneyimlerinde yeme-içme kültürünün gün geçtikçe artan önemini vurgulayan, kültürel mirasın ve yerel kimliğin keşfedilmesinde önemli bir araç haline gelmiştir (Hall ve Sharples, 2003). Yöresel mutfakların özgün tatları, geleneksel üretim yöntemleri ve yörenin kültürüyle olan bağları, turistler için otantik deneyimler sunarak destinasyonların çekiciliğini artırmaktadır (Okumus vd., 2013). Yöresel mutfakların somut olmayan kültürel mirasımızın bir parçası olduğu da bilinmektedir. Aynı zamanda bir yer duygusu sağlayarak bölgeler için kimlik yaratarak turist deneyimine katkıda bulunurlar (Sezgin ve Onur, 2017). Bu bağlamda, gastronomi turizmi sadece bir yeme-içme aktivitesi olmanın ötesine geçerek, destinasyonun kültürel zenginliğini ve çeşitliliğini yansıtan önemli bir turizm çeşidi olarak kabul edilmektedir (Quan ve Wang, 2004).

Son yıllarda, beslenme alışkanlıklarındaki değişimler ve etik kaygılarla birlikte vejetaryen ve vegan beslenme biçimleri dünya genelinde yaygınlaşmaktadır (Fox ve Ward, 2008). Tüketiciler sıklıkla çeşitli diyet rejimleri izleme eğilimi gösterirken, aynı zamanda çeşitli hedefler doğrultusunda belirli gıda maddelerini dahil ederken bazılarını beslenmelerinden çıkarmaktadır. Bunun altında yatan gerekçeler arasında sağlıklı yaşam, çevreye duyarlılık, gıda endüstrisinden ve endüstriyel hayvancılıktan elde edilen ürünlerden kaçınma yer almaktadır (Aktaş ve Algan, 2018). Bu durum, seyahat eden vejetaryen ve vegan turist sayısında da önemli bir artışa yol açmıştır. Bu turistler, gittikleri destinasyonlarda kendi beslenme tercihlerine uygun seçenekler bulmayı ve yerel mutfakları bu perspektiften deneyimlemeyi beklemektedirler (Jang vd., 2009). Dolayısıyla, gastronomi turizmi destinasyonlarının, bu özel ilgi grubunun ihtiyaçlarına yönelik ürün ve hizmetler geliştirmesi, turizm sektörünün sürdürülebilirliği ve çeşitliliği açısından kritik bir öneme sahiptir (Richards, 2015).

Türkiye, zengin ve çeşitli mutfak kültürüyle gastronomi turizmi açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Türk mutfak kültürü, Türkiye'nin stratejik coğrafi konumu ve bu konumun sağladığı geniş ürün yelpazesi ile geçmişten günümüze farklı kültürlerle kurduğu bağların yeme içme alışkanlıklarına getirdiği zenginlikle şekillenmiştir. 2500'ü aşan yemek türüyle dünya çapında tanınan Türk Mutfağı, yemek sanatının her dalında dikkat çekici ve bol seçenekli bir miras sunarak dünyanın en zengin üç mutfağı arasında sayılmaktadır (Sezgin ve Yönet, 2017). Farklı coğrafi bölgelerin kendine özgü iklimi, tarım ürünleri her bölgede çeşitli lezzetleri ortaya çıkarmıştır (Yalçinkaya & Ertaş, 2010). Bu çeşitlilik içerisinde, Güneydoğu Anadolu Bölgesi, kendine has baharatları, et ağırlıklı yemekleri ve zengin mezeleriyle öne çıkmaktadır. Ancak, bölge mutfağının vejetaryen ve vegan turistler açısından ne kadar keşfedildiği ve bu beslenme biçimlerine uygun seçeneklerin ne düzeyde sunulduğu göz ardı edilmektedir. Veganlar ve vejetaryenler için Türkiye keşfedilmemiş birçok yöresel yemeğe sahiptir. Bu yemeklerin keşfedilmesi ve sonrasında dünya kamuoyuna tanıtılması gastronomi turizmi alanına önemli fayda sağlayacaktır.

Bu çalışma, Batman yöresel yemeklerini vegan ve vejetaryen mutfak kapsamında incelemeyi amaçlamaktadır. Batman yöresinin zengin mutfak kültürünün vejetaryen ve vegan yemekler açısından potansiyeli değerlendirilecektir. Literatür taramasında Batman ilinde vegan ve vejetaryen yöresel yemek bulunmadığı gibi eksik ve yanlış bir bilgi olduğu tespit edilmiştir. Vegan ve vejetaryen yemeklerin belirlenmesi ile vegan/vejetaryen gastro-turist grubuna yönelik gastronomi turizmi imkanlarının geliştirilmesine yönelik öneriler sunulması hedeflenmektedir. Bu bağlamda, çalışma hem akademik literatüre katkıda bulunmayı hem de bölge turizmcilerine ve yerel işletmelere yönelik pratik bilgiler sunmayı amaçlamaktadır.

Literatür Taraması

Gastronomi Turizmi

Paleolitik dönemden bu yana insanların yemek pişirme şekli çok farklılaşmış ve günümüz mutfak kültürü de bu değişimler sayesinde gelişmiştir. Paleolitik dönemde insanlar yiyecekleri ayrı ayrı pişirerek tüketiyor fakat farklı malzemeleri bir araya getirmiyorlardı. Zaman içinde gelişen yemek pişirme becerileri sayesinde beslenme kültürü geçmişten günümüze tüm insanlığın deneyimleri ile harmanlanarak bugünkü halini almıştır (Tatlıcı, 2018). İlk çağlarda hayatta kalma güdüsüyle yapılan yemek yeme eylemi, sanayi devrimiyle sosyalleşme aracına dönüşmüştür (Akdağ vd., 2016). Toplumsal ilerleme ve tarımsal bolluk, gastronomi kavramını ortaya çıkarmıştır. Günümüzde artan iş seyahatleri, yemek yapmaya ayrılan zamanın azalması ve sosyalleşme isteğiyle dışarıda yemek yeme davranışı, bunu sosyo-kültürel bir etkinliğe dönüştürmüştür. Bu talep doğrultusunda gelişen yemek sektörü ise günümüzde bir sanat halini almıştır (Yılmaz ve Şenel, 2016). Gastronomi turizmi, son yıllarda turizm araştırmalarında giderek artan bir ilgi görmektedir. Hall ve Sharples (2003), gastronomi turizmini, yiyecek ve içeceklerin birincil veya ikincil motivasyon kaynağı olduğu turizm türü olarak tanımlamaktadır. Bu tanım, gastronominin sadece bir ihtiyaç giderme aracı olmanın ötesinde, bir deneyim ve keşif aracı olarak turizmdeki rolünü vurgulamaktadır. Okumus vd. (2013), gastronomi turizminin destinasyonların kültürel mirasını, yerel ekonomilerini ve sürdürülebilirliğini desteklemedeki potansiyeline dikkat çekmektedir. Richards (2015) ise, gastronomi turizminin sadece yemek yemeyi değil, aynı zamanda yemeğin üretimi, sunumu ve kültürel anlamları etrafında gelişen çok duyuşsal bir deneyim sunduğunu belirtmektedir. Gastronomi turizmi, temelinde yeme içme deneyimleri barındıran ve gıda sektörünü doğrudan etkileyerek ekonomik ve sosyal kalkınmaya katkı sağlayan bir turizm türüdür. Aynı zamanda, turistik bölgelere rekabet gücü kazandırırken, turizm alanındaki işletmeleri ve organizasyonları da hareketlendirmektedir (Özdemir ve Altınar, 2019). Günümüzde, sosyal ve görsel medya, gurme ve seyahat programları ile gastronomi turlarının etkisiyle yemeğin sosyal ve kültürel önemi hak ettiği değeri görmeye başlamıştır (Hall ve Sharples, 2004). Türkiye özelinde yapılan çalışmalar (örneğin, Timur ve Yılmaz, 2016; Aktaş ve Özdemir, 2018), ülkenin zengin mutfak çeşitliliğinin gastronomi turizmi açısından önemli bir rekabet avantajı sunduğunu ve bu potansiyelin daha iyi değerlendirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

Dil önemli bir sembol olsa da yemek de en az onun kadar güçlü bir iletişim aracıdır. Ne yediğimiz, yaşadığımız toplumu ve bizi yansıtır; kültürümüz, sınıfımız, işimiz, dinimiz ve kimliğimiz hakkında bilgi verir. Farklı yemekler farklı anlamlar taşır ve aynı yemeğin zamanla değişimi bile çok şey anlatır. Yemek tercihleri ve alışkanlıkları; etnik köken, sosyal sınıf, farkındalık düzeyi, kültürel yapı ve dini inançlar gibi çeşitli faktörlerin aynasıdır. Bu unsurlar, yemekle ilgili beğenilerimizde ve uygulama şekillerimizde belirginleşir (Hekimoğlu, 2020). Yemek ve güç arasındaki ilişki karmaşıktır ve güç ilişkileri yemek bağlamında kendini gösterir. Bir yandan, yemek seçimleri sınıf, ırk, cinsiyet rolü ve yaş gibi pek çok faktör tarafından belirlenir. Öte yandan, belirli yiyeceklerin tüketimi ve yemek zamanları, baskın kültürün yazılı olmayan kurallarına tabidir. Tarihsel olarak, bazı yiyecekler belirli dini inançlar, milliyetler ve cinsiyet kimlikleriyle ilişkilendirilmiştir (Öztaşhan, 2018).

Vejetaryen ve Vegan Beslenme

Tarım ve sanayideki değişiklikler ve nüfusun artması çevre üzerinde de ciddi etkiler yaratmıştır. Dünya giderek ısınmakta, buzullar erimekte ve daha aşırı ve ani doğal felaketler yaşanmaktadır. Gezegenin karşı karşıya olduğu en büyük çevresel, sosyal ve ekonomik tehditlerden birini temsil eden bir iklim değişikliği ile karşı karşıyayız ve bilim insanlarına göre bunun nedeni insan faaliyetleridir. Bunu durdurmak için davranış şeklimizi değiştirmemiz gerektiği düşünülmektedir (Chiras, 2010). İnsanoğlu, gelişmeye ve büyümeye devam ederken, küresel bir topluluk olarak bu gezegende sürdürülebilir bir şekilde yaşama sorumluluğunu üstlenmek zorundadır. Tüm canlılar için yaşamın temel bir unsuru olan beslenme için üretilen ve tüketilen gıdaların sürdürülebilir bir şekilde tüketilmesi, sürdürülebilir bir yaşam tarzının önemli bir

bileşenidir. Nüfus artışı, kentleşme ve yaşam standartlarının iyileşmesi nedeniyle küresel et tüketimi artmaktadır ve bu eğilimin devam edeceği öngörülmektedir. Bu eğilimin başlıca itici güçleri protein, demir, çinko ve A vitamini açısından zengin olan etin lezzeti ve besin değeridir. Hayvancılığın şu anda küresel tarım alanlarının %78'ini kapladığı tahmin edilmektedir. Et tüketiminin azaltılması, hayvan yemi talebini azaltarak tarımsal kaynakların daha dengeli bir şekilde kullanılmasını sağlayabilir. Ancak et tüketiminin artması, büyükbaş hayvan yemi ve otlatma için ek arazi gerektirecek ve bu da daha fazla ormansızlaşmaya yol açabilecektir (Rosala, 2015).

Et ve balık her gün milyonlarca insan tarafından büyük miktarlarda tüketilmesine rağmen, et veya hayvansal ürünler tüketmemeyi tercih eden veya et tüketimini azaltan milyonlarca insan da vardır. Vejetaryenlik, hayvansal ürünlerin tüketiminden kaçınma veya sadece talep edildiğinde belirli hayvansal ürünlerin tüketilmesi olarak tanımlanmaktadır (Tunçay, 2018). Vegan beslenme ise, yalnızca beslenmenin ötesine geçen, çevresel, etik ve yaşamla ilgili hususları kapsayan çok yönlü bir kavramdır. Bu hususlardan bazıları gıda adaletsizliğinin ortadan kaldırılması, su kıtlığının önlenmesi, hava kirliliği ve hayvanların giysi üretiminde kullanılmasıdır (Jamieson, 2017). “The Vegan Society” 1979 yılında veganlığı “Hayvanların gıda, giyim ya da başka amaçlarla maruz kaldıkları sömürü ve zulmün her türlüşünden kaçınan ve buna ek olarak insanların, hayvanların ve çevrenin yararına, hayvan kullanımı içermeyen alternatiflerin geliştirilmesini ve kullanımını destekleyen felsefe ve yaşam biçimidir” şeklinde ifade etmiştir. Mısır'daki din adamlarının geçmişte et tüketmedikleri, vejetaryen beslenme fikrinin Platon, Sokrates ve Pisagor gibi önemli Yunan filozofları tarafından savunulduğu bilinmektedir. Hindistan'da, tarihi Gotama Buddha'nın müritlerini et tüketmekten vazgeçirdiği bilinmektedir. Vejetaryen ve vegan beslenme biçimleri, etik, çevresel ve sağlık kaygıları gibi çeşitli nedenlerle dünya genelinde giderek yaygınlaşmaktadır (Ruby, 2012). Fox ve Ward (2008), vejetaryenizmin sadece bir beslenme tercihi olmanın ötesinde, bir kimlik ifadesi ve yaşam tarzı olduğunu belirtmektedir. Bu diyetlerin sağlık üzerindeki etkileri üzerine yapılan araştırmalar, iyi planlanmış vegan ve vejetaryen diyetlerin bazı kronik hastalık risklerini azaltabileceğini göstermektedir (Melina vd., 2016). Bununla birlikte, özellikle B12 vitamini, demir, kalsiyum ve omega-3 yağ asitleri gibi hayati besin maddelerinin yeterli miktarda alınmasını sağlamak için titiz bir diyet planlamasının ve gerekli görüldüğü takdirde takviyenin çok önemli olduğunu vurgulamak zorunludur (Mangels vd., 2011). Bu beslenme trendlerinin yükselişi, turizm sektöründe de önemli değişikliklere yol açmaktadır. Vejetaryen ve vegan turistler, seyahat ettikleri destinasyonlarda kendi beslenme tercihlerine uygun seçenekler aramakta ve bu durum, konaklama işletmeleri, restoranlar ve diğer turizm paydaşları için yeni zorluklar ve fırsatlar yaratmaktadır (Cole ve Morgan, 2010).

Gastronomi Turizmi ve Vejetaryen/Vegan Turistler

Gastronomi, farklı mutfak geleneklerini kapsayan geniş bir alandır ve vegan mutfak kültürü ile iç içe geçmiştir. Vegan mutfak kültürünün coğrafyası, vegan mutfak çatısı altında pişirilen yiyecekler ve vegan beslenmeyi bir yaşam tarzı haline getiren insanlar, vegan gastronominin giderek yaygınlaşmasına katkıda bulunmuştur. Geleneksel mutfak hazırlıkları vegan diyet gereksinimlerini karşılayacak şekilde uyarlanmıştır. Veganlar, çeşitli mutfak bağlamlarında kullanılmak üzere ikame gıdalar denemiş ve geliştirmiştir.

Gastronomi turizmi literatüründe, vejetaryen ve vegan turistlerin özel ihtiyaçlarına ve beklentilerine yönelik çalışmalar giderek artmaktadır. Örneğin, Jang vd. (2009), turistlerin motivasyonları ve destinasyon seçimlerinde beslenme tercihlerinin etkili olduğunu göstermektedir. Cohen ve Avieli (2004), vejetaryen turistlerin destinasyonlardaki yiyecek seçeneklerinin çeşitliliğini ve kalitesini önemli bir memnuniyet unsuru olarak değerlendirdiğini belirtmektedir. Vegan turistler, diyet tercihlerini destekleyecek uygun yiyecekleri bulma

konusunda sıklıkla sıkıntı yaşamaktadır ve çoğunluğu seyahatleri sırasında yanlarında getirdikleri gıda maddelerini tüketme eğilimindedir (Kansanen, 2013). Özel ilgi turizmi kapsamında ele alınan vejetaryen ve vegan turizmi (Robinson ve Novelli, 2005), destinasyonların bu özel pazar segmentine yönelik stratejiler geliştirmesinin önemini vurgulamaktadır.

Türk mutfağının tarih boyunca etkileşim içinde olduğu medeniyetler ve biriktirdiği kültürel değerler sonucunda oluşan mutfak kültüründe veganlara uygun farklı yemek kategorilerinden pek çok tarif bulunmaktadır. Bunlar arasında çorba çeşitleri, zeytinyağlı sebze yemekleri, zeytinyağıyla zenginleştirilmiş baklagil yemekleri, çeşitli pilavlar, hamur işi ürünler, salata ikameleri, hamur işleri ve tatlılar yer almaktadır (Şanlıer ve Ertaş, 2018). Türkiye bağlamında yapılan bazı çalışmalar (Kılıç ve Uyar, 2019), Türk mutfağının zengin bitkisel içeriğine rağmen, vejetaryen ve vegan turistlere yönelik farkındalığın ve sunulan seçeneklerin henüz yeterli düzeyde olmadığını göstermektedir.

Yerel mutfakların, farklı mutfak sunumlarını deneyimlemek isteyen gastronomi turistleri için önemli bir motivasyon kaynağı olduğu söylenebilir. Ayrıca, gastronomi turistlerinin yerel mutfaklar ve bölgeler üzerinde olumlu bir etki yaratarak bu alanların ekonomik ve kültürel gelişimine katkıda bulunduğu ileri sürülebilir.

Yöresel Yemekler ve Batman Yöresel Mutfacı

Toplumların yaşadığı coğrafi bölgeler ve sahip oldukları kültürel özellikler, yöresel mutfakların şekillenmesinde belirleyici bir rol oynamıştır. Yemeklerin üretim metotları, hazırlanışında kullanılan malzemeler, tüketim alışkanlıkları ve yemek yeme eylemi sırasındaki sosyal etkileşimler kültürler arasında çeşitlilik arz etmiştir. Bu özgünlükler, kuşaktan kuşağa aktarılarak yerel mutfakların zaman içindeki değişimine yön vermiştir (Olçay vd., 2017). Yerel mutfaklar, bir toplumun kendine özgü yemek kültürünün tanınması ve korunmasında önemli bir rol oynar ve farklı lezzetler arayanlara farklı bir deneyim sunar. Küreselleşmeden etkilenen yemeklerin aksine, yerel mutfaklar eşsiz bir gastronomik deneyim sunar. Ayrıca, yerel mutfaklar çevrenin korunması ve bölgesel ekonomik büyümenin teşvik edilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Küreselleşme ve gıda üretimi ve tüketimindeki değişimlerle birlikte, turistler farklı ve özgün kültürleri tanımaya çalıştıkça yerel mutfaklara olan ilgi de artmıştır (Çağlı, 2012). Gastronomi turizmi bağlamında, gastronominin turizm deneyiminde çok önemli bir unsur teşkil ettiği ve ziyaretçileri hem çekmeye hem de elde tutmaya hizmet ettiği söylenebilir. Bu iddia, gastronominin otantik kültürel deneyimler sunmada çok önemli bir rol oynadığı, böylece destinasyonun mutfak geleneklerinin daha derinlemesine anlaşılmasını kolaylaştırdığı ve sonuç olarak daha sürükleyici ve zenginleştirici bir turizm deneyimini teşvik ettiği fikriyle desteklenmektedir (Torusdağ vd., 2022). Bir destinasyondaki yiyecek ve içecek işletmelerinin menülerinde yerel mutfacın ön plana çıkarılmasının, o bölgede marka imajı yaratılması üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu söylenebilir. Ayrıca, yerel mutfacın turistler tarafından tüketilmesi, bölgedeki yerel üreticilere önemli bir destek sağlama potansiyeline sahipken, aynı zamanda turistlere benzersiz bir mutfak unsurunu deneyimleme fırsatı sunmaktadır (Smith ve Hall, 2004).

Batman yöresel mutfacı, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin genel özelliklerini yansıtmakla birlikte, kendine özgü tatları ve pişirme yöntemleriyle öne çıkmaktadır (Özdemir, 2015). Etli yemekler, kebaplar, yöresel çorbalar ve bulgur ağırlıklı pilavlar bölge mutfacının temelini oluşturmaktadır. Ancak, bölgenin zengin tarım ürünleri çeşitliliği, özellikle mevsimsel sebzeler ve bakliyatlar, vejetaryen ve vegan yemekler için de önemli bir potansiyel sunmaktadır. Yaprak sarma, mercimek köftesi, mücver gibi bazı geleneksel yemeklerin bitkisel bazlı versiyonları bulunmakla birlikte, bu seçeneklerin restoran menülerinde ne kadar yer aldığı ve vegan

alternatiflerinin ne düzeyde sunulduğu belirsizdir. Bu çalışma, Batman yöresel mutfağının bu potansiyelini daha derinlemesine inceleyerek, vejetaryen ve vegan turistler için çekici hale getirecek yerel lezzetleri ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır.

Türkiye’deki yöresel yemeklerin il il vejetaryen ve vegan yemekler bağlamında incelendiği bir akademik çalışmada Batman iline ait vegan veya vejetaryen bir yöresel yemek olmağı bilgisi bulunmaktadır. Bu çalışma dışında Batman yöresel mutfağının vejetaryen ve vegan yemekler bağlamında incelendiği spesifik bir akademik çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışma, bu literatür boşluğunu doldurarak, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin önemli bir turizm destinasyonu olan Batman'ın yöresel mutfağının vejetaryen ve vegan turistler açısından potansiyelini sistematik bir şekilde analiz etmeyi amaçlamaktadır. Elde edilecek bulgular, bölgedeki turizm işletmelerine ve yerel yönetimlere, vejetaryen ve vegan dostu bir gastronomi turizmi destinasyonu oluşturma konusunda yol gösterici bilgiler sunacaktır.

Yöntem

Bu çalışma, Batman yöresel yemeklerinin vegan ve vejetaryen mutfak kapsamında değerlendirerek bu yemeklerin potansiyelini gastronomi turizmi kapsamında değerlendirmeyi hedeflenmiştir. Batman mutfağı genel olarak et ağırlıklı olsa da yöredeki zengin tarımsal ürün çeşitliliği, mevsimlik otlar, sebzeler ve baklagiller sayesinde yemek çeşitliliğine sahiptir. Batman’a özgü bazı geleneksel yemekler orijinal tarifleriyle vegan/vejetaryen beslenen turistler için uygun seçeneklerdir. Bu çalışma, literatürdeki boşluğu doldurarak Batman mutfağının vejetaryen ve vegan turistler için taşıdığı potansiyeli sistematik bir biçimde analiz etmeyi amaçlamaktadır. Araştırmada nitel araştırma yöntemleri kullanılmış, ikincil veri kaynağı olarak kapsamlı bir literatür taraması yapılmıştır. Batman yöresine ilişkin yerel yemekler akademik çalışmalar, kültür yayınları ve kültür portallarındaki bilgilerden elde edilmiştir. Elde edilen yemek listesi içeriklerine göre yöresel yemeklerin içerikleri incelenerek vegan ve vejetaryen yemek kategorilerinden uygun olan tematik kategoriler altında gruplanmıştır. Bu kapsamda yemekler, ana yemekler, çorbalar, hamur işleri ve tatlılar gibi temalar altında sınıflandırılmıştır.

Bulgular

Bu çalışma, Batman’ın yöresel yemeklerini tespit ederek bu yemekleri vegan vejetaryen mutfak kapsamında değerlendirmeyi amaçladığından öncelikle detaylı bir kaynak taraması yapılmıştır. Türk Patent Kurumu veri tabanından Batman’a ait coğrafi işaret almış ürünler ve yemekler tespit edilmiştir. Batman piçik yemeği ve Batman şam böreği coğrafi işaretli yöresel yemeklerdir (turkpatent.gov.tr). Yapılan alan yazın incelemesinde Aksoy (2021) tarafından yapılan kapsamlı bir çalışmaya ulaşılmış ve Batman yöresel yemekleri bu çalışmanın doğrultusunda coğrafi işaretli yemekler dahil edilerek tablo 1’deki gibi kategorize edilmiştir.

Tablo 2 Batman yöresel yemekleri

Yemeğin Türü

Çorbalar

Yemek Adı

Şorbeşir (Süt Çorbası)

İxni- İğni (Nohut Unu Çorbası)

Şorba Nisk u Dan (Mercimek ve Yarma Çorbası)

Şorba Niska (Mercimek Çorbası)

Mehir (Soğuk Ayran Aşısı)

Kele Paça Çorbası

Kahvaltılıklar

Helila, Basteq E Qelandi (Yumurtalı Pestil)

Şorik (Tuzlu Un Kavurması)

Dims U Hek, Heke Dims (Yumurtalı Pekmez)

Sebze ve Ot Yemekleri

Keçi Peyniri Kızartması
Mirtoxe (Tereyağlı Un Kavurması)
Tırşık Firingiyen Hışke Bi Goşt (Etli Kurutulmuş Sebze Türlüsü)
Tırşık (Sebze Türlüsü)
Tırşık Bi Goşt (Etli Türlü, Güveç)
Xwarina Kelenga (Kenger Otu Kavurması)
Qelenge Sorkiri (Kenger Pane)
Xwarina Suryaz, Çiriz (Suryaz Kavurması)
Xwarina Guris (Guris Otu Sote)
Xwarina Tolik (Ebegümeci Kavurması)
Xwarina Pirpar (Semizotu Kavurması)
Xwarina Karamekli (Kabak Musakka)
Batman Usulü Babagannuş
Binard kavurması
Xwarina Cax e (Cağ Otu Pane)
Pırpiten, Pirpiten (Yoğurtlu Semizotu)
Kundir Mast (Yoğurtlu Kabak)
Kundire Tırş (Ekşi Kabak)
Zuzubak Otu

Dolma ve Sarmalar

Pele Xerdel (Hardal Yaprağı Sarması)
Pele Tolika (Ebegümeci Yaprağı Sarması)
Dolme Hışk (Kuru Sebze Dolması)
Beyaz Lahana Sarması
Dolme Tırş (Ekşi Dolma)
Yaprak Sarması
Hur U Rowi (İşkembe ve Mumbar Dolması)
Pele Qardiya (Yılan Yastığı Otu Sarması,
Tırşık Otu Sarması)

Kurubaklagiller ve Tahıl Ürünleri

Semizotu Pilavı (Savara Pirpar)
Salçalı İnce Bulgur Pilavı
Keleng Otlı Pilav (Savara Kelenga)
Şehriyeli Bulgur Pilavı (Savar)
Domatesli Bulgur Pilavı (Savara Firingiyan)
Beloiye (Beloi Pilavı, Mercimek Köftesi)
Gebol, Serdew (Ayrınlı Pilav)
Savara Şelima (Şalgam Turpu Pilavı)
Savara Soryaz (Çiriş Otlı Bulgur Pilavı)
Taxuzi (Tereyağlı Yarma Pilavı)
Kutilk (İçli Köfte)
Perde Pilavı
Piçik (Bulgur Köftesi)
Savara Raxisti, Goşt u Savar (Etli Bulgur Pilavı)

Et Yemekleri

Masteva (Ayrınlı Pirinç)
Danuk (Yarma Buğdaylı Nohut Yahni)
Kutilke Kunciya (Susamlı İçli Köfte)
Niske Hışk (Kuru Mercimek Yemeği) S
Şiva Mezin (Yarma Buğdayı Et, Keşkek)
Şiva Binard, Şelim, Selcem (Beyaz Şalgam

	Turplu Et Yemeği)
	Kaburga Dolması
	Krisat Yemeği (Et Mücveri)
	Kozluk Kâğıt Kebabı
	Goşte Kelandi (Et Haşlama)
	Sade Et Kavurma
	Helise (Keşkek)
Hamur Ürünleri	Şamburek (Şam Böreği)
	Saç Ekmeği (Nanê Sele)
	Nane Şilleki (Islak Saç Ekmeği)
	Nane Qatqati (Yağlı Katmer Ekmeği)
	Yağlı Tandır Ekmeği (Nanê Tenûrê)
	Şemşemotik (Pirinçli Manti)
	Şambureka Bi Lorik (Lor Peynirli Şamburek)
	Kursik (Pişi)
	Herqosim (Pekmezli Ekmek Yemeği)
	Hevrişk (Tereyağlı Sıcak Tandır Ekmeği)
	Avşork (Salçalı Bayat Tandır Ekmeği)
	Nane Bi Soryaz (Çiriz Otlı Tandır Ekmeği)
	Rişte Yemeği (Saç Ekmeği Yemeği, Erişte)
	Kuliçek Çöreği
	Batman Tandır Çöreği
	Xwarina Xewre, Hevre (Tandır Böreği, İçli Dolgulu Ekmek)
	Nane Heft Qat (Yedi Katlı Ekmek, Börek)
	Pispisok Yemeği
Tatlılar	Nane Şilleki Û Dims (Pekmezli Islak Saç Ekmeği)
	Helawa Dimse (Pekmez Helvası)
	Pekmezli Havdel, Harire Tatlısı (Pekmezli Pelte Tatlısı)
	Kursike Bi Dimse (Pekmezli Pişi)
	Kaxk, Kahk (Pekmezli Hamur Tatlısı)

(Kaynak: Aksoy, 2021)

Çorbalar, kahvaltılıklar, sebze ve ot yemekleri, dolma ve sarmalar, kurubaklagiller ve tahıl ürünleri, et yemekleri, hamur ürünleri, tatlılar olmak üzere sekiz kategoride verilen yemeklerin içerikleri incelenip bunların arasından et yemekleri kategorisinde yemekler vegan vejetaryen yemekler kapsamında incelenmemiştir. Sebze ve ot yemekleri kategorisindeki yemeklerin öncelikle isimleri incelenmiş ve yemek ismi içerisinde “et/goşt” sözcüğü geçen “tırşık firingiyen hışke bi goşt (etli kurutulmuş sebze türüsü), tırşık bi goşt (etli türlü, güveç)” gibi yemekler de vegan vejetaryen yemekler kapsamında incelenmemiştir. Vejetaryen beslenmede et ve et ürünleri tüketilmezken yumurta, süt ve bal gibi diğer hayvansal ürünler tüketilmektedir. Vegan beslenmede ise hayvansal herhangi bir ürün tüketilmez. Bu sebeple isimlerinde süt, yumurta tereyağı gibi sözcükler geçen yöresel yemeklerin içerikleri de vegan mutfak kapsamında incelemeye alınmamıştır. Vegan yemekler vejetaryen beslenmeye uygun olsa da her vejetaryen yemek vegan beslenmeye uygun değildir. Tespit edilen yöresel yemeklerin isimleri ve içerikleri incelendikten sonra vegan vejetaryen beslenmeye uygun olan yöresel yemekler tablo 2’de kategorize edilerek verilmiştir.

Tablo 3 Vegan Vejetaryen beslenmeye uygun Batman yöresel yemekleri

Yemeğin Türü	Yemek Adı	Vejetaryen	Vegan
Çorbalar	Şorbeşir (Süt Çorbası)	X	
	İxni- İğni (Nohut Unu Çorbası)	X	X
	Şorba Nisk u Dan (Mercimek ve Yarma Çorbası)	X	
	Şorba Niska (Mercimek Çorbası)	X	
	Mehir (Soğuk Ayran Aşısı)	X	
Kahvaltılıklar	Helila, Basteq E Qelandi (Yumurtalı Pestil)	X	
	Şorik (Tuzlu Un Kavurması)	X	
	Dims U Hek, Heke Dims (Yumurtalı Pekmez)	X	
	Keçi Peyniri Kızartması	X	
	Mirtaxe (Tereyağlı Un Kavurması)	X	
Sebze ve Ot Yemekleri	Tırşık (Sebze Türlüsü)	X	X
	Xwarina Kelenga (Kenger Otu Kavurması)	X	
	Qelenge Sorkiri (Kenger Pane)	X	
	Xwarina Suryaz, Çiriz (Suryaz Kavurması)	X	
	Xwarina Guris (Guris Otu Sote)	X	
	Xwarina Tolik (Ebegümece Kavurması)	X	X
	Xwarina Pirpar (Semizotu Kavurması)	X	
	Xwarina Karamekli (Kabak Musakka)		
	Batman Usulü Babagannuş	X	X
	Binard kavurması	X	X
	Xwarina Cax e (Cağ Otu Pane)	X	
	Pırpiten, Pırpiten (Yoğurtlu Semizotu)	X	
	Kundir Mast(Yoğurtlu Kabak)	X	
	Kundire Tırş(Ekşi Kabak)		
Dolma ve Sarmalar	Pele Xerdel (Hardal Yaprağı Sarması)	X	
	Pele Tolika (Ebegümece Yaprağı Sarması)	X	X
	Dolme Hişk (Kuru Sebze Dolması)		
	Beyaz Lahana Sarması	X	X
	Dolme Tırş (Ekşi Dolma)		
	Yaprak Sarması	X	X
	Pele Qardiya (Yılan Yastığı Otu Sarması, Tırşık Otu Sarması)	X	X
Kurubaklagiller ve Tahıl Ürünleri	Semizotu Pilavı (Savara Pirpar)	X	X
	Salçalı İnce Bulgur Pilavı	X	X
	Keleng Otlı Pilav (Savara Kelenga)	X	X
	Şehriyeli Bulgur Pilavı (Savar)	X	X
	Domatesli Bulgur Pilavı (Savara	X	X

	Firingiyan)		
	Beloïye (Beloï Pilavı, Mercimek Köftesi)	X	
	Gebol, Serdew (Ayrınlı Pilav)	X	
	Savara Şelima (Şalgam Turpu Pilavı)	X	X
	Savara Soryaz (Çiriş Otlı Bulgur Pilavı)	X	X
	Taxuzi (Tereyağlı Yarma Pilavı)	X	
	Perde Pilavı		
	Piçik (Bulgur Köftesi)	X	
	Masteva (Ayrınlı Pirinç)	X	
	Danuk (Yarma Buğdaylı Nohut Yahni)		
	Kutilke Kunciya (Susamlı İçli Köfte)		
	Niske Hışk (Kuru Mercimek Yemeği)	X	
Hamur Ürünleri	Saç Ekmeği (Nanê Sele)	X	X
	Nane Şilleki (Islak Saç Ekmeği)	X	X
	Nane Qatqati (Yağlı Katmer Ekmeği)	X	
	Yağlı Tandır Ekmeği (Nanê Tenûrê)	X	
	Şemşemotik (Pirinçli Mantı)		
	Şambureka Bi Lorik (Lor Peynirli Şamburek)	X	
	Kursik (Pişi)	X	X
	Herqosim (Pekmezli Ekmek Yemeği)	X	
	Hevrişk (Tereyağlı Sıcak Tandır Ekmeği)	X	
	Avşork (Salçalı Bayat Tandır Ekmeği)	X	
	Nane Bi Soryaz (Çiriz Otlı Tandır Ekmeği)	X	
	Rişte Yemeği (Saç Ekmeği Yemeği, Erişte)	X	
	Kuliçek Çöreği	X	
	Batman Tandır Çöreği	X	
	Xwarina Xewre, Hevre (Tandır Böreği, İçli Dolgulu Ekmek)	X	
	Nane Heft Qat (Yedi Katlı Ekmek, Börek)	X	
	Pıspısok Yemeği	X	
Tatlılar	Nane Şilleki û Dims (Pekmezli Islak Saç Ekmeği)	X	
	Helawa Dimse (Pekmez Helvası)	X	
	Pekmezli Havdel, Harire Tatlısı (Pekmezli Pelte Tatlısı)	X	X
	Kursike Bi Dimse (Pekmezli Pişi)	X	
	Kaxk, Kahk (Pekmezli Hamur Tatlısı)	X	X

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Kaynak taraması sonucu elde edilen 85 yemek uygun şekilde kategorize edildikten sonra “et yemekleri” ve içerisinde “et” sözcüğü geçen yemekler içerik incelemesine dahil edilmemiştir. Geriye kalan 70 yemeğin içeriği incelenmiş ve 61 yemeğin vejetaryen beslenmeye; 21 yemeğin ise hem vejetaryen hem vegan beslenmeye uygun olduğu belirlenmiştir. İsminde et içerdiğine dair bir ibare bulunmamasına rağmen sebze ve ot yemekleri kategorisindeki “Xwarina Karamekli (Kabak Musakka)”, “Kundire Tırş (Ekşi Kabak)”; dolmalar ve sarmalar kategorisindeki “Dolme Hışk (Kuru Sebze Dolması), “Dolme Tırş (Ekşi Dolma)”; kurubaklagiller ve tahıl ürünleri kategorisindeki “Perde Pilavı”, “Danuk (Yarma Buğdaylı

Nohut Yahni)” ve “Kutilke Kunciya (Susamlı İçli Köfte)”;

hamur ürünleri kategorisindeki “Şemşemotik (Pirinçli Manti)” yemeklerinin içeriklerinin vejetaryen ve veya vegan mutfığa uygun olmadığı tespit edilmiştir. Susamlı içli köfte yemeği ismi itibariyle vejetaryen mutfığa uygun bir yemek düşünülse de içeriğinde et bulunmaktadır. Yörenin otları kullanılarak yapılan ot yemekleri genellikle yağda kavrulup daha sonra yumurta ilavesiyle hazırlanan yemekler olduğundan vejetaryen beslenmeye uygun olsa da vegan beslenenler için uygun değildir. “Nane Qatqati (Yağlı Katmer Ekmeği)”, “Hevrişk (Tereyağlı Sıcak Tandır Ekmeği)” gibi hamur ürünleri de içerisinde tereyağı bulunduğundan vegan beslenmeye uygun ürünler değildir. Bu yemeklerin içerinden yumurta veya tereyağını çıkararak ya da bu ürünlerin ikamesini kullanarak vegan beslenmeye uygun hale getirmek mümkündür. Tablo 2’de görüldüğü üzere Batman yöresel yemeklerinin büyük bir kısmı vejetaryen beslenme için uygundur. Yapılacak uyarlamalar ile de yemekleri vegan beslenmeye uygun hale getirmek ve bu özel beslenme şeklini benimsemiş olan gezginlere bu yemekleri sunmak mümkündür. Güneydoğu Anadolu mutfağı ve Batman mutfağının sadece et yemeklerinden oluşmadığı ve zengin içerikli, her kesime hitap eden yemeklerin hatırı sayılır bir sayıda olduğu açıktır.

Coğrafi tescil almış olan “Batman şam böreği” vegan vejetaryen beslenme için uygun değilse de “Batman piçik yemeği” vejetaryen beslenenler için uygun bir yemektir. Vegan yoğurt ve tereyağı kullanılarak da vegan beslenmeye uygun hale getirmek mümkündür. Başvuru süreci devam eden Gercüş Pekmezli Helavi Tatlısı, Gercüş Sumak Şerbeti, Sason Kahk Tatlısı, Sason Şalgam Yemeği (Bın Ard), Yılan Yuvası Çorbası (Kari) ve Çörten Yemeği ise vegan veya vejetaryen beslenmeye uygun yemeklerdir. Bu yöresel yemeklerin de tescil almasıyla birlikte vegan vejetaryen beslenmeye uygun coğrafi işaretli yöresel yemeklerin sayısı artmış olacaktır.

Sonuç

Her ne kadar et yemekleriyle ön plana çıkmış olsa da elde edilen sonuçlar Batman yöresel mutfağının vegan ve vejetaryen gastronomi turizmi açısından kayda değer bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir. Bölgenin özgün yemek çeşitliliği, geleneksel üretim yöntemleri ve tarımsal ürünleri turistlere otantik deneyimler sunma, destinasyonun çekiciliğini artırma potansiyeline sahiptir. Batman’a özgü bitkisel içerikli yemeklerin tanıtımı yapılarak öne çıkarılmasıyla hem bölgesel kültürel miras vurgulanacak hem de yerel üreticilere ekonomik katkı sağlanacaktır. Bu da turizmin sürdürülebilirliği açısından önem teşkil etmektedir. Ayrıca vejetaryen/vegan gezginlere yönelik ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi, gastronomi turizmini ulaşılabilir kılarak sektörün çeşitliliğini ve sürdürülebilirliğini arttıracaktır. Bu doğrultuda, elde edilen bulguların bölgedeki turizm paydaşlarına ve yöneticilere rehberlik ederek Batman’ın olarak tanıtılmasına katkı sunacağı beklenmektedir.

Vejetaryen-vegan dostu bir gastronomi destinasyonu imajı geliştirmek amacıyla destinasyondaki işletmeler, menülerde bu bireylerin tercih edebileceği yöresel yemeklere yer vererek ürünlerin içeriğini de menülerde paylaşmalıdır. İşletmelerin yöresel mutfak ve özel beslenme tercihlerine hitap eden ürün sayısını artırması için çeşitli teşvikler geliştirilmeli, bu yönde eğitimler düzenlenmelidir. Yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları, turizm işletmeleri ve üniversiteler iş birliğiyle bu alanda projeler geliştirmek mümkündür. Üniversitelerin gastronomi bölümlerinde görev yapan akademisyenlerin desteğiyle turizm sektörü çalışanlarına yönelik hizmet içi eğitimlerle farklı beslenme türleri hakkında farkındalık artırılabilir. Ülke çapında düzenlenen gastronomi festivallerinde gerçekleştirilecek çeşitli atölye çalışmalarıyla Batman yöresel yemeklerinin tanıtımı yapılarak uygulamalı sunumlarla ziyaretçilere kalıcı deneyimler yaşatılabilir. Yaratıcı turizm ile gastronomi turizminin bütünleştirilmesiyle özel paket turlar hazırlanabilir. Turizm tanıtım sitelerinde vegan vejetaryen beslenme gruplarına yönelik ilgi çekici yemek içerikleri ve görselleri paylaşılmalıdır. Şehirde hizmet veren otellerin de bu yemekleri restoran menülerine eklemeleri vejetaryen-vegan dostu bir gastronomi

destinasyonu imajı oluşturmada fayda sağlayacaktır. Batman, yöresel yemekleriyle ön plana çıkarılarak vegan vejetaryen beslenmeye uygun yöresel yemeklerin markalaşması sağlanabilir. Turizmin önemli bir çekim gücü olan gastronomi alanında uzmanlaşmış olan gastro rehberlere yönelik eğitimlerle vegan vejetaryen beslenmeye uygun yöresel yemeklerin tanıtılması da daha büyük kitlelere ulaşmayı kolaylaştıracaktır. Var olan potansiyeli değerlendirerek şehrin turizm alanındaki rekabet gücünü arttırmak için vegan vejetaryen mutfaka uygun yöresel yemeklerin restoran menülerinde yer alması, tanıtımlarının yapılması önem teşkil etmektedir. Bu doğrultuda yürütülecek çalışmalar aynı zamanda sürdürülebilir, erişilebilir turizm hedefine ulaşma yolunda atılan doğru adımlar olacak ve yerel ekonomiyi de canlandıracaktır.

Kaynakça

- Akdağ, Ö., Özata, E., Sormaz, Ü. ve Çetinöz, B. (2016). Sürdürülebilir gastronomi turizmi için yeni bir alternatif: Surf & turf. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 4(1), 270-281.
- Aktaş, A. ve Özdemir, G. (2018). Gastronomi turizmi ve Türkiye'nin potansiyeli. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 1-18.
- Aktaş, N. and Algan, G. Ö. (2018). RawFood. In; F. Nizamlioğlu (Ed.), *Gastronomide Güncel Konular* (pp. 117-128). Konya: Billur Yayınevi.
- Chiras, D.D. (2010). *Environmental science*. Eighth Edition. Jones and Bartlett Publishers.
- Cohen, E. and Avieli, N. (2004). Food in tourism: Attraction and impediment. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 755-778.
- Cole, S. T. and Morgan, N. (2010). Tourism and the new tribes: Understanding the authentic tourist. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(7), 895-914.
- Çağlı, I. B. (2012). Türkiye'de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İTÜ, Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama ABD, İstanbul.
- Fox, R. and Ward, K. (2008). You are what you eat: Vegetarianism, health and identity. *Sociology of Health & Illness*, 30(5), 675-693.
- Hall, C. M. and Sharples, L. (2003). The Consumption of Experiences: The Case Of Food Tourism. In; *Food tourism around the world* (pp. 23-40). Routledge.
- Hall, C. M. and Sharples, L. (2004). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. In *Food tourism around the world* (pp. 1-24). Routledge.
- Hekimoğlu, G. (2020). Yemek sosyolojisinin perspektifinden gündelik gurmeler: Batman örneği. *Everyday foodies from the perspective of food sociology: The case of Batman. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 13(71), 577-599.
- Jamieson, A. (2017). *Vegan Yaşam for Duummies*. Ankara: Nobel Yaşam.
- Jang, S. S., Bai, B., Hu, Y. and Wu, T. (2009). Affect, travel motivation, and the decision to revisit. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26(6), 636-651.
- Kansanen, I. (2013). *Vegan Travel-The Ways How Vegan Diet Influences Travel Experience*. (Unpublished Bachelor's Thesis), HAAGA HELIA University of Applied Science.

- Kılıç, Y., & Uyar, S. (2019). Vejetaryen ve vegan turistlerin Türkiye'deki gastronomi deneyimleri üzerine bir inceleme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(3), 156-171.
- Mangels, A. R., Messina, V. and Messina, M. (2011). *The dietitian's guide to vegetarian diets: issues and applications*. Jones & Bartlett Learning.
- Melina, V., Craig, W. and Levin, S. (2016). Position of the academy of nutrition and dietetics: Vegetarian diets. *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics*, 116(12), 1970-1980.
- Okumus, B., Kock, N., Law, R. and Altınay, L. (2013). From gastronomic delights to culinary tourism: A theoretical framework. *Tourism Management Perspectives*, 5, 145-154.
- Olca, A., Giritlioğlu, İ. ve Özekici, Y. (2017). Sakin şehir prensiplerinin Halfeti'nin yerel mutfak üzerindeki etkisinde yerel halkın tutumu üzerine bir araştırma. *The Journal of International Social Research*, 10(51), 1330-1343. doi: 10.17719/jisr.2017.1861.
- Özdemir, G. ve Altın, D. D. (2019). Gastronomi kavramları ve gastronomi üzerine bir inceleme. *Erzincan University Journal of Social Sciences Institute*, 12(1), 1-14.
- Özdemir, S. (2015). *Batman mutfakları*. Batman Valiliği Yayınları.
- Özdoğan, E. S. (2018). Vejetaryen olmayı seçmek. *İnsan ve İnsan*, 5(15), 64-74.
- Quan, S. and Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: An exploratory study of cultural heritage tourists. *Tourism Management*, 25(3), 297-305.
- Richards, G. (2015). *The new global gastronomy: Tourism, authenticity and the senses*. Routledge.
- Robinson, P. and Novelli, M. (2005). *Niche tourism: An introduction*. Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Rosala, H. (2015). Consumer selection of vegetarian meal in restaurants.
- Ruby, M. B. (2012). Vegetarianism. A blossoming field of study. *Appetite*, 58(1), 141-150.
- Sezgin, A. C. ve Onur, M. (2017). Kültür Mirası Düğün Yemekleri'nin Gastronomi Turizmi Açısından İncelenmesi: Erzincan İli Örneği. *The Investigation of Cultural Heritage Wedding Dishes In Gastronomy Tourism*. 203-214.
- Smith, A. ve Hall, C. M. (2004). Restaurants and local food in New Zealand. In *Food Tourism Around The World* (pp. 261-279). Routledge.
- Şanlı, Y. ve Ertaş, Y. (2018). Vejetaryen Mutfak. In; Nizamlioğlu, F. (Ed) *Gastronomide Güncel Konular* (s. 133-164). Konya: Billur Yayınevi ve Basımevi
- Tatlıcı, G. (2018). Görsel belleğin izinde Türk resminde yemek kültürü.
- Timur, S. Ve Yılmaz, H. (2016). Türk mutfaklarının gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi: Antalya örneği. *Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 1(1), 1-16.
- Torres Bernier, E. (2003). Del turista que se alimenta al turista que busca comida. *Gastronomía y Turismo*. Cultura al Plato. Lacanau, G. y Norrild, J.(coordinadoras). CIET, Buenos Aires, 305-316.

- Torusdağ, G. B., Özkan Önem, E., Sami, F. ve Kızıldemir, Ö. (2022). Yerel mutfakların gastronomi turizmi çerçevesinde değerlendirilmesi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*.
- Tunçay, G. Y., (2018). Sağlık Yönüyle Vegan / Vejetaryenlik. *Eurasian Journal of Health Sciences Eurasian JHS*, 1(1), 25-29.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2025). Batman'ın Coğrafi İşaretli Yemekleri <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/liste?il=72&tur=&urunGrubu=&adi=>, Erişim Tarihi: 28 Mart 2025
- Yalçınkaya, Ö. ve Ertaş, M. (2010). Türk mutfak kültürünün turizm potansiyeli. *Journal of Yaşar University*, 5(19), 3327-3344.
- Yılmaz, H., & Şenel, P. (2016). Bir iletişim biçimi olarak gastronomi. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yönet Eren, F., & Ceyhun Sezgin, A. (2017). The importance of Turkish Cuisine in gastronomy tourism.

Şanlıurfa Mutfak Kültüründe Izgara Yemekleri ve Sunumu Üzerine Bir Değerlendirme

Mehmet Fatih KAYRAN^{1*}

¹ Halfeti Meslek Yüksekokulu/Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
Harran Üniversitesi, Türkiye
fatihkayran@hotmail.com

ORCID: 0000-0002-2711-7829

Özet

Şanlıurfa, tarih boyunca farklı medeniyetlerin kesişim noktasında yer almasıyla yalnızca kültürel açıdan değil, aynı zamanda gastronomik açıdan da zengin bir yapıya sahiptir. Bu köklü mutfak kültürü içerisinde ızgara yemekleri, hem tarihsel hem de toplumsal işleviyle öne çıkan bir unsur olarak dikkat çekmektedir. Etin seçimi, hazırlanışı, pişirme teknikleri ve sunum biçimleriyle kendine özgü bir gelenek haline gelen ızgara yemekleri, Şanlıurfa'nın gastronomik kimliğini şekillendiren en temel öğelerden biridir. Bu çalışma, Şanlıurfa mutfak kültüründe ızgara yemeklerinin tarihsel gelişimini, çeşitlerini, hazırlanış ve sunum biçimlerini, aynı zamanda gastronomi turizmi açısından taşıdığı önemi derleme yöntemiyle incelemeyi amaçlamaktadır. Bu çerçevede araştırmanın temel amacı, Şanlıurfa mutfağında ızgara geleneğinin tarihsel ve kültürel kökenlerini ortaya koymak, bu geleneğin yöresel kimliğe ve gastronomi turizmine katkılarını değerlendirmektir.

Şanlıurfa mutfak kültürü, Mezopotamya'dan itibaren süregelen et işleme ve pişirme geleneklerinin bir devamı niteliğindedir. Bölgede tarih öncesi dönemlerden itibaren hayvancılığın yoğun yapılması, ızgara yemeklerinin gelişiminde belirleyici bir faktör olmuştur. Şanlıurfa, tarih boyunca göç yolları üzerinde yer almış, bu sayede farklı kültürlerin etkileşimine açık bir mutfak kültürü açısından haline gelmiştir. Bu etkileşim, pişirme tekniklerine, baharat kullanımına ve etin hazırlanma biçimlerine yansımıştır. Şanlıurfa mutfağında “ızgara” terimi genellikle “kebab” sözcüğüyle eş anlamlı olarak kullanılmakta ve çok sayıda alt türe ayrılmaktadır. Bunların başında Urfa kebabı, ciğer kebabı, patlıcan kebabı, soğan kebabı, frenk kebabı ve haşhaş kebabı gelmektedir. Şanlıurfa'da ızgara yemeklerinin sunumu, sade ama özenli bir biçimde yapılmaktadır. Genellikle bakır tabaklarda, yanında isot, sumaklı soğan, közlenmiş biber, domates ve lavaş ekmekle servis edilir. Bununla birlikte ızgarada hazırlanan yemeklerin basit bir biçimde lavaş ekmeği üzerine konularak servis edilmesi de yaygındır. Gastronomi turizmi açısından değerlendirildiğinde, Şanlıurfa ızgaraları destinasyonun marka kimliğini oluşturan temel unsurlardandır. Yerli ve yabancı turistler için Urfa kebabı, kentin tanıtımında sembol bir değere sahiptir. Bu yemeklerin özgün reçetelerle korunması, yerel işletmelerin bu kültürü yaşatması ve ulusal festivallerde tanıtılması sürdürülebilir gastronomi açısından önem taşımaktadır. Bunun yanı sıra yerel ekonomiye katkı sağlaması ve kültürel mirasın korunmasına hizmet etmesi yönleriyle de değerlidir.

Çalışma sonucunda Şanlıurfa mutfak kültüründe ızgara çeşitlerinin, hem tarihsel hem de kültürel açıdan önemli bir yere sahip olduğu dikkat çekmektedir. Şanlıurfa'da ızgara yemeklerinin tarihsel süreçte yalnızca bir pişirme biçimi olmaktan çıkarak, kültürel bir kimlik unsuru haline geldiği görülmektedir. Izgara yemekleri, toplumsal ilişkilerin güçlendirilmesinde, misafirperverlik anlayışının yaşatılmasında ve yöresel mutfak geleneğinin korunmasında önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca, gastronomi turizminin gelişmesiyle birlikte ızgara yemeklerinin, bölgenin tanıtımı ve ekonomik kalkınması açısından stratejik bir değer kazandığı

görülmektedir. Geleceğe yönelik olarak, Şanlıurfa'daki ızgara geleneğinin sürdürülebilir gastronomi uygulamalarıyla entegrasyonu, yerel eğitim programlarıyla desteklenmesi ve uluslararası düzeyde markalaştırılması önerilebilir. Özellikle coğrafi işaretli ürünlerin tanıtımı ve yerel restoranlarda otantik pişirme tekniklerinin korunması, bu kültürel mirasın devamlılığını sağlayacaktır. Sonuç olarak, Şanlıurfa mutfak kültüründeki ızgara yemekleri, hem geçmişle bugün arasında köprü kuran bir gelenek, hem de kentin gastronomik geleceğini şekillendiren bir unsuru olarak değerlendirilmektedir.

Anahtar Sözcükler: Mutfak, Izgara, Yemek, Sunum, Şanlıurfa.

Kaynakça

- Çelik, M., & Aksoy, M. (2017). Şanlıurfa'da özel günlerde yapılan yemeklere yönelik bir araştırma. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 4(Special Issue 1), 136-144.
- Dilsiz, M. (2023). Şanlıurfa'nın gastronomi turizmine katkısı: Yerel yemeklerin tanıtımı üzerine bir inceleme. *Turizm ve Kültür Dergisi*, 8(2), 112-126.
- Ercan, M. O., & Erdoğan, T. (2023). Şanlıurfa mutfak kültüründe yer alan yöresel yemeklerin yiyecek-içecek işletmeleri menülerinde yer alma düzeyi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 6(2), 866-878.
- Güler, S., & Şahin, A. (2022). Yöresel mutfakların turizmdeki rolü: Şanlıurfa örneği. *Anadolu Gastronomi Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 45-60.
- Kayran, M. F., & Atçıl, D. (2021). Şanlıurfa'nın Coğrafi İşaretli Ürünleri ve Gastronomi Turizmi Potansiyeli. *Ankara: Detay Yayıncılık*.
- Kılıç, E., & Yalçın, H. (2021). Geleneksel kebab kültürünün sunum ve tüketim biçimleri: Şanlıurfa üzerine bir değerlendirme. *Türk Mutfak Kültürü Dergisi*, 3(2), 85-98.
- Özer Altundağ, Ö., & Atik, S. (2024). Gastronomi mirası: Coğrafi işaretli içeceklere turizm akademisyenlerinin bakış açısı. *Tourism and Recreation*, 6(2), 246-261.
- Özmen, Ş., & Deniz, G. (2024). Gastronomi turizmi kapsamında coğrafi işaretli ürünlerin yiyecek ve içecek işletmelerinde kullanımı: Niğde ili örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 538-560.
- Sandıkçı, M. (2019). Türk mutfak kültüründe et ve ızgara geleneği. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(3), 201-218.
- Sürücüoğlu, M. S., & Akman, N. (2017). Geleneksel Türk mutfağında etin yeri ve önemi. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 1(1), 33-49.
- Üzümcü, S. (2020). Şanlıurfa kebab kültürü ve gastronomik değer olarak önemi. *Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(4), 277-291.
- Zencir Çiftçi, E. (2021). Türk turizm dergilerinde gastronomi: Gastronomi çalışmaları nereye gidiyor? *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 642-659.

Türkiye’de Yerel Halk Konulu Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi: Turizm Alanında Bir Eğilim Değerlendirmesi

Şeyma DUMANLI^{1*}

¹Halfeti Meslek Yüksekokulu/Seyahat, Turizm ve Eğlence Hizmetleri
Harran Üniversitesi, Türkiye
seymadumanli@harran.edu.tr

ORCID: 0000-0003-4403-0167

Özet

Bu çalışma, Türkiye’de “yerel halk” temalı lisansüstü tezleri bibliyometrik açıdan inceleyerek alandaki akademik eğilimleri, disiplinler arası dağılımı, yöntemsel tercihleri ve bölgesel yoğunlaşmaları ortaya koymayı amaçlamaktadır. Yükseköğretim Kurulu (YÖK) Ulusal Tez Merkezi veri tabanından “yerel halk” anahtar sözcüğüyle ulaşılan ve 17 Temmuz 2025 tarihine kadar kaydedilmiş toplam 266 tez, SPSS 25.0 programı aracılığıyla betimsel istatistikler (frekans ve yüzde) kullanılarak analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular, tezlerin büyük oranda turizm disiplinine ait olduğunu, araştırmalarda çoğunlukla nicel yöntemlerin ve anket tekniğinin kullanıldığını, çalışmaların en fazla Marmara ve Akdeniz bölgelerinde yoğunlaştığını göstermektedir. Ayrıca tezlerin büyük çoğunluğunun Türkçe yazıldığı, bu durumun uluslararası erişilebilirlik açısından sınırlayıcı olduğu tespit edilmiştir. Yerel halk konulu araştırmaların niteliksel ve disiplinler arası açıdan daha derinlikli hâle getirilmesi, farklı coğrafi alanlarda daha kapsayıcı çalışmalar yapılması ve farklı yöntemlerin daha fazla kullanılması gerektiği sonucuna varılmıştır. Bu bağlamda, yerel halkla etkileşime dayalı uygulamalı araştırmaların artırılması ve disiplinler arası iş birliklerinin teşvik edilmesi önem arz etmektedir.

Anahtar Sözcükler: Yerel halk, Bibliyometrik analiz, Lisansüstü tezler, Turizm araştırmaları, Disiplinler arası yaklaşım

Kaynakça

- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (2005). Residents’ perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.03.001>
- Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665-690. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90060-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90060-3)
- Aref, F. (2011). Barriers to community capacity building for tourism development in communities in Shiraz, Iran. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(3), 347-359. <https://doi.org/10.1080/09669582.2010.517314>
- Aref, F., & Redzuan, M. R. B. (2009). Community capacity building for tourism development. *Journal of Human Ecology*, 27(1), 21-25. [10.1080/09709274.2009.11906187](https://doi.org/10.1080/09709274.2009.11906187)
- Berger, J., & Baker, C. (2014). Bibliometrics: an overview. *RGUHS Journal of Pharmaceutical Sciences*, 4(3), 81-92. [10.5530/rjps.2014.3.2](https://doi.org/10.5530/rjps.2014.3.2)

- Bushell, R., & McCool, S. (2007). Tourism as a tool for conservation and support of protected areas: Setting the agenda, içinde R. Bushell & P. F. J. Eagles (Eds.), *Tourism and Protected Areas* ss 12–26, CABI.
- Demirbulat, Ö. G., & Dinç, N. T. (2017). Sürdürülebilir turizm konulu lisansüstü tezlerin bibliyometrik profili. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2), 20-30. 10.24010/soid.334320
- Eagles, P. F., McCool, S. F., & Haynes, C. D. (2002). Sustainable tourism in protected areas: Guidelines for planning and management (No. 8). Iucn. https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=6qcaOZ3LkU8C&oi=fnd&pg=PR5&dq=Sustainable+tourism+in+protected+areas:+Guidelines+for+planning+and+management&ots=m4gvXcY6Dm&sig=5Iz74yUHBTP-v-ZlkDBtWwi2gLY&redir_esc=y#v=onepage&q=Sustainable%20tourism%20in%20protected%20areas%3A%20Guidelines%20for%20planning%20and%20management&f=false
- Erdoğan, S. U., & Çiğdemli, A. Ö. Ö. (2022). Turizm bağlamında işgören devri (turnover) çalışmalarının bibliyometrik analizi: web of science örneği. *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, 4(2), 84-107. <https://doi.org/10.51525/johti.1191890>
- Godfrey, K., & Clarke, J. (2000). *The tourism development handbook: A practical approach to planning and marketing*, Continuum.
- Gursoy, D., Jurowski, C., & Uysal, M. (2002). Resident attitudes: A structural modeling approach. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79-105. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00028-7](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00028-7)
- Gursoy, D., & Rutherford, D. G. (2004). Host attitudes toward tourism: An improved structural model. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 495-516. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2003.08.008>
- Gursoy, D., Ouyang, Z., Nunkoo, R., & Wei, W. (2019). Residents' impact perceptions of and attitudes towards tourism development: A meta-analysis. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 28(3), 306-333. <https://doi.org/10.1080/19368623.2018.1516589>
- Güneş, S. G., Gündoğdu, K., & Aksu, H. S. (2022). ULAKBİM tarafından taranan ulusal hakemli dergilerde yayımlanmış Gönüllü Turizm Konulu Makalelerin Bibliyometrik Analizi. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation and Sports Sciences*, 5(1), 1-15. <https://doi.org/10.53353/atrss.980788>
- Haukeland, J. V. (2011). Tourism stakeholders' perceptions of national park management in Norway. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(2), 133-153. <https://doi.org/10.1080/09669582.2010.517389>
- Jamal, T., & Stronza, A. (2009). Collaboration theory and tourism practice in protected areas: Stakeholders, structuring and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(2), 169-189. <https://doi.org/10.1080/09669580802495741>
- Jurowski, C., Uysal, M., & Williams, D. R. (1997). A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism. *Journal of Travel Research*, 36(2), 3-11. <https://doi.org/10.1177/004728759703600202>

- Kaygalak-Çelebi, S., & Kırlar-Can, B. (2019). Turizm rehberliği alanında yapılan makalelerin bibliyometrik analizi. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 3(2), 213-223. <https://doi.org/10.30625/ijctr.580271>
- Lankford, S. V., & Howard, D. R. (1994). Developing a tourism impact attitude scale. *Annals of Tourism Research*, 21(1), 121-139. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)90008-6](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)90008-6)
- Matarrita-Cascante, D., Brennan, M. A., & Luloff, A. E. (2010). Community agency and sustainable tourism development: The case of La Fortuna, Costa Rica. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(6), 735-756. <https://doi.org/10.1080/09669581003653526>
- Mihalič, T., Šegota, T., Knežević Cvelbar, L., & Kuščer, K. (2016). The influence of the political environment and destination governance on sustainable tourism development: A study of Bled, Slovenia. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(11), 1489- 1505. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1134557>
- Muganda, M., Sirima, A., & Ezra, P. M. (2013). The role of local communities in tourism development: Grassroots perspectives from Tanzania. *Journal of Human Ecology*, 41(1), 53-66. [10.1080/09709274.2013.11906553](https://doi.org/10.1080/09709274.2013.11906553)
- Nunkoo, R. (2015). Tourism development and trust in local government. *Tourism Management*, 46, 623-634. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.08.016>
- Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2011). Developing a community support model for tourism. *Annals of Tourism Research*, 38, 964-988. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.01.017>
- Perdue, R. R., Long, P. T., & Allen, L. (1990). Resident support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 17(4), 586-599. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(90\)90029-Q](https://doi.org/10.1016/0160-7383(90)90029-Q)
- Pritchard, A. (1969). Statistical bibliography or bibliometrics. *Journal of Documentation*, 25, 348.
- Scherl, L. M., & Edwards, S. (2007). Tourism, indigenous and local communities and protected areas in developing nations, içinde R. Bushell & P. F. J. Eagles (Eds.), *Tourism and Protected Areas* ss 71–88, CABI.
- Šegota, T., Mihalič, T., & Perdue, R. R. (2024). Resident perceptions and responses to tourism: individual vs community level impacts. *Journal of Sustainable Tourism*, 32(2), 340-363. <https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2149759>
- Sekhar, N. U. (2003). Local people's attitudes towards conservation and wildlife tourism around Sariska Tiger Reserve, India. *Journal of Environmental Management*, 69(4), 339-347. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2003.09.002>
- Sinclair-Maragh, G., & Gursoy, D. (2016). A conceptual model of residents' support for tourism development in developing countries. *Tourism Planning & Development*, 13(1), 1-22. <https://doi.org/10.1080/21568316.2015.1047531>
- Süntar, E. B., & Can, E. (2023). Yerel Halkın Turizme İlişkin Yaklaşımlarını İnceleyen Literatür Üzerine Bibliyometrik Analiz. *Journal of Travel and Tourism Research*, 22(22), 62-95.
- Tosun, C. (1999). An analysis of the economic contribution of inbound international tourism in Turkey. *Tourism Economics*, 5(3), 217-250. <https://doi.org/10.1177/135481669900500301>

- Tosun, C. (2000). Limits to community participation in the tourism development process in developing countries. *Tourism Management*, 21(6), 613-633. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00009-1](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00009-1)
- Tosun, C. (2006). Expected nature of community participation in tourism development. *Tourism Management*, 27(3), 493-504. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.12.004>
- Yeksan, Ö., & Akbaba, A. (2019). Sürdürülebilir turizm makalelerinin bibliyometrik analizi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 220-231. <https://doi.org/10.32572/guntad.502563>
- Western, D., & Wright, R. M. (1994). The background to community-based conservation, içinde D. Western & R. M. Wright (Eds.), *Natural connections: Perspectives in community-based conservation* ss 1–12, Island Press.

Şanlıurfa Kültür Varlıklarının Ziyaretçi Deneyimleri Çerçevesinde Değerlendirilmesi

Süleyman Can ASLAN^{1*}, S. Ceylin ŞANLI KAYRAN²

¹Halfeti Meslek Yüksekokulu/Seyahat, Turizm ve Eğlence Hizmetleri
Harran Üniversitesi, Türkiye
suleymancanaslan@harran.edu.tr

ORCID: 0000-0002-9887-6275

²Halfeti Meslek Yüksekokulu/ Seyahat, Turizm ve Eğlence Hizmetleri
Harran Üniversitesi, Türkiye
ceylinsanli@harran.edu.tr

ORCID: 0000-0001-7339-0538

Özet

Günümüz turizm anlayışı, yalnızca dinlenme ve eğlenme odaklı "deniz-kum-güneş" üçgeninden sıyrılarak, kültürel, tarihî ve manevi unsurları merkeze alan çok boyutlu bir yapıya evrilmiştir. Turistlerin farklı toplumların yaşam biçimlerini ve tarihsel dokularını yerinde deneyimleme isteği, kültür ve inanç turizmini stratejik bir konuma taşımıştır. Bu bağlamda Türkiye, sahip olduğu katmanlı kültürel yapısıyla büyük bir potansiyel barındırmakta; özellikle "Peygamberler Şehri" olarak anılan Şanlıurfa, Balıklıgöl, Hz. İbrahim Mağarası ve Göbeklitepe gibi değerleriyle ulusal ve uluslararası turizmde öne çıkmaktadır. Kültür turizminin gelişimi yerel değerlerin korunması açısından önemli bir araç olmakla birlikte, sürdürülebilirlik ilkelerine dayalı planlamalar yapılmadığı takdirde kültürel varlıklar üzerinde olumsuz etkiler de doğurabilmektedir (Meydan Uygur ve Baykan, 2007). Destinasyonların sürdürülebilir yönetimi, ziyaretçi deneyimlerinin doğru analiz edilmesine bağlıdır. Dijitalleşen dünyada TripAdvisor gibi platformlardaki kullanıcı yorumları, destinasyon imajı ve hizmet kalitesi hakkında, klasik saha araştırmalarına kıyasla daha geniş ve gerçekçi veriler sunmaktadır. Bu çalışmanın temel amacı, Şanlıurfa'nın tarihî ve simgesel kültür varlıklarına (Balıklıgöl, Göbeklitepe ve Hz. İbrahim Mağarası) yönelik çevrimiçi ziyaretçi yorumlarını analiz ederek, destinasyonun turistik değerinin algısını ve ziyaretçi memnuniyetinin boyutlarını ortaya koymaktır.

Şanlıurfa'nın turizm potansiyeli literatürde geniş yer bulmaktadır. Balıklıgöl ve Hz. İbrahim Mağarası inanç turizminin merkezindeyken; UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne dahil edilen Göbeklitepe, hem arkeolojik önemi hem de "tarihin sıfır noktası" algısıyla destinasyonun konumunu güçlendirmiştir (Özdol Kutlu ve Türksoy, 2021). Ayrıca Göbeklitepe, ilk buğday ve mercimeğin ana yurdu olmasıyla gastronomi turizmiyle de ilişkilendirilmekte ve çok boyutlu bir çekicilik sunmaktadır (Şanlı Kayran, 2023; Sevimli vd., 2021). Literatürdeki çalışmalar, ziyaretçi deneyimlerinin interaktif uygulamalar ve hizmet kalitesiyle şekillendiğini (Çiçek ve Genç, 2023; Dilek ve Doğan, 2018), ancak altyapı ve yerel halkın tutumlarının da memnuniyette belirleyici olduğunu göstermektedir (Göktaş, 2016). Destinasyon pazarlamasında ziyaretçi görüşlerinin dikkate alınması gerektiği, Göbeklitepe üzerine yapılan çalışmalarda da vurgulanmıştır (Bayuk & Yavuz, 2020; Belli & Çolak, 2019). Bu çalışma da

söz konusu literatüre ampirik bir katkı sunarak, ziyaretçi deneyimlerini derinlemesine incelemeyi hedeflemektedir.

Araştırmada veri toplama tekniği olarak doküman incelemesi kullanılmıştır. Doküman incelemesi, verilerin anlamlandırılması ve ampirik bilgi geliştirilmesi için sistematik bir analiz sürecini gerektirmektedir (Sak, Şahin Sak, Öneren Şendil & Nas, 2021). Bu kapsamda TripAdvisor platformunda en çok değerlendirme alan üç kültür varlığı olan Balıklıgöl (1146 yorum), Göbeklitepe (909 yorum) ve Hz. İbrahim Mağarası (306 yorum) çalışma evreni olarak seçilmiş; 21.10.2025 tarihine kadar yapılan son 3 yıldaki değerlendirmelerden elde edilen 91 detaylı yorum analiz edilmiştir. Veriler, içerik analizi ve betimsel analiz yöntemleriyle çözümlenmiş; birbirine benzeyen veriler belirli kavramlar ve kategoriler altında toplanarak yorumlanmıştır (Yıldırım & Şimşek, 2013).

Analiz sonucunda, incelenen kültür varlıklarının genel puan ortalamalarının yüksek olduğu (Göbeklitepe 4,7; Balıklıgöl 4,6; Hz. İbrahim Mağarası 4,4) görülmüştür. Toplam 91 yorumdan 169 kod üretilmiş; bu kodların %50,88'inin Göbeklitepe'ye, %39,64'ünün Balıklıgöl'e ve %9,46'sının Hz. İbrahim Mağarası'na ait olduğu belirlenmiştir. Ziyaretçi ifadeleri "Olumlu Özellikler" ve "Olumsuz Özellikler" olmak üzere iki ana kategoride toplanmıştır. Toplam kodların %69,82'si olumlu özellikler kategorisindedir. Bu kategoride en sık tekrarlanan kodlar "Tarihi ve arkeolojik önemin takdiri" (%18,93) ve "Alanın görselliği ve deneyimsel etkisi" (%15,38) olmuştur. Olumsuz özellikler kategorisinde ise "Fiyat ve maliyet şikayetleri" ile "Beklenti ve deneyim uyumsuzluğu" ve "Kalabalık ve ziyaret yoğunluğu" en çok öne çıkan sorunlardır.

Balıklıgöl özelinde ziyaretçiler, alanın manevi ve mistik atmosferini, tarihi dokusunu ve huzur verici yapısını övgüyle karşılamışlardır. "Manevi atmosferin etkisi" ve "Tarihi ve arkeolojik önemin takdiri" en yüksek frekansa sahip olumlu kodlardır. Ancak, alan içerisindeki satıcıların baskısı, "sıra gecesi" pazarlaması gibi ticari faaliyetler ve otopark/kalabalık sorunları, "Fiyat ve maliyet şikayetleri" ile "Kalabalık ve ziyaret yoğunluğu" başlıkları altında olumsuz deneyimler olarak kaydedilmiştir. Göbeklitepe için yapılan değerlendirmelerde, alanın 12.000 yıllık geçmişi, "insanlık tarihinin başlangıcı" olması ve atmosferin büyüleyiciliği ön plandadır. Ziyaretçiler burayı "kelimelerle anlatılamayacak bir deneyim" olarak nitelendirmiş; ancak kafeterya fiyatlarının yüksekliği ve biletlerin döviz kuru üzerinden satılması sert eleştirilere neden olmuştur (Fiyat ve maliyet şikayetleri). Hz. İbrahim Mağarası'nda ise manevi atmosferin etkisi güçlü bir olumlu unsur iken; alanın darlığı, ibadet edenler ile turistlerin aynı mekânda bulunmasının yarattığı sıkışıklık ve izdiham, "Beklenti ve deneyim uyumsuzluğu" ile "Eksik veya tamamlanmamış alan ve servis sorunu" olarak kodlanan olumsuzlukları doğurmuştur.

Araştırma sonuçları, Şanlıurfa'nın simgesel kültür varlıklarının ziyaretçiler üzerinde derin duygusal, manevi ve bilişsel etkiler bıraktığını; ziyaretçilerin bu alanları dünya mirası bilinciyle sahiplendiğini göstermektedir. Ancak fiyat politikaları, ticarileşme algısı, kalabalık yönetimi ve yönlendirme eksiklikleri ziyaretçi memnuniyetini sınırlayan temel faktörlerdir. Bu bulgular, ören yerlerindeki ücret politikaları ve kalabalık yönetimine dair literatürdeki diğer çalışmalarla (Kuzu ve Sürme, 2023; Mancı ve Tengilimoğlu, 2021; Şahin ve Şad, 2018; Belli & Çolak, 2019) örtüşmektedir. Sonuç olarak, Şanlıurfa'nın kültürel mirasının sürdürülebilir yönetimi için zaman aralıklı giriş uygulamaları, fiyat şeffaflığı, ticari faaliyetlerin disipline edilmesi ve manevi atmosferi koruyacak mekânsal düzenlemelerin hayata geçirilmesi önerilmektedir.

Anahtar Sözcükler: Şanlıurfa, Ziyaretçi deneyimi, Kültürel miras, TripAdvisor yorumları, İçerik analizi, Betimsel analiz

Kaynakça

- Bayuk, M. N., & Yavuz, M. (2020). Turizm Destinasyonlarının Arkeolojik Sit Alanı Pazarlaması: 2019 Göbeklitepe Yılı'nın Ardından Bir Araştırma. *Journal of Applied Tourism Research*, 1(2), 65-82.
- Belli, S., & Çolak, O. (2019). Şanlıurfa'nın Turistik Çekim Unsurlarına Yönelik Ziyaretçi E-Yorumlarının Analizi: Tripadvisor Örneği. *Journal of Academic Value Studies*, 3(15), 444-457.
- Çiçek, M., & Genç, V. (2023). The role of interactive applications in the museum experience: The example of Göbeklitepe ruins and Şanlıurfa Archaeology Museum. *Turkish Journal of Archaeology and Ethnography*, 86, 99-115.
- Dilek, S. E., & Doğan, M. (2018). The effects of interactive applications on visitors' experience: A case of Göbeklitepe, Turkey. *Social Sciences Studies Journal*, 4(3), 66-80.
- Göktaş, L. S. (2016). *Şanlıurfa ve Konya İllerinin İnanç Turizmi Potansiyelleri ve Halkın İnanç Turizmine Bakış Açısından İki İlin Karşılaştırılması*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Kuzu, S., & Sürme, M. (2023). Göbeklitepe'nin sosyal medyadaki yansımaları: turistlerin çevrimiçi olumsuz yorumlarının içerik analizi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(49), 393-408.
- Mancı, A. R., & Tengilimoğlu, E. (2021). TripAdvisor ziyaretçi yorumlarının içerik analizi: Göbeklitepe örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 1525-1545.
- Meydan Uygur, S., & Baykan, E. (2007). Kültür turizmi ve turizmin kültürel varlıklar üzerindeki etkileri. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (2), 30-49.
- Özdoğru Kutlu, S., & Türksoy, S. S. (2021). Kültür turizminde tarih öncesi arkeolojik yerleşmeler ve göbeklitepe örneği. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (47), 303-315.
- Şahin, S., & Şad, B. (2018). Müzelere Yönelik E-Yorumların İçerik Analizi Yöntemi ile Değerlendirilmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 14(1), 199-202.
- Sak, R., Şahin Sak, İ. T., Öneren Şendil, Ç., & Nas, E. (2021). Bir araştırma yöntemi olarak doküman analizi. *Kocaeli Üniversitesi Eğitim Dergisi*, 4(1), 227-256.
- Şanlı Kayran, S. C. (2023). Göbeklitepe konulu makalelerin turizm çerçevesinde değerlendirilmesi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 225-241.
- Sevimli, Y., Tatlı, M., & Kızıldemir, Ö. (2021). Göbeklitepe'nin Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 263-286.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (Genişletilmiş 10. Baskı). Ankara: Seçkin Yayınevi.

Gastronomi Araştırmalarında Kullanılan Teoriler: 2020-2025 Yerli Alanyazın Araştırmaları Üzerine SistematiK Analiz

Dila řAHİNGÖK¹, Ozan GÜLER², Nuri Anıl MAZLUM³*

¹Turizm Fakültesi/Turizm İşletmeciliğı Bölümü
Mersin Üniversitesi, Türkiye

²Turizm Fakültesi/Turizm İşletmeciliğı Bölümü
Mersin Üniversitesi, Türkiye
ozanguler@mersin.edu.tr

ORCID:0000-0002-0062-3983

³Turizm Fakültesi/Turizm İşletmeciliğı Bölümü
Mersin Üniversitesi, Türkiye

Özet

Son 200 yılda yemek, mutfak ve beslenme konusunda artan çalışmalarla birlikte gastronominin bir bilim dalı olup olmadığı sıkça tartışılan konulardan biri haline gelmiştir. Birçok farklı bilim dalları ve disiplinler ile yakın ilişkisi olan gastronomi alanı, bilimsel yolculuk anlamında henüz yolun çok başında olan, kavramsal ve kuramsal altyapısı diğer bilim disiplinlerinden ödünç alınan ve kendisini kendisiyle açıklayacak teorik zenginliğe henüz ulaşmamış bir bilimsel araştırma alanıdır. Bu noktada bir bilimsel çalışma alanının kendi bilimsel yolunu kurmasının bir diğer yolu da farklı alanlardaki neden sonuç ilişkisinin açıklanmasında başvurulmuş teorileri kendi çalışma alanında uygulamaktır. Gastronomi alanı hem sosyal bilimler hem de fen bilimleri alanındaki bilim dallarında başvurulmuş birçok teorelin uygulanabileceğı şanslı alanlardan birisidir. Bu araştırma ile 2020-2025 yılları arasında yayınlanmış gastronomi araştırmalarının sistematiK analizinin yapılması amaçlanmıştır. Böylelikle herhangi bir teoriden hareketle nicel ya da nitel araştırma yöntemleri ile gerçekleştirilmiş olan araştırmaların, belirli kriterler ışığında teori, konu ve yöntem çeşitliliğı açısından güncel durumu ortaya koyulabilecektir. Dolayısıyla gelecekte üzerinde durulması gereken yeni konu boşlukları ve araştırma tasarımları önerilebilecektir. Çalışmanın amacına uygun olarak bireysel bakış açısına önem veren, anlamları yorumlama sürecine dayanan nitel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Birçok farklı araştırma modeline sahip olan nitel araştırma yöntemi içerisinde, bir fenomen ya da durumlar ile alakalı bilgileri içeren materyallerin incelenmesini kapsayan doküman tarama modeline başvurulmuştur. Dört farklı doküman tarama tekniğı arasından sistematiK analiz tekniğıne başvurulmuştur. SistematiK derleme çalışmaları belirli bir araştırma sorusuna cevap verebilmek amacıyla, ilgili yayınların önceden belirlenmiş kriterler doğrultusunda bir araya getirilerek sentezlenmesi olarak tanımlanabilmektedir. SistematiK derleme araştırmaları literatürde gerçekleştirilmiş olan çalışmalar arasındaki tutarlılığı belirler ve gelecekte hangi araştırma konularına ihtiyaç olduğunun keşfedilmesine olanak sağlar. SistematiK derleme çalışmaları belirli bir araştırma sorusuna cevap verebilmek amacıyla, ilgili yayınların önceden belirlenmiş kriterler doğrultusunda bir araya getirilerek sentezlenmesi olarak tanımlanabilmektedir. SistematiK derleme çalışmalarında, araştırma sorularına odaklanarak yanıtların belirlenmesi, analiz sürecinde taraflılığı önlemektedir. Bu

araştırmada 1. Gastronomi araştırmalarında en fazla kullanılan teoriler nelerdir?, 2. Teorik temalı gastronomi araştırmalarında en fazla yayın yapan dergiler hangileridir?, 3. Teorik temalı gastronomi araştırmalarında en fazla yayın yapılan yıllar hangileridir?, 4. Teorik temalı gastronomi araştırmalarında en fazla kullanılan yöntem hangisidir? ve 5. Teorik temalı gastronomi araştırmalarında konu dağılımı nasıldır? sorularına cevap aranmıştır.

01.10.2025-15.10.2025 tarihleri arasında Google Akademik veri tabanında “gastronomi ve teori”, “mutfak ve teori” ve “yemek ve teori” anahtar kelimeleri ile tarama yapılmıştır. Tarama neticesinde her bir anahtar kelime grubu ile 20 sayfa ve her sayfada 10 yayın olmak üzere 200’er yayından toplam 600 yayın gözden geçirilmiştir. Bu yayınlar içerisinde kitap bölümleri, bildiriler ve herhangi bir teoriden hareketle nicel ya da nitel analiz yapmayan derleme türündeki makaleler kapsam dışında bırakılmıştır. Sonuç olarak yerli alanyazında Türkçe ve İngilizce dillerinde yayınlanan toplam 57 makale sistematik olarak incelenmek üzere araştırma kapsamına dahil edilmiştir. 2020-2025 yılları arasında yerli alanyazında yayınlanan 57 makalede, 39 farklı teoriye başvurulduğu görülmektedir. Bazı çalışmalar birden fazla teoriden hareketle gerçekleştirilmiş ve sonuç olarak 57 makalede 63 teoriye yer verilmiştir. İlgili 57 araştırmanın tamamı başvurdukları teori ve ortaya sürdükleri teorik modellerinden hareketle nicel ya da nitel analizler gerçekleştirmişlerdir. Başvurulan teoriler arasında ilk sırayı 15 çalışma ile “Planlı Davranış Teorisi (PDT)” almaktadır. Bunu takiben yine PDT’den hareketle geliştirilen bir teori olan “Genişletilmiş Teknoloji Kabul Modeli” üç çalışmada kullanılmıştır. “Değer, İnanç, Norm Teorisi”, “Özerklik Teorisi”, “Sosyal Değişim Teorisi”, “Tüketim Değeri Teorisi”, “Yeniliklerin Yayılması Teorisi”, Gösterişçi Tüketim Teorisi ve Biyopolitika Kuramı ise 2’şer çalışmada yer alarak toplam 16 makalede araştırma sorularının yanıtlanmasında ve sonuçların açıklanmasında rehber olmuşlardır. Geriye kalan 29 teori ise birer çalışmada kullanılmıştır. Teorik temelli gastronomi çalışmalarının yayınlandığı 35 farklı dergi bulunmaktadır. Bunlar içerisinde en çok çalışmanın yayınlandığı dergi Journal of Tourism and Gastronomy Studies dergisidir. Ardından dörder çalışma ile Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel ve Türk Turizm Araştırmaları Dergisi; üçer çalışma ile Aydın Gastronomy ve İşletme Araştırmaları Dergisi gelmektedir. Çalışmaların 2020 yılından itibaren her yıl artış gösterdiği ve 2025 yılının 15 teorik araştırma ile en fazla yayın yapılan yıl olduğu görülmüştür.

Teorik araştırmaların 38 tanesi nicel, 19 tanesi ise nitel araştırma yöntemleri ile analiz edilmiştir. 57 makale konuları açısından 7 farklı kategoriye ayrılmıştır. Bu kategoriler arasında en fazla teorik araştırmanın gerçekleştirildiği konu kategorileri 15 makale ile “Gastronomi Turizmi ve Yerel Yemek Deneyimi” iken bu kategoriyi 11 makale ile “Mutfak Kültürü, Kimlik ve Bellek” ve 8’er makale “Gastronomi Eğitimi” ve “Teknoloji-Sosyal Medya” takip etmiştir. Bu bulgular ışığında herhangi bir teoriden hareketle bir araştırma sorununu çözmeyi amaçlayan gastronomi temalı araştırmalarda artış olduğu gözlenmekle birlikte tüketici davranışlarının araştırılmasında 3’te 1’lik kısmın hala Planlı Davranış ve bu teorinin uzantısı olan teorilerin kullanıldığı görülmektedir. Gastronomi pazarlamasını ilgilendiren konularda daha farklı konuların ve teorilerin ele alınması faydalı olacaktır. Araştırma konusu açısından da yöresel yemek deneyimi, gastronomi eğitimi ve sosyal medya temelli araştırmalarda birbirini tekrar eden araştırmalardan farklı konulara yönelmesi yerinde olacaktır. Son olarak nitel araştırma yöntemleri ile gerçekleştirilen araştırmalarda da daha fazla teoriye yer verilmesi, elde edilen bulguların dayanak alınan teoriler ile bağlantısının güçlülüğünün tartışılması ya da yeni teorilerin ileri sürülmesi gastronomi alanının bilimsel geleceği için faydalı olacaktır.

Anahtar Sözcükler: Gastronomi, Gastronomi araştırmaları, Teoriler, Sistematik tarama

Kaynakça

- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40.
- Güler, O. (2021). Bilimsel Araştırma Bakış Açısıyla Gastronomi Disiplini. Güler, O., Akdağ, G. ve Kale, A. (Ed), *Disiplinlerarası Gastronomi* (s. 14-35) içinde. Detay Yayıncılık.
- Hegarty, J. A. (2005). Developing “subject fields” in culinary arts, science and gastronomy. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(1), 5-13.
- Pedersen, M. T., Hansen, P. L. ve Clausen, M. P. (2021). Gastronomy unravelled by physics: Gastrophysics. *International Journal of Food Design*, 6(2), 153-180.
- Seyitoğlu, F., ve Çalışkan, O. (2018). Akademik disiplin olarak gastronomi: Kavramsal bir çalışma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15(3), 523–537.
- Synder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview. *Journal of Business Research*, 104, 333-339.
- Şahin, E., Akdağ, G., Çakıcı, C. ve Onur, N. (2018). Gastronomi ve mutfak sanatları anabilim dallarında yayınlanan tezlerin bibliyometrik analizi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek.1), 30-41.
- Yılmaz, K. (2021). Sosyal bilimlerde ve eğitim bilimlerinde sistematik derleme, meta değerlendirme ve bibliyometrik analizler. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(2), 1457-1490.

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Eğitiminde Aşçılık Gölgesi: Eğitim Müfredatlarına Yönelik Bir İnceleme

*Ezgi Zeynep KOZBAŞ¹, Gürkan AKDAĞ^{2*}, Aykut Göktuğ SOYLU³,
Yusuf KARA⁴*

Sosyal Bilimler Enstitüsü / Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı
Mersin Üniversitesi, Türkiye
ezgizeynepkozbas@gmail.com

ORCID: 0009-0002-9088-9589

Turizm Fakültesi/Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
Mersin Üniversitesi, Türkiye
gurkanakdag@mersin.edu.tr

ORCID: 0000-0001-9819-9465

Uygulamalı Bilimler Fakültesi/Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
Kayseri Üniversitesi, Türkiye
aykutsoylu@kayseri.edu.tr

ORCID: 0000-0002-7402-2291

Diyarbakır Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu / Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
Dicle Üniversitesi, Türkiye
yusuf.kara@dicle.edu.tr

ORCID: 0000-0002-4876-8698

Özet

Gastronomi ve ilişkili kavramların hem bilim dünyasında hem de popüler kültürde sergilemiş olduğu gelişim, konunun farklı bilim insanlarınca her geçen yıl daha da kapsamlı olarak araştırılmasına neden olmaktadır. Bu noktadan hareketle gastronomi ve mutfak sanatları eğitimi de son yıllarda üzerinde sıklıkla durulan çalışma konularından biri olarak kabul edilmektedir. Gillespie ve Cuisin (2001), gastronomi eğitiminin dinamik ve sürekli değişen bir çevreye uygun nitelikte işgücü sağlayacak şekilde yapılandırılması gerektiğini öne sürmektedir. Gastronomi, günümüzde ülkelerin sahip çıkması gereken yükselen bir değerdir. Bu değerın farkına varılması, sürdürülebilmesi ve anlaşılması için iyi planlanmış ayakları yere basan eğitim programlarına ihtiyaç vardır (Öney, 2016: 201). Günümüzde, üniversitelerin gastronomi ve mutfak sanatları bölümlerinin hemen hepsinin programında hem yiyecek içecek işletmeciliği hem de yemek pişirme sanatı eğitimi bulunmaktadır. Dört yıllık eğitim süresince temel mutfak bilgileri, ileri gastronomi teknikleri, dünya mutfaklarının incelikleri, Türk mutfacı gibi farklı alanlar müfredat kapsamında detaylandırılmaktadır. Ayrıca, programların hemen hemen

hepsinde mutlaka her yılın sonunda yurt içi ya da dışı otellerde, restoranlarda, tatil köylerinde mecburi stajlar da bulunmaktadır (Görkem ve Sevim, 2016: 981).

Türkiye’de devlet ve vakıf üniversiteleri çatısı altında Turizm Fakültesi, Güzel Sanatlar, Sanat ve Tasarım Fakülteleri ve Uygulamalı Bilimler Yüksekokulları bünyesinde yapılandırılmış olan dört yıllık Gastronomi ve Mutfak Sanatları lisans eğitimi, aday öğrenciler tarafından her sene gittikçe yükselen bir oranla tercih edilen bir programdır (Samancı, 2020: 92). Gastronomi eğitimi konusunda son yıllarda gerçekleştirilen çalışmalarda; bilimsel yönden iyi planlanmış, yiyecek ve içecek sektörüyle uyum gösteren, mesleki donanımların kazandırılmasını gözetten bir eğitimin gerekliliğini ortaya koyan sonuçlara ulaşılmıştır (Sarioğlu, 2014; Sevim ve Görkem, 2015; Öney, 2016; Çarbuğa ve diğerleri, 2018: 16). Ancak bu noktada ortaya çıkan temel problem gastronomi eğitiminin aşçılık programları müfredatına benzer niteliklerden oluşmasıdır. Hali hazırda devam eden müfredatlar incelendiğinde pek çok lisans programının aşçılık müfredatları ile benzer derslerden oluştuğu görülmektedir. Bu durum da aslında gastronomi eğitiminin pratik uygulamalarının olması gerekenden uzak sonuçlar vermesine sebep olmaktadır. Örneğin, müfredatlar incelendiğinde eğitimlerin ağırlıklı olarak mutfak uygulamaları boyutunda şekillendiği görülmektedir. Diğer yandan, müfredatların çoğunda gastronominin içecek ve servis boyutlarının ihmal edildiği ya da göstermelik birkaç ders ile geçirildiği görülmektedir. Ayrıca, yönetsel beceriler kazandırılması hedeflenen dersler ve muhasebe gibi yiyecek-içecek endüstrisi açısından son derece önemli derslere de gerekli düzeyde yer ayrılmadığı da bilinen bir gerçektir. Bu durum da aslında eğitimin gastronomi ve mutfak sanatları eğitiminden ziyade “ileri aşçılık uygulamaları” boyutunda şekillenmesine neden olmaktadır. Gastronomi ve Mutfak Sanatları eğitiminin disiplinler arası bir eğitim paketiyle ele alınması, aşçılık eğitiminde mesleki eğitimden bilişsel eğitime geçiş açısından son derece önemlidir (Hegarty 2011). Yiyecek-içecek yöneticisi yetiştirme hedefiyle faaliyet gösteren lisans programlarının mevcut bilişsel düzeye erişmesinin günümüz müfredatları ile başarılı sonuçlara ulaşabilmesi oldukça zor görülmektedir. Daha kapsamlı müfredat geliştirme çalışmalarıyla; gastronomi ve mutfak sanatları eğitimlerinin güncellenmesi ve çağın gereklerine uygun hale getirilmesi ile sadece akreditasyon ya da kalite çalışmalarında başarılı görünmek değil her anlamda donanımlı mezunlar verebilmek de mümkün olacaktır.

Anahtar Sözcükler: Gastronomi, aşçılık, eğitim, müfredat.

Kaynakça

Alyakut, Ö., & Küçükkömürler, S. (2018). Gastronomi Eğitimi Alan Üniversite Öğrencilerinin Mesleklerine Yönelik Metafor Algılarının Değerlendirilmesi, *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 9, 16, 823-852.

Çarbuğa, Ü., Aydın, M., Sormaz, Ü., & Yılmaz, M. (2018). Gastronomi Eğitimi Veren Yükseköğretim Kurumlarının Uygulamalı Meslek Derslerinin Değerlendirilmesi, *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3, 14-23.

Görkem, O. & Sevim, B. (2016). Gastronomi eğitiminde geç mi kalındı acele mi ediliyor? *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15, 58, 977-988

Gillespie, C. & Cousins, J. A. (2001). *European Gastronomy into the 21st Century*, Oxford: Butterworth-Heinemann.

Hegarty, J. (2011). Achieving Excellence by Means of Critical Reflection and Cultural Imagination in Culinary Arts and Gastronomy Education, *Journal of Culinary Sciences and Technology*, 9, 2, 55-65.

- Öney, H. (2016). Gastronomi Eğitimi Üzerine Bir Değerlendirme, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 35, 193-203.
- Samancı, Ö. (2020). Gastronomi: Disiplinler Arası Bir Buluşma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 31, 1, 92 – 95.
- Sarioğlu, M. (2014). A Theoretical Research on the Constraints of Development of Gastronomy Education in Turkey *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 116, 260-264.
- Sevim, B., & Görkem, O. (2015). Gastronomi ve Aşçılık Programlarında Gıda Güvenliği Donanım Altyapısının Değerlendirilmesi, *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 7, 1, 59-67.

Diyarbakır İlinin Mutfak Kültürünün UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına Girme Potansiyelinin SWOT Analizi Çerçevesinde Değerlendirilmesi

Başak BOZ^{1*}, Mehmet Fatih KAYRAN²

¹ Halfeti Meslek Yüksekokulu/Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri,
Harran Üniversitesi, Türkiye
basakboz@harran.edu.tr

ORCID: 0000-0002-8369-2908

² Halfeti Meslek Yüksekokulu/Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri
Harran Üniversitesi, Türkiye
fatihkayran@harran.edu.tr

ORCID: 0000-0000-0000-0000

Özet

Küreselleşmenin etkisiyle birlikte kültürel çeşitlilik ve yerel değerlerin korunması, günümüz turizm ve şehircilik politikalarında önemli bir yer edinmiştir. Özellikle Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) tarafından 2004 yılında kurulan Yaratıcı Şehirler Ağı (UNESCO Creative Cities Network - UCCN), şehirlerin kültürel ve yaratıcı endüstriler aracılığıyla sürdürülebilir kalkınmasını teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Türkiye, gastronomi alanında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'nda önemli bir konuma sahiptir. Diyarbakır ili, Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yer almakta olup, binlerce yıllık tarihi geçmişi, çok kültürlü yapısı ve zengin mutfak kültürüyle öne çıkan kadim şehirlerden biridir. Diyarbakır'ın mutfak kültürü, tarih boyunca farklı medeniyetlerin izlerini taşıyan, çeşitlilik ve özgünlük bakımından dikkat çeken bir yapıya sahiptir. Diyarbakır'ın mutfak kültürünün UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na girme potansiyelinin değerlendirilmesi, hem şehrin uluslararası tanınırlığını artıracak hem de yerel kalkınmaya katkı sağlayacaktır.

Bu çalışmanın amacı, Diyarbakır mutfak kültürünün UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na girme potansiyelini SWOT analizi çerçevesinde değerlendirmek; güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehditleri ortaya koyarak, şehrin yaratıcı şehir statüsüne erişimi için öneriler sunmaktır. Çalışma hem Diyarbakır'ın gastronomik mirasının korunmasına katkı sağlamayı hem de Türkiye'nin yaratıcı şehir vizyonuna yeni bir bölgesel örnek kazandırmayı hedeflemektedir. Bu çalışmada, Diyarbakır ilinin mutfak kültürünün UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na girme potansiyeli SWOT analizi çerçevesinde değerlendirilmiştir. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi ve literatür taraması kullanılmıştır. Diyarbakır'ın kültürel mirası, mutfak kültürü, gastronomi turizmi potansiyeli ve UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kriterleriyle ilgili ulusal ve uluslararası literatür incelenmiş, özellikle Diyarbakır'ın kültürel mirası ve mutfak kültürüyle ilgili yapılan güncel araştırmalardan elde edilen bulgular analiz edilmiştir. Ayrıca, alan uzmanlarıyla odak grup görüşmesi yapılmıştır. Araştırmada, Diyarbakır'ın mutfak kültürünün güçlü ve zayıf yönleri,

fırsat ve tehditleri sistematik olarak ortaya konulmuş, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na başvuru sürecinde dikkate alınması gereken stratejik unsurlar belirlenmiştir. SWOT analizi kapsamında, Diyarbakır'ın mutfak kültürünün çeşitliliği, yerel ürünlerin özgünlüğü, gastronomi festivalleri, eğitim kurumları, tanıtım faaliyetleri, yerel halkın farkındalık düzeyi ve turizm altyapısı gibi faktörler detaylı olarak incelenmiştir. Diyarbakır'ın mutfak kültürü, sahip olduğu çeşitlilik, özgünlük ve tarihsel derinlik ile UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na girme potansiyeline sahiptir. Şehrin gastronomik kimliği, yerel ürünlerin zenginliği, geleneksel yemeklerin korunması ve toplumsal yaşamda mutfak kültürünün oynadığı rol, güçlü yönler arasında yer almaktadır. Diyarbakır'ın mutfak kültürünün UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na dahil olabilmesi için bazı zayıf yönlerin giderilmesi gerekmektedir. Özellikle tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin yetersizliği, gastronomi turizmi bilincinin tam olarak oluşturulamamış olması, turizm altyapısındaki eksiklikler ve yerel yönetimlerin koordinasyonunda yaşanan sorunlar, şehrin potansiyelini tam olarak ortaya koymasını engellemektedir.

Anahtar Sözcükler: Mutfak, Mutfak Kültürü, Diyarbakır Mutfağı, Gastronomi, Gastronomi Şehirleri.

Kaynakça

- Araç, E., & Arı, G. (2024). Gastronomi turizmi SWOT analizi: Ankara örneği. *Journal of Silk Road Tourism Research*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14568404>
- Bal, F. (2021). *Yerel halkın kültürel mirasa yönelik farkındalık düzeyi: Diyarbakır ili örneği*. Batman Üniversitesi. <https://doi.org/hdl.handle.net/20.500.12402/3078>
- Büyükyıldırım, C., Yılmaz, M., Sormaz, Ü., & Özata, E. (2023). Burdur ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. <https://doi.org/10.21325/jotags.2023.1243>
- Çağlar, Z., & Doğan, M. (2018). UNESCO Dünya Miras Listelerinin turizm arzına etkisi: Diyarbakır örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3). <https://doi.org/10.21325/jotags.2018.293>
- Hastaoğlu, E., & Özdemir, Ö. (2024). Diyarbakır ilinin kültürel miraslarının turizm potansiyeli ve yerel halkın görüşleri üzerine bir araştırma. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*. <https://doi.org/sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/pub/issue/89369/1600339>
- Saltık, I. A., & Gülduran, Ç. A. (2020). Sahnede şehirler! Türkiye'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı - film alanı açısından değerlendirilmesi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*. <https://doi.org/10.21733/ibad.797330>
- Yılmaz, G., Kılıçarslan, D., Caber, M., & Yılmaz, G. (2020). How does a destination's food image serve the common targets of the UNESCO Creative Cities Network? *International Journal of Tourism Cities*, 6(4). <https://doi.org/10.1108/ijtc-07-2019-0115>
- Yordam, S., & Akkuş, Ç. (2020). Kastamonu yemek kültürünün UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kriterleri kapsamında incelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(2). <https://doi.org/10.21325/jotags.2020.587>

Bursa'nın İnanç Turizmi Potansiyeli: Tarihi, Kültürel ve Sosyo-Ekonomik Boyutlarıyla Bir Değerlendirme

Mustafa COŞKUNER^{1*}, Şahin KURT², Nesrin SAVAŞ³

Bağımsız Araştırmacı, Türkiye

¹mustafacoskuner03@gmail.com

ORCID: 0000-0003-3032-1836

Bağımsız Araştırmacı,

Türkiye,

²sahinkurt55@gmail.com

ORCID: 0000-0002-2617-5306

Uygulamalı Bilimler Fakültesi/Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı

Dicle Üniversitesi, Türkiye

³nesrin.svs@dicle.edu.tr

ORCID: 0000-0002-5131-5550

Özet

İnanç turizmi, kutsal mekânlara yapılan ziyaretlerin ötesinde dinî, tarihî ve kültürel unsurların bütüncül biçimde deneyimlenmesini kapsayan çok boyutlu bir turizm türü olarak günümüzde giderek önem kazanmaktadır. Modern turizm anlayışında ziyaretçiler yalnızca ibadet amacıyla seyahat etmemekte; aynı zamanda kutsal kabul edilen mekânların taşıdığı tarihsel anlatıları, kolektif hafızayı, mimari özellikleri ve sembolik anlamları deneyimleme arayışına girmektedir. Bu yönüyle inanç turizmi, kültür turizmi ve deneyimsel turizmle kesişen dinamik bir yapı sergilemekte; destinasyon kimliğinin güçlendirilmesi ve turizm ürününün çeşitlendirilmesi açısından stratejik bir rol üstlenmektedir.

Bu çalışma, Bursa'nın inanç turizmi potansiyelini tarihî, kültürel ve sosyo-ekonomik boyutlarıyla ele almayı; kentin çok dinli mirasının günümüz turizm politikaları ve sürdürülebilir kalkınma hedefleri açısından nasıl değerlendirilebileceğine dair bütüncül bir bakış sunmayı amaçlamaktadır. Çalışmada özellikle erken dönem Bizans mirası, Osmanlı dönemi İslâm yapıları, Musevî mirası ve somut olmayan kültürel unsurların turizmdeki yansımaları üzerinde durularak, Bursa'nın ulusal ve uluslararası düzeyde bir inanç turizmi destinasyonu olarak konumlanma potansiyeli tartışılmaktadır.

Çalışma nitel araştırma yaklaşımı çerçevesinde gerçekleştirilmiş olup doküman analizi yöntemine dayanmaktadır. Resmî kurum verileri, belediye raporları, akademik çalışmalar ve ilgili literatür incelenerek Bursa'nın inanç turizmi unsurları tarihsel arka plan, mimari miras, somut olmayan kültürel değerler ve ziyaretçi istatistikleri bağlamında değerlendirilmiştir. Elde edilen veriler betimsel analiz yoluyla sistematik biçimde sınıflandırılmıştır.

Araştırma bulguları, Bursa'nın üç semavi dine ait somut ve somut olmayan kültürel mirası aynı coğrafyada barındırması nedeniyle özgün bir inanç turizmi destinasyonu niteliği taşıdığını göstermektedir. İznik'te 325 ve 787 yıllarında gerçekleştirilen Ekümenik Konsiller,

Hristiyanlık tarihi açısından evrensel öneme sahip olup kentin uluslararası görünürlüğünü artırmaktadır. Osmanlı Devleti'nin ilk başkenti olması, Ulu Cami, Yeşil Külliye, Emir Sultan Külliyesi, Muradiye ve Hüdavendigar gibi erken dönem İslam mimarisi örnekleri aracılığıyla Bursa'yı İslam dünyası açısından önemli bir merkez hâline getirmiştir. Osman Gazi ve Orhan Gazi Türbeleri ise Osmanlı'nın kuruluş hafızasını temsil eden sembolik mekânlar olarak yoğun ziyaretçi çekmektedir.

Bunun yanı sıra Geruş ve Mayor sinagogları, kentin Musevî kültürel mirasını temsil ederek çok dinli yapıyı tamamlamaktadır. Karagöz ve Hacivat geleneği, Mevlevî ayinleri, Erguvan Bayramı ve Sancak Nöbeti gibi somut olmayan kültürel miras unsurları ise inanç turizmine deneyimsel ve kültürel bir derinlik kazandırmaktadır. 2023 yılı verileri, inanç odaklı destinasyonların 2,5 milyonun üzerinde ziyaretçi ağırladığını ortaya koymaktadır. Ancak ziyaretlerin büyük ölçüde gününbirlik gerçekleştiği ve konaklama süresinin sınırlı kaldığı tespit edilmiştir.

Elde edilen bulgular, Bursa'nın tarihî derinliği, mimari zenginliği ve çok dinli kültürel yapısı sayesinde güçlü bir inanç turizmi potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte bu potansiyelin sürdürülebilir bir turizm değerine dönüştürülebilmesi için bütüncül planlama, kültürel mirasın korunması, tematik çok dinli rotaların oluşturulması ve deneyim temelli turizm ürünlerinin geliştirilmesi gerekmektedir. İnanç turizminin kültür ve deneyim turizmiyle entegre edilmesi, ziyaretçi memnuniyetini ve destinasyon bağlılığını artırarak kentin sosyo-ekonomik kalkınmasına katkı sağlayacaktır.

Anahtar Sözcükler: İnanç turizmi, Destinasyon kimliği, Kültürel miras yönetimi, Sürdürülebilir kalkınma

Kaynakça

- Anadolu Ajansı. (2024). Bursa'ya gelen yabancı turistlerin ülkelere göre dağılımı. Erişim 12 Ekim 2025.
- Anadolu Ajansı. (2024). TÜRSAB: Bursa'da konaklayan turist sayısı 1,3 milyon. Erişim 12 Ekim 2025.
- Arkeolojik Haber. (2024). Bursa müzelerinde ziyaretçi rekoru. Erişim 12 Ekim 2025.
- Bursa Büyükşehir Belediyesi. (2023). Bursa Mevlevihanesi ve Müzesi (Tanıtım broşürü). Erişim 12 Ekim 2025.
- Bursa Büyükşehir Belediyesi. (2024). Uluslararası uygarlık ve inanç tarihi sempozyumu. Erişim 12 Ekim 2025.
- Bursa Büyükşehir Belediyesi. (n.d.). Karagöz ve Hacivat gölge oyunu. Erişim 12 Ekim 2025.
- Bursa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (n.d.). Geruş Sinagogu. Erişim 12 Ekim 2025.
- Bursa TV. (2023). Bursa Mevlevihanesi'nde 98 yıl sonra Şeb-i Arus töreni. Erişim 12 Ekim 2025.
- Griffin, K., & Raj, R. (2018). The importance of religious tourism and pilgrimage: Reflecting on definitions, motives and data. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 5(3), 2.
- İznik Belediyesi. (n.d.). İznik Gölü Sualtı Bazilikası. Erişim 12 Ekim 2025.
- İznik Belediyesi. (n.d.). Koimesis Tes Theotokos Kilisesi. Erişim 12 Ekim 2025.

- Karaman, O., & Duran, M. (2021). UNESCO Dünya Mirası listesinin kültürel miras turizmine etkisi: Bursa Hanlar Bölgesi örneği. *Researches on Multidisciplinary Approaches*, 9(2), 1-17.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kültür Portalı. (n.d.). Emir Sultan Camii ve Külliyesi. Erişim 12 Ekim 2025.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kültür Portalı. (n.d.). Ulu Cami (Bursa). Erişim 12 Ekim 2025.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kültür Portalı. (n.d.). Yeşil Cami (Çelebi Mehmet Camii). Erişim 12 Ekim 2025.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kültür Portalı. (n.d.). Yeşil Türbe. Erişim 12 Ekim 2025.
- UNESCO Dünya Mirası Merkezi. (n.d.). İznik (Nikaia) – adaylık dosyası tanıtım metni. Erişim 12 Ekim 2025.
- Yıldırım Belediyesi. (2023). Emir Sultan’ın izinde Erguvan Bayramı. Erişim 12 Ekim 2025.

Sürdürülebilir Arkeoturizm Perspektifinde Mezopotamya: Mardin'in Kültürel Mirası ve Dijital Teknolojilerin Rolü

Abdullah GÜNGÖR^{1*}, Mehmet Necati CİZRELİOĞULLARI²

¹Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye
fzt.abdullahgungor@hotmail.com

ORCID: 0009-0005-7800-4671

²Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye
necaticizreliogullari@artuklu.edu.tr

ORCID: 0000-0000-0000-0000

Özet

Mezopotamya, insanlık tarihinin en köklü medeniyetlerine ev sahipliği yapmış, kültürel ve arkeolojik zenginlikleriyle eşsiz bir bölgemizdir. Bu coğrafyada yer alan Mardin, Sümer, Asur, Babil, Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı gibi medeniyetlerin izlerini taşıyan çok kültürlü bir merkez olmuştur. Deyrulzafaran Manastırı, Dara Antik Kenti, Mardin Kalesi ve tarihi taş evler, kentin arkeoturizm potansiyelini ortaya koymaktadır (Timothy, 2011). Sürdürülebilir arkeoturizm, bu mirasın korunmasını sağlarken, turizmin ekonomik ve sosyal faydalarını yerel halkla buluşturmayı hedefi haline gelmiştir (Kozak & Kozak, 2016). Mardin'in eşsiz dokusu, arkeoturizm açısından cazibe merkezi oluştururken, sürdürülebilirlik ilkeleriyle bu mirasın geleceğe taşınması kritik öneme sahiptir.

Arkeoturizm, arkeolojik alanların turizm amaçlı kullanımını içerirken, sürdürülebilirlik, çevresel, kültürel ve ekonomik dengeyi koruma sorumluluğunu vurgulamıştır. Mardin gibi kültürel açıdan hassas bölgelerde, aşırı turizm, altyapı eksiklikleri ve bilinçsiz ziyaretçi davranışları, miras üzerinde çeşitli riskler oluşturur (Gössling, 2017). Sürdürülebilir arkeoturizm, ekonomik kazançla birlikte kültürel değerlerin korunmasını ve yerel toplumların refahını artırmayı amaç edinir. Mardin'in Mezopotamya'daki konumu, bu bağlamda hem fırsatlar hem de zorluklar sunmaktadır. Dara Antik Kenti gibi alanlar, küresel tanınırlık potansiyeline sahipken, bu alanların korunması için yenilikçi çözümler gerekebilir (Yılmaz & Özer, 2018).

Dijital teknolojiler, sürdürülebilir arkeoturizmin geliştirilmesinde dönüştürücü bir rol oynayabilir. Artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR), turistlere arkeolojik sitleri fiziksel ziyaret olmadan deneyimleme imkânı sunarak çevresel etkileri azaltmayı hedef koyar (Buhalis & Law, 2008). Örneğin, Mardin'deki tarihi alanlarda VR turları, hem ziyaretçi deneyimini zenginleştirir hem de sitlerin aşınmasını önlemeye çalışır. Coğrafi bilgi sistemleri (GIS) ve mobil uygulamalar, turist akışını düzenleyerek aşırı kalabalığı azaltabilir (Akgün & Türk, 2019). Sosyal medya platformları, Mardin'in kültürel mirasını küresel ölçekte tanıtmak için etkili bir araç olarak görünür. Instagram ve X gibi platformlar, destinasyonların görünürlüğünü artırırken, yerel halkın turizm süreçlerine katılımını teşvik etmektedir (Zeng & Gerritsen, 2014). Ancak, dijitalleşme sürecinde kültürel hassasiyetlerin korunması ve veri güvenliği gibi konular göz ardı edilmemesine dikkat edilmesi gerekir.

Mardin, Mezopotamya'nın kültürel ve tarihi zenginliklerini barındıran bir açık hava müze havasını andırır. Dara Antik Kenti, Roma döneminden kalma su sarnıçları, mezarları ve surlarıyla arkeoturizm açısından önemli bir destinasyon olmuştur. Deyrulzafaran Manastırı, Süryani kültürünün yaşayan bir temsilcisi olarak, hem dini hem de kültürel turizm için çekim noktasıdır (Öztürk & Yazıcıoğlu, 2020). Mardin'in taş mimarisi ve dar sokakları, UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne aday gösterilecek kadar değerli olmuştur. Ancak, bu alanların yoğun turist akışına maruz kalması, fiziksel yıpranma ve kültürel erozyon riskini artırabilir (Timothy & Nyaupane, 2009).

Sürdürülebilir arkeoturizm, Mardin'in kültürel mirasını korurken ekonomik kalkınmayı desteklemeyi amaçlamaktadır. Yerel halkın turizm süreçlerine katılımı, hem kültürel değerlerin korunmasını hem de ekonomik gelirin tabana yayılmasını sağlamıştır. Örneğin, yerel rehberlerin eğitimi ve küçük ölçekli turizm işletmelerinin desteklenmesi, sürdürülebilir kalkınma hedeflerine katkı sunmaktadır (Kozak & Kozak, 2016). Bununla birlikte, altyapı eksiklikleri, yetersiz tanıtım ve koruma politikalarının zayıflığı, Mardin'in arkeoturizm potansiyelini tam anlamıyla değerlendirmesini zor hale getirmektedir (Yılmaz & Özer, 2018).

Dijital teknolojiler, arkeoturizmin sürdürülebilirliğini artırmada yenilikçi çözümler sunmaktadır. Artırılmış gerçeklik (AR), ziyaretçilere arkeolojik alanlarda interaktif deneyimler yaşatır. Örneğin, Dara Antik Kenti'nde AR uygulamalarıyla, ziyaretçiler Roma dönemine ait yapıları dijital olarak canlandırılmış haliyle görülebilir (Buhalis & Law, 2008). Sanal gerçeklik (VR) turları, fiziksel ziyaretlerin çevresel etkilerini azaltarak sitlerin korunmasına katkı sağlamıştır. Bu teknolojiler, özellikle pandemi sonrası dönemde, uzak destinasyonlara erişimi kolaylaştırarak turizmi demokratik hale getirebilir (Akgün & Türk, 2019).

Coğrafi bilgi sistemleri (GIS), turist akışını yönetmek ve arkeolojik alanların taşıma kapasitesini belirlemek için etkili bir araç olmuştur. Mardin'de GIS tabanlı uygulamalar, turist yoğunluğunu izleyerek aşırı kalabalığı önüne geçebilir. Mobil uygulamalar, ziyaretçilere tarihi alanlar hakkında bilgi sunarken, yerel rehberlerin ve küçük işletmelerin tanıtımını yapabilir (Gössling, 2017). Sosyal medya platformları, Mardin'in kültürel mirasını küresel çapta tanıtmak için güçlü bir araç olmuştur. Örneğin, Instagram'da paylaşılan görsel içerikler, Mardin'in estetik ve tarihi dokusunu vurgulayarak uluslararası turistlerin ilgisini çekebilir (Zeng & Gerritsen, 2014). Ancak, dijitalleşme sürecinde, yerel kültürün ticarileşmesi ve mahremiyet ihlalleri gibi riskler dikkate alınmalıdır.

Mardin, Mezopotamya'nın kültürel mirasını sürdürülebilir arkeoturizm aracılığıyla tanıtma eşsiz bir potansiyele sahip olmuştur. Dijital teknolojiler, bu süreçte hem koruma hem de tanıtım açısından kritik bir rol oynayabilir. VR ve AR teknolojilerinin yaygınlaştırılması, GIS tabanlı yönetim sistemlerinin geliştirilmesi ve sosyal medya stratejilerinin güçlendirilmesi önerilmiştir. Yerel halkın dijital becerilerinin artırılması, turizm gelirlerinin tabana yayılmasını sağlamaktadır. Mardin'in arkeoturizm potansiyelini sürdürülebilir bir şekilde değerlendirmek için, kültürel mirasın korunması ve dijital yeniliklerin entegrasyonu arasında dengeli bir yaklaşım benimsemiştir (Timothy, 2011). Yerel yönetimler, turizm paydaşları ve akademisyenler arasındaki iş birliği, bu hedefe ulaşmada kilit rol oynayacaktır.

Anahtar Sözcükler: Mardin, Mezopotamya, Arkeoturizm, Sürdürülebilirlik, Kültürel Miras.

Kaynakça

- Akgün, A., & Türk, E. (2019). Turizmde dijital dönüşüm ve sürdürülebilirlik. *Turizm Akademik Dergisi*, 6(1), 45-56.
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management. *Tourism Management*, 29(4), 609-623. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>
- Gössling, S. (2017). Tourism, information technologies, and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(7), 1024-1041. <https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1259313>
- Kozak, M., & Kozak, N. (2016). Sürdürülebilir turizm: Kavramlar ve uygulamalar. Detay Yayıncılık.
- Öztürk, Y., & Yazıcıoğlu, İ. (2020). Kültürel turizm ve yerel kalkınma. *Anatolia*, 31(2), 200-212. <https://doi.org/10.1080/13032917.2020.1727553>
- Timothy, D. J. (2011). Cultural heritage and tourism. Channel View Publications.
- Timothy, D. J., & Nyaupane, G. P. (2009). Cultural heritage and tourism in the developing world. Routledge.
- Yılmaz, İ., & Özer, Ö. (2018). Arkeoturizm ve kültürel mirasın korunması: Türkiye örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15(3), 123-136.
- Zeng, B., & Gerritsen, R. (2014). Social media and tourism development. *Tourism Management Perspectives*, 11, 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2014.04.001>

Teşekkür

Bu çalışmanın hazırlanmasında değerli rehberliği, yapıcı eleştirileri ve engin bilgi birikimiyle yol gösteren danışman hocam Doc. Dr. Mehmet Necati CİZRELİOĞLU'na en içten teşekkürlerimi sunarım.

Hıdrellez Geleneği Ekseninde Bir Etkinlik Turizmi Modeli Önerisi

Sedat DEĞİŞGEL^{1*}

¹ Marmaris Turizm MYO/ Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye
sedatdegisgel@mu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-5937-4934

Özet

Küresel turizmde yaşanan paradigma değişimi, destinasyonları sahip oldukları özgün kültürel değerleri yenilikçi ve sürdürülebilir bir anlayışla sunmaya teşvik etmektedir. Bu "deneyim ekonomisi" yönelimi (Richards, 2011), Türkiye gibi zengin bir somut olmayan kültürel miras (SOKÜM) hazinesine sahip ülkeler için önemli fırsatlar sunmaktadır. Bu mirasın en canlı örneklerinden olan Hıdrellez geleneği; baharın gelişi, umut ve bereket gibi evrensel temalarıyla hem yerel topluluklar için birleştirici bir güç hem de bu deneyimi arayan ziyaretçiler için son derece çekici bir potansiyel vaat etmektedir. Ancak, bu potansiyelin harekete geçirilmesi, kültürel mirasın özgünlüğünün korunması sorumluluğu ile bu mirastan sürdürülebilir ekonomik fayda yaratma fırsatı arasında hassas bir denge gerektirmektedir (Timothy & Boyd, 2006). Bu çalışma, Hıdrellez geleneğinin sığ bir "turistik gösteriye" indirgenmeden ya da kontrolsüz bir ticarileşmeyle özünden koparılmadan nasıl yönetilebileceği sorusuna yanıt aramaktadır. Bu doğrultuda çalışmanın temel amacı, Hıdrellez'in otantik ruhunu merkeze alan, hem mirasın gelecek nesillere aktarımını güvence altına alacak hem de bölgeye somut sosyo-ekonomik canlılık katacak, toplum temelli ve sürdürülebilir bir etkinlik turizmi modeli önermektir.

Önerilen modelin düşünsel altyapısı, üç temel kuramsal alanın sentezine dayanmaktadır:

Somut Olmayan Kültürel Mirasın (SOKÜM) Korunması: SOKÜM, korunması için durağanlaştırılması ve kalıplaştırılması gereken bir nesne değil, topluluklar tarafından sürekli yeniden yaratılan "yaşayan bir miras" sürecidir (UNESCO, 2003; Oğuz, 2013). Turizm bu süreci destekleyebilirken, en temel risk mirasın, turistik bir gösteriye indirgenerek anlam bağlamından koparılması tuzağına düşmesidir (MacCannell, 1976; Çelik & Yılmaz, 2018). Bu riske karşı en etkili yöntem, mirasın taşıyıcısı olan yerel topluluğun, turizm geliştirme sürecinin her aşamasında aktif bir özne olarak yer almasıdır.

Etkinlik Turizmi: Festivaller, bir "yer yaratma" stratejisi olarak, bir coğrafi mekânı insanların zihninde özel bir anlama sahip bir "yere" dönüştürür (Getz, 2005). Özellikle düşük sezonlarda turistik hareketlilik yaratarak mevsimselliği azaltabilir, yerel ekonomiye katkı sunabilir ve bir bölgenin pozitif imajla tanıtımını sağlayabilir (Richards, 2011).

Sürdürülebilir Bölgesel Kalkınma: Bu yaklaşım, kalkınmayı sadece ekonomik büyümeyle değil; ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel boyutları içeren üçlü bir sacayağı üzerine kurar (WCED, 1987). Turizm odaklı bir kalkınma modelinin sürdürülebilirliği, yaratılan gelirin yerel halkın refahını adil bir şekilde artırmasına, toplumsal kimliği güçlendirmesine ve doğal çevreye zarar vermemesine bağlıdır (Urry & Larsen, 2011).

Bu çalışma, nitel araştırma desenlerinden yararlanarak bir model önerisi geliştirmeyi hedeflemektedir. Araştırmanın temel yöntemi, Hıdrellez geleneğinin derinlemesine bir vaka

analiziyle incelenmesi ve bu analizden elde edilen bulguların, etkinlik turizmi ve sürdürülebilir kalkınma literatürüyle birleştirilerek kavramsal bir modelin inşa edilmesidir. Veri toplama sürecinde, konuyla ilgili mevcut kültür, gelenek ve tarih odaklı literatürden yararlanılmıştır. Geliştirilen model, betimsel bir analiz sunmanın ötesinde, politika yapıcılar ve yerel paydaşlar için uygulanabilir bir yol haritası sunmayı amaçlayan kuralcı (prescriptive) bir nitelik taşımaktadır.

Hıdrellez, tek bir kökene indirgenemeyecek kadar zengin, çok katmanlı ve senkretik bir kültürel mirastır. Geleneğin turistik bir ürüne dönüştürülebilmesi için bu katmanlı yapının anlaşılması kritik öneme sahiptir.

İslamiyet Öncesi Kökenler: Geleneğin özündeki "doğanın uyanışı" teması, İslamiyet öncesi Orta Asya Türk inançlarındaki bahar şenlikleri ve Antik Mezopotamya-Anadolu mitlerindeki "ölen ve yeniden dirilen bereket tanrısı" gibi erken örneklerden derin izler taşır (Boratav, 2012; And, 2012).

İslami Dönem ve Hızır-İlyas Sentezi: Kadim gelenekler, İslami halk inançları potasında Hızır ve İlyas peygamberlerin her yıl 6 Mayıs'ta bir gül ağacı dibinde buluşması anlatısıyla yeniden yorumlanmıştır (Artun, 2010). Bu İslami anlatı, eski bereket kültürünün halk tarafından özümsemesine ve devamlılığına katkı sağlamıştır.

Günümüzdeki Ritüeller ve Toplumsal Boyut: Ateşten atlama (sembolik arınma), gül dibine dilek dileme (umudun somutlaşması) ve ortak sofraların kurulduğu şenlikler (toplumsal birliktelik), geleneğin günümüzdeki en canlı pratikleridir ve kolektif bir umut atmosferi yaratır (Artun, 2010).

Bu model, Hıdrellez geleneğini, tüm paydaşlar için değer yaratan bütüncül bir etkinliğe dönüştürmeyi hedeflemektedir.

Vizyon ve İlkeler: Vizyon, Türkiye'nin en özgün ve uluslararası tanınırlığa sahip bahar karşılama festivalini yaratmaktır. Temel ilkeler; özgünlüğün korunması, toplum temellilik, sürdürülebilirlik ve katılımcı deneyimdir.

Mekânsal Tasarım: "Hıdrellez Köyü": Festival, doğayla iç içe, farklı deneyim duraklarından oluşan geçici bir köy olarak tasarlanır.

Yönetişim Modeli: Başarının anahtarı yerel halkın sahiplenmesidir. Bu amaçla, belediye, muhtarlık, yerel dernekler ve kadın kooperatiflerinden oluşan çok paydaşlı bir Festival Yürütme Kurulu oluşturulur.

Ekonomik Model: Finansman karma bir modelle (kamu, sponsor, bilet) sağlanır. Ekonomik döngünün "kapalı devre" çalışarak, ziyaretçi harcamalarının mümkün olan en büyük kısmının bölge içinde kalması hedeflenir.

Bu çalışma, Hıdrellez geleneğinin, doğru bir planlama ve toplum temelli bir yönetimle, sürdürülebilir bir bölgesel kalkınma modeline dönüşebileceğini ortaya koymaktadır. Önerilen model, geleneksel ile moderni, koruma ile kalkınmayı, otantiklik ile turistik çekiciliği birleştiren bütüncül bir yaklaşımdır. Modelin en temel argümanı, SOKÜM'ün en etkili koruma yönteminin, onu yaşayan, topluma fayda sağlayan ve yeni nesiller için anlamlı kılan süreçlere dahil etmek olduğudur. Önerilen toplum temelli yönetim yapısı, yerel halkı mirasın pasif taşıyıcısı değil, aktif koruyucusu ve yöneticisi haline getirerek ticarileşme riskine karşı en güçlü güvenceyi oluşturmaktadır (Çelik & Yılmaz, 2018). Ziyaretçinin bir "katılımcı" olarak

konumlandırılması ise, onu geleneğe saygı duyan bir "kültür elçisine" dönüştürme potansiyeli taşır.

Modelin hayata geçirilmesi için, geleneğin güçlü olduğu bir pilot bölgede uygulanması, yerel halk için kapasite geliştirme programları düzenlenmesi ve sürecin her aşamasında akademik iş birliği yapılması önerilmektedir.

Kaynakça

And, M. (2012). Oyun ve Bugü: Türk Kültüründe Oyun Kavramı. Yapı Kredi Yayınları.

Artun, E. (2010). Türk Halk Kültüründe Hıdrellez. Milli Folklor, 22(85), 5-16.

Boratav, P. N. (2012). 100 Soruda Türk Folkloru. BilgeSu Yayıncılık.

Çelik, S., & Yılmaz, H. (2018). Kültürel Mirasın Turizmde Metalaşması: Edirne Kakava-Hıdrellez Şenlikleri Örneği. Milli Folklor, 120, 145-158.

Getz, D. (2005). Event Management and Event Tourism. Cognizant Communication Corporation.

MacCannell, D. (1976). The Tourist: A New Theory of the Leisure Class. University of California Press.

Oğuz, M. Ö. (2013). Somut Olmayan Kültürel Miras: Nedir?. Geleneksel Yayıncılık.

Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. Annals of Tourism Research, 38(4), 1225-1253.

Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2006). Heritage tourism in the 21st century: Valued traditions and new perspectives. Journal of Heritage Tourism, 1(1), 1-16.

UNESCO. (2003). Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi. Paris: UNESCO.

Urry, J., & Larsen, J. (2011). The Tourist Gaze 3.0. Sage Publications.

World Commission on Environment and Development (WCED). (1987). Our Common Future. Oxford University Press.

Öğrencilerin Sürdürülebilir Turizm Tutumu: Mardin Artuklu Üniversitesi Turizm Fakültesi Örneği

Betül KODAŞ^{1*}, Turan ÇÖLGEÇEN²

¹Turizm Fakültesi/ Turizm İşletmeciliği Bölümü ,
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye
betulkodas@artuklu.edu.tr

ORCID: 0000-0003-0309-3583

²Lisansüstü Eğitim Enstitüsü/Kültürel Miras Yönetimi Tezli Yüksek Lisans,
Mardin Artuklu Üniversitesi Türkiye,
turancolgecen@artuklu.edu.tr

ORCID: 0000-0000-0000-0000

Özet

Küresel ölçekte artan çevresel sorunlar, doğal kaynakların tükenme riski, kültürel mirasın zarar görmesi ve sosyo-ekonomik eşitsizlikler, kalkınma anlayışının sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda yeniden ele alınmasını zorunlu kılmıştır. Bu süreçte turizm sektörü, ekonomik katkılarının yanı sıra çevresel ve sosyo-kültürel etkileri nedeniyle sürdürülebilir kalkınma tartışmalarının merkezinde yer almaktadır (WCED, 1987; Goodland, 1995). Sürdürülebilir turizm; doğal çevrenin korunması, kültürel mirasın yaşatılması ve yerel halkın refahının artırılması gibi çok boyutlu hedefleri bir arada ele alan bütüncül bir yaklaşımı ifade etmektedir (UNWTO, 2005; Bramwell & Lane, 2011). Bu yaklaşımın etkin biçimde uygulanabilmesi ise yalnızca politika ve planlarla değil, aynı zamanda bu süreci yönetecek bireylerin bilgi, tutum ve farkındalık düzeyleriyle doğrudan ilişkilidir.

Bu bağlamda üniversiteler, özellikle turizm eğitimi veren fakülteler, sürdürülebilir turizm anlayışının yerleşmesinde kritik bir role sahiptir. Geleceğin turizm profesyonelleri olacak öğrencilerin sürdürülebilir turizme yönelik tutumlarının belirlenmesi, hem eğitim programlarının niteliğini değerlendirmek hem de sektöre ilişkin uzun vadeli stratejiler geliştirmek açısından önem taşımaktadır (Doğan & Gümüş, 2013; Lozano et al., 2022). Mardin, sahip olduğu çok katmanlı kültürel miras, özgün mimarisi ve toplumsal çeşitliliği ile sürdürülebilir turizm açısından yüksek potansiyele sahip bir destinasyondur (Kılıçlar & Kılıçlar, 2016). Bu nedenle Mardin Artuklu Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencilerinin sürdürülebilir turizm konusundaki tutumlarının incelenmesi, yerel ve bölgesel kalkınma bağlamında da anlamlıdır.

Bu araştırmanın amacı, Mardin Artuklu Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencilerinin sürdürülebilir turizme yönelik tutumlarını belirlemek ve bu tutumların cinsiyet, sınıf düzeyi ve turizm sektöründe deneyim gibi demografik değişkenler açısından farklılaşıp farklılaşmadığını ortaya koymaktır. Araştırma nicel araştırma yaklaşımıyla yürütülmüş ve betimsel tarama modeli kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini 2024–2025 akademik yılında Mardin Artuklu Üniversitesi Turizm Fakültesinde lisans düzeyinde öğrenim gören öğrenciler oluşturmakta olup, örneklem 226 öğrenciden meydana gelmektedir.

Veriler, Choi ve Sirakaya (2005) tarafından geliştirilen ve Ayazlar (2017) tarafından Türkçeye uyarlanan 18 maddelik Sürdürülebilir Turizm Tutum Ölçeği (SUS-TAS) aracılığıyla toplanmıştır. Ölçek 5'li Likert tipi derecelendirme yapısına sahiptir. Toplanan veriler IBM SPSS 25.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Verilerin normal dağılım göstermemesi nedeniyle Mann-Whitney U ve Kruskal-Wallis testleri uygulanmıştır. Ölçeğin güvenilirliği Cronbach's Alpha katsayısı ile test edilmiş ve $\alpha = 0.938$ değeri ile yüksek düzeyde güvenilir olduğu saptanmıştır.

Araştırma bulguları, öğrencilerin sürdürülebilir turizme yönelik genel tutum düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir. Cinsiyet değişkenine göre yapılan analizler, kadın öğrencilerin sürdürülebilir turizm tutum puanlarının erkek öğrencilere kıyasla anlamlı derecede daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur ($p < 0.05$). Bu bulgu, literatürde kadın bireylerin çevresel ve toplumsal konulara karşı daha duyarlı olduklarını vurgulayan çalışmalarla örtüşmektedir (Zelezny et al., 2000; Gökçek, 2007). Sınıf düzeyine göre yapılan karşılaştırmalarda ise birinci sınıf öğrencilerinin tutum puanlarının diğer sınıflara göre daha yüksek olduğu belirlenmiş, bu durum öğrencilerin eğitim süreci ilerledikçe sürdürülebilirlik algılarında görece bir zayıflama olabileceğine işaret etmiştir.

Turizm sektöründe deneyimi bulunan öğrencilerin tutum puanlarının deneyimi olmayanlara göre anlamlı biçimde daha yüksek olması, uygulamalı deneyimin sürdürülebilirlik farkındalığını güçlendirdiğini göstermektedir. Bu sonuç, sürdürülebilir turizm eğitiminde teorik bilginin yanı sıra saha deneyimi ve uygulamalı öğrenmenin önemini vurgulayan önceki araştırmalarla paralellik göstermektedir (Tilbury, 2011; Lozano et al., 2013).

Sonuç olarak bu çalışma, Mardin Artuklu Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencilerinin sürdürülebilir turizme yönelik tutumlarının genel olarak olumlu olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak bu tutumların güçlendirilmesi ve davranışa dönüştürülmesi için üniversite müfredatlarında sürdürülebilirlik odaklı derslerin artırılması, uygulamalı eğitim olanaklarının geliştirilmesi ve sektör-üniversite iş birliklerinin güçlendirilmesi gerekmektedir. Araştırma bulgularının, sürdürülebilir turizm eğitiminin geliştirilmesine ve yerel düzeyde sürdürülebilir turizm politikalarının şekillendirilmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Sözcükler: Sürdürülebilir turizm, Öğrenci tutumları, Turizm eğitimi, Çevresel farkındalık, Mardin Artuklu Üniversitesi.

Teşekkür

Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde değerli bilgi ve rehberliğiyle yol gösteren Doç. Dr. Betül KODAŞ'a, her zaman yanımda olarak destek ve anlayışını esirgemeyen eşim Elif ÇÖLGEÇEN'e, süreç boyunca katkı ve motivasyonlarıyla beni güçlendiren sevgili arkadaşlarım Fatma DURU ve Ece BAZLAMAÇCI'ya içtenlikle teşekkür ederim.

Kaynakça

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ayazlar, R. A. (2017). Sürdürülebilir turizm tutum ölçeğinin Türkçeye uyarlanması. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(2), 55–68.
- Bramwell, B., & Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), 411–421.
- Choi, H. C., & Sirakaya, E. (2005). Measuring residents' attitude toward sustainable tourism. *Journal of Travel Research*, 43(4), 380–394.

- Doğan, H., & Gümüş, M. (2013). Turizm öğrencilerinin sürdürülebilir turizme yönelik tutumları. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(3), 89–104.
- Goodland, R. (1995). The concept of environmental sustainability. *Annual Review of Ecology and Systematics*, 26, 1–24.
- Kılıçlar, A., & Kılıçlar, A. (2016). Mardin’de sürdürülebilir turizm. *Turizm Akademik Dergisi*, 3(1), 12–25.
- Lozano, R., et al. (2022). Teaching sustainability in universities. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 23(1), 1–18.
- UNWTO. (2005). *Making tourism more sustainable*. United Nations World Tourism Organization.
- WCED. (1987). *Our common future*. Oxford University Press.

Diyarbakır Mutfağı Kurs Programı: Mezopotamya Gastronomi Kültürünün Eğitim Yoluyla Sürdürülebilir Aktarımı

Şirine ERONAT^{1*}, Safiye TOPDEMİR^{2*}, Hasan BEYSUN³, Yunus MEMİŞ⁴, Sadık AĞAR⁵, Hacı MALKOÇ⁶,

¹ Diyarbakır İL MEM, Türkiye, sirineeronat.21@gmail.com,

ORCID: 0009-0009-3741-7831

² Diyarbakır İL MEM, Türkiye, safiyehakseven@gmail.com,

ORCID: 0009-0007-6418-4755

³ Diyarbakır İL MEM, Türkiye, hsnbysn21@gmail.com,

ORCID: 0000-0002-5754-854X

⁴ Diyarbakır İL MEM, Türkiye, yunusmemis21@hotmail.com,

ORCID: 0003-0005-5319-5555

⁵ Diyarbakır İL MEM, Türkiye, sadikagar@hotmail.com,

ORCID: 0009-0009-6483-311X

⁶ Diyarbakır İL MEM, Türkiye, best21@gmail.com, O

ORCID: 0009-0004-1835-9713

Özet

Diyarbakır, tarih boyunca farklı kültürlerin ve uygarlıkların etkileşimine sahne olmuş, gastronomik çeşitliliğiyle ön plana çıkan bir Mezopotamya kentidir. Kent mutfağı; Arap, Kürt, Ermeni, Süryani ve Türk mutfaklarının sentezinden oluşmuş, bu sayede hem Anadolu hem Orta Doğu mutfak kültürlerinin kesişim noktasına dönüşmüştür. Bu zengin miras, yalnızca beslenme biçimini değil; aynı zamanda kimlik, aidiyet, gelenek, ritüel ve misafirperverlik anlayışlarını da yansıtır.

Ancak modernleşme, kentleşme ve küreselleşmenin etkisiyle yerel yemek kültürleri hızla dönüşmekte; geleneksel bilgi sistemleri kaybolma riskiyle karşı karşıya kalmaktadır. Bu bağlamda “Diyarbakır Mutfağı Kurs Programı”, kültürel bir koruma ve aktarım mekanizması olarak öne çıkar. Program, Milli Eğitim Bakanlığı’nın yaşam boyu öğrenme vizyonu çerçevesinde hazırlanmış, hem istihdam odaklı hem de kültürel sürdürülebilirliği hedefleyen yenilikçi bir modeldir.

Sürdürülebilir gastronomi, yalnızca lezzet üretimi değil; ekolojik dengeyi, kültürel çeşitliliği ve toplumsal refahı gözetken bir üretim-tüketim anlayışıdır (UNESCO, 2023). Yerel malzeme

kullanımı, israfın azaltılması, geleneksel pişirme tekniklerinin korunması ve coğrafi özgünlüklerin yaşatılması sürdürülebilir gastronominin temel ilkelerindendir.

Türkiye’de bu alanda yapılan çalışmalar, bölgesel mutfakların gastronomi turizmine entegrasyonunun sürdürülebilir kalkınma hedefleriyle uyumlu olduğunu göstermektedir (Aksoy & Küçük, 2022). Diyarbakır mutfağı ise bu anlayışın somut bir örneğini sunar: Tescilli ürünleri, mevsimsel malzeme kullanımı ve el emeğine dayalı üretim süreçleri, sürdürülebilir gastronomi uygulamalarına katkı sağlar.

Mesleki eğitim, bireylerin bilgi, beceri ve tutumlarını geliştirerek iş gücü piyasasının gereksinimlerini karşılayan dinamik bir süreçtir. Gastronomi alanında mesleki eğitim, yalnızca pişirme teknikleri değil, aynı zamanda hijyen, iş güvenliği, üretim yönetimi ve müşteri ilişkilerini kapsayan çok boyutlu bir yapıya sahiptir.

Diyarbakır Mutfağı Kurs Programı, 224 saatlik yapısıyla hem teorik hem uygulamalı öğrenmeyi birleştirir. Bu yönüyle mesleki yeterlilik sistemine entegre edilmiş, Aşçı Seviye 4 standardını temel alır. Katılımcıların ulusal ve uluslararası düzeyde geçerliliği olan Europass Sertifika Eki almaları, eğitim ile istihdam arasındaki köprüyü güçlendirir (MEB, 2024).

Coğrafi işaret (GI) kavramı, belirli bir bölgeyle özdeşleşmiş ürünlerin kalitesini, ününü ve coğrafi özelliklerini koruma altına alan bir sistemdir. Coğrafi işaretli gıda ürünleri, hem yerel ekonomiye hem de kültürel tanıtıma önemli katkılar sağlar. Türkiye’de 2024 yılı itibarıyla 1600’ü aşkın ürün tescil edilmiştir; Diyarbakır bu alanda öne çıkan illerden biridir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2024).

Kaburga Dolması, Duvaklı Pilav, Patlıcan Meftunesi, Ciğer Kebabı gibi 57 adet ürünün coğrafi işaret alması, hem yerel üreticilerin gelirini artırmakta hem de gastronomi turizminin çekiciliğini güçlendirmektedir. Kurs programı, bu ürünlerin özgün tariflerinin ve üretim koşullarının eğitim ortamına aktarılmasıyla coğrafi işaret ekonomisine insan kaynağı desteği sağlamaktadır.

Bu çalışma, Millî Eğitim Bakanlığı Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü tarafından 2024 yılında geliştirilen “Diyarbakır Mutfağı Kurs Programı”nın, üç ana eksen — sürdürülebilir gastronomi, mesleki eğitim ve coğrafi işaret ekonomisi — açısından incelenmesini amaçlamaktadır. Mezopotamya uygarlıklarının kesişim noktasında yer alan Diyarbakır, güçlü kültürel yapısı, tarımsal zenginliği ve çok katmanlı tarihsel etkileşimleriyle Türkiye gastronomisinin özgün merkezlerinden biridir. Bu bağlamda kent mutfağı, sadece bir beslenme biçimi değil, aynı zamanda toplumsal kimlik, yerel dayanışma ve ekonomik aktörlerin sahnesidir.

Bu araştırma, doküman analizi yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Temel veri kaynağını Diyarbakır Mutfağı Kurs Programı (MEB, 2024) dokümanı oluşturmuştur. Programın içeriği, modül yapısı, kazanımlar, uygulama ilkeleri ve ölçme-değerlendirme esasları sistematik biçimde analiz edilmiştir.

Program, yerel gastronomi mirasının sistematik aktarımı hedefiyle hazırlanmış olup toplam 224 ders saatinden oluşan modüler bir yapıya sahiptir. Katılımcılar; iş sağlığı ve güvenliği, hijyen ve sanitasyon, besin öğeleri, geleneksel pişirme teknikleri, yöresel tarifler ve sunum gibi alanlarda teorik ve uygulamalı öğrenme süreçlerinden geçmektedir. Eğitici kadrosu, Yiyecek–İçecek Hizmetleri alan öğretmenleri, üniversite öğretim elemanları ve yöresel ustalardan oluşur; böylece formel eğitim ile geleneksel bilgi arasında köprü kurulur.

Programın öne çıkan özelliklerinden biri, eğitim sürecinde coğrafi işaret tescilli ürünlerin aktif olarak yer almasıdır. Örneğin Patlıcan Meftunesi, Kaburga Dolması, Duvaklı Pilav, Ciğer

Kebabı gibi ürünler özgün reçeteleriyle modüllere entegre edilmiştir. Bu yaklaşım yalnızca yerel mutfak kimliğini korumaya hizmet etmekle kalmaz, aynı zamanda üretim süreçlerinde kalite ve standardizasyon bilincini yaygınlaştırır. Katılımcılar, 10UMS0110-4 kodlu Aşçı Seviye 4 Ulusal Meslek Standardı kapsamında değerlendirilir; başarılı olanlara Kurs Bitirme Belgesi ve Europass Sertifika Eki verilir.

Araştırmanın bulguları, Diyarbakır Mutfağı Kurs Programı'nın sürdürülebilir gastronomi ilkeleriyle güçlü bir uyum sergilediğini ortaya koymaktadır. Program, mevsimlik ürünlerin kullanımı, gıda israfının azaltılması, yerel üreticilerle iş birliği yapma ve kültürel mirasın yeni kuşaklara aktarılması konularında farkındalık yaratmaktadır. Ayrıca kurs süreci, yaşam boyu öğrenme yaklaşımıyla bireylerin mesleki yeterliliklerini geliştirmekte ve gastronomi sektörüne nitelikli iş gücü kazandırmaktadır.

Sonuç olarak, Diyarbakır Mutfağı Kurs Programı, hem geleneksel bilginin korunmasına hem de gastronomi odaklı ekonomik kalkınmaya hizmet eden sosyo-kültürel bir eğitim modeli olarak değerlendirilmelidir. Programın gücü, yerel kültürü ulusal mesleki eğitim sistemiyle entegre etmesinden ve coğrafi işaretli ürünlerin ekonomik değer zincirine insan kaynağı hazırlamasından kaynaklanmaktadır. Bu nedenle modelin, Türkiye'nin diğer yöresel mutfak mirasları için ölçeklenebilir bir sürdürülebilir gastronomi eğitimi modeli olarak yaygınlaştırılması önerilmektedir.

Anahtar Sözcükler: Diyarbakır mutfağı, Gastronomi turizmi, Yaşam boyu öğrenme, Coğrafi işaret, Kültürel sürdürülebilirlik

Kaynakça

Acar, Y. (2018). Türkiye'deki coğrafi işaretli ürünlerin destinasyon markalaması kapsamında değerlendirilmesi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 6(2), 163–177.

Denk, E., & Oğan, Y. (2025). Gastronomi ve coğrafi işaretlerin sistematik derleme tekniğiyle incelenmesi. *Kent Akademisi — Kent Kültürü ve Yönetimi*, 4(3). <https://doi.org/10.35674/kent.1559823>

Ercik, T. (2024). Gastronomi turizmi kapsamında coğrafi işaretli ürünlerin değerlendirilmesi: Mersin örneği. *ROTA Journal*, 2(2), 1–15.

Garat, J. M.(2022). Transforming the food system through sustainable gastronomy. Norway:Department of International Environment and Development Studies The Faculty of Landscape and Society.

MEB, (2024). Diyarbakır Mutfağı Kurs Programı Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı.