

# Turizmde Yeni Trendler

Editörler: Akif GÖKÇE • Güliz COŞKUN • Nuray EKER  
Eminsafa DİLMAÇ • Oğuz ÇOLAK



ÖZGÜR  
YAYINLARI

# Turizmde Yeni Trendler

**Editörler:**

Akif GÖKÇE

Güliz COŞKUN

Nuray EKER

Eminsafa DİLMAÇ

Oğuz ÇOLAK



Published by

**Özgür Yayın-Dağıtım Co. Ltd.**

Certificate Number: 45503

📍 15 Temmuz Mah. 148136. Sk. No: 9 Şehitkamil/Gaziantep

☎ +90.850 260 09 97

📞 +90.532 289 82 15

🌐 www.ozgurayinlari.com

✉ info@ozgurayinlari.com

---

## Turizmde Yeni Trendler

*New Trends in Tourism*

Editörler: Akif GÖKÇE • Güliz COŞKUN • Nuray EKER

Eminsafa DİLMAÇ • Oğuz ÇOLAK

---

Language: Turkish-English

Publication Date: 2023

Cover design by Mehmet Çakır

Cover design and image licensed under CC BY-NC 4.0

Print and digital versions typeset by Çizgi Medya Co. Ltd.

**ISBN (PDF):** 978-975-447-745-0

**DOI:** <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub407>



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0). To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>  
This license allows for copying any part of the work for personal use, not commercial use, providing author attribution is clearly stated.

Suggested citation:

Gökçe, A. (ed), Coşkun, G. (ed), Eker, N. (ed), Dilmaç, E. (ed), Çolak, O. (ed) (2023). *Turizmde Yeni Trendler*.

Özgür Publications. DOI: <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub407>. License: CC-BY-NC 4.0

“Bu kitapta yer alan bölümlerde kullanılan kaynakların, görüşlerin, bulguların, sonuçların, tablo, şekil, resim ve her türlü içeriğin sorumluluğu ile ulusal ve uluslararası telif haklarına konu olabilecek mali ve hukuki sorumluluk yazarlara aittir.”

---

*The full text of this book has been peer-reviewed to ensure high academic standards. For full review policies, see <https://www.ozgurayinlari.com/>*

---



## Ön Söz

Kıymetli okuyucular,

Bu eser günümüz dünyasında yeni jenerasyonlar ve/veya trend olarak adlandırdığımız turizmin değişimi ve dönüşümü karşısında, turizm alanı açısından bir el kılavuzu olma niteliği taşımaktadır.

Eser, 26-28 Ekim 2023 tarihinde Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi ev sahipliğinde Sapanca’da gerçekleşen “3. Uluslararası Turizmde Yeni Jenerasyonlar ve Yeni Trendler Kongresi” kapsamında sunulan bilimsel bildirileri içermektedir.

Turizm endüstrisinin gelişimi açısından ülkelerin turizm stratejilerini oluştururken çağın gereksinimlerini göz önüne almaları elzemdir. Kitap içerisinde çevrilen her sayfa okurlarına adeta heyecan verici bir seyahat deneyimi sunarak akademisyenleri, sektör çalışanlarını ve seyahat tutkunlarını turizmin geleceğine dair yeni bir yola çıkaracaktır. Bu eser, okuyuculara sadece bugünün turizm dünyasına değil, aynı zamanda yarının seyahat anlayışına da dair turizmin işletmecilik, gastronomi, rehberlik ve rekreasyon boyutlarını da kapsayan bir bakış açısı sunmayı hedeflemektedir.

Gelişen teknolojiyle beraber hayatımızın her alanına yayılan dijitalleşme ve yapay zekâ turizmde de yer almış bulunmaktadır. Turizmde yeni trendlerle beraber sürdürülebilirlik de dikkat odağı haline gelmiştir. Turizm işletmelerinin, dijitalleşmeyle birlikte yeni trendleri takip etmek, benimsemek ve sürdürülebilirlik ilkeleri bağlamında uygulamak suretiyle rekabet avantajı elde edebilecektir. Yeni jenerasyonlarla beraber değişen turizm algısı karşısında, hem sektörel hem de akademik anlam ve anlamada sıra dışı olunması ama sınır dışı da kalınmaması gerekmektedir.

Bu eserin oluşmasına katkı sağlayan tüm yazarlarımıza içtenlikle şükranlarımızı iletiyor, yazarlarımızın her harf boyunca döktükleri terin ve gösterdikleri emeğin anlam bulması için eserin okurlarıyla buluşmasını temenni ediyoruz. Umarız ki bu kitap, turizmdeki güncel gelişmelere dair kapsamlı bir bakış sunarak sizleri bilgilendirir ve ilham verir. Keyifli okumalar dileriz.

Editörler

A. Gökçe, G. Coşkun, N. Eker, E. Dilmaç ve O. Çolak

# Preface

Dear readers,

This work serves as a manual for the field of tourism in the face of the change and transformation of tourism, which we call new generations and/or trends in today's world.

The work includes scientific papers presented at the “3rd International Congress of New Generations and New Trends in Tourism” held in Sapanca by Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, on 26-28 October 2023.

It is essential that countries take into account the needs of the age when creating their tourism strategies in terms of the development of the tourism industry. Every page in the book will offer an exciting travel experience to its readers, taking academics, industry employees and travel enthusiasts to new paths towards the future of tourism. This work aims to offer its readers a perspective not only on today's tourism world, but also on tomorrow's understanding of travel, including the management, gastronomy, guidance and recreation dimensions of tourism.

Digitalization and artificial intelligence, which have spread to every aspect of our lives with the developing technology, have also taken place in tourism. With new trends in tourism, sustainability has become the focus of attention. Tourism businesses will be able to gain competitive advantage by following new trends with digitalization, adopting them and applying them in the context of sustainability principles. In the face of the perception of tourism changing with new generations, it is necessary to be extraordinary in both sectoral and academic meaning and understanding, but not to be out of bounds.

We sincerely express our gratitude to all our writers who have contributed to the creation of this work, and we hope that the work that our authors put in throughout each letter and the effort they put in find meaning, so that the work will meet with its readers. We hope this book will inform and inspire you by providing a comprehensive overview of current developments in tourism. We wish you pleasant reading.

Editors

A. Gökçe, G. Coşkun, N. Eker, E. Dilmaç and O. Çolak

# İçindekiler

## Bölüm 1

---

Assessing the Impact and Ethical Considerations of Volunteer Tourism: A Review of Practices, Outcomes, Challenges and Future Directions 1

*Vahit Oğuz Kiper*

*Akif Gökçe*

*Neelima Moli*

*Burak Atasoy*

## Bölüm 2

---

Can Aviation Enthusiasm Claim a Spot in Special Interest Tourism? 13

*Burhanettin Zengin*

*Uğur Zeren*

## Bölüm 3

---

A Review on The Use of Nuclear Energy in Cruises 29

*Kursad Ozbay*

*Mehmet Sarusık*

## Bölüm 4

---

Somut Olmayan Kültürel Miras Unsuru Olarak Sandıklı Yarenlerinin Kültürel Aktarım ve Turistik Çekicilik Açısından Önemi 39

*Turgut Türkoğlu*

*Nurullah Kart*

*Hüseyin Pamukçu*

## Bölüm 5

---

Sapanca'da Faaliyet Gösteren Bungalovlarda Yaşanan Yönetsel Sorunlar ve Çözüm Önerileri 65

*Necdet Hacıoğlu*

*Meliha Sena Yıldızgan*

*Ebru Arıcı*

*Aziz Gökhan Özkoç*

*Orhan Batman*

## Bölüm 6

---

Çalışan Kadınların Kariyer Engelleri: Sakarya İli Otel İşletmeleri Üzerinde Bir Araştırma 91

*Zeynep Yener*

*Berna Ercan*

*Gülçin Özbay*

*Aziz Gökhan Özkoç*

## Bölüm 7

---

Kız Öğrencilerde Wellness Farkındalığının Artırılması ve Aktif Yaşam Tarzının Geliştirilmesi: Deneysel Bir Çalışma 105

*Güliz Coşkun*

*Eminsafa Dilmaç*

## Bölüm 8

---

Kültürel Miras Bağlamında Tarihi Yapılarda Restorasyon Sorunu: İstanbul'da Bir İnceleme 123

*Gülün Yetim*

*Ümit Şengel*

## Bölüm 9

---

“Visit Afyon” Mobil Uygulamasının Geliştirilmesine Yönelik Bir İnceleme 137

*Zeynep Utkan*

*Melisa Ateş*

## Bölüm 10

---

Araç Kiralama ve Araç Paylaşımının Öncülleri ve Ardılları 153

*Bayram Akay*

## Bölüm 11

---

Düzce Destinasyonunun Yeni Trend Olan Apiturizm Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi 167

*Mehmet Akif Öncü*

*Taner Kömür*

*Zeynep Kömür*

Bölüm 12

---

İklim Değişikliği ve Madencilikğin Turizmin Sürdürülebilir Geleceği Üzerine Etkileri (Latin Amerika Örneği) 195

*Özlem Küçük*

Bölüm 13

---

İklim Değişikliği ve Turizme Etkisi 219

*Gökhan Aydıngün*

*Muammer Mesci*

Bölüm 14

---

Organik Gıda Tüketicilerinin Öznel İyi Oluşa Etki Eden Etmenlerinin Belirlenmesi 241

*Erdem Baydeniz*

*Nurullah Kart*

*Hüseyin Pamukçu*

*Mustafa Sandıkcı*

Bölüm 15

---

Restoran İşletmelerinde Sürdürülebilir Mutfak Yönetim Süreci Üzerine Bir Durum Çalışması 259

*Hikmet Can Çetin*

*Alican Akçiçek*

*Selda Uca*

*Emrah Özkul*

Bölüm 16

---

Restoranların Yeşil Restoran Olabilmeye Yönelik Sürdürülebilir Turizm Uygulamaları 277

*Hasan Önal Şeyhanlıoğlu*

*Ali İnanır*



## Bölüm 17

---

Profesyonel Mutfaklarda Cinsiyet Handikap Mı? Kadın Aşçılar Üzerine Bir Araştırma 289

*Mehtap Çerkez Uçar*

*Ash Albayrak*

## Bölüm 18

---

Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği: Mardin Yöresel Yemeklerinin Yapılış Farklılıkları, Ev ve İşletmelerin Karşılaştırılması 311

*Merve Sağlam*

*Aleyna Aktemur*

## Bölüm 19

---

Safranbolu Halk Kültüründe Ritüellerin Önemli Gastronomi Unsuru: Zerde Tatlısı 329

*Berrin Sartunç*

## Bölüm 20

---

Tokat Mutfağının Algılanan İmajı Ve Tokat Mutfağı Farkındalığının Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi 349

*Cemal İnce*

*İbrahim Cemal Gençay*

# Assessing the Impact and Ethical Considerations of Volunteer Tourism: A Review of Practices, Outcomes, Challenges and Future Directions

Vahit Oğuz Kiper<sup>1</sup>

Akif Gökçe<sup>2</sup>

Neelima Moli<sup>3</sup>

Burak Atasoy<sup>4</sup>

## Abstract

Volunteer tourism is a multifaceted and evolving form of travel that combines tourism with altruistic endeavors. This chapter explores the intricate dimensions of volunteer tourism: from its historical evolution to its motivations, project types, impacts, challenges, and emerging trends. The historical roots of volunteer tourism can be traced back to the emergence of organized travel and missionary work in the 19th century, evolving into a distinct travel trend that combines exploration with acts of goodwill. Over time it has expanded to encompass a diverse community of participants, motivated by personal growth, cultural exchange, and a desire to contribute to host communities and ecosystems. However, volunteer tourism is not without challenges and criticisms, including concerns about perpetuating stereotypes, commodifying poverty, and ensuring genuine sustainability and benefit to host communities. Emerging trends and innovations are reshaping the volunteer tourism landscape, with technology playing a pivotal role in recruitment, project management, and communication. Virtual volunteering

- 1 Sakarya University of Applied Sciences, Tourism Faculty, Department of Tourism Management, Türkiye, oguzkiper@subu.edu.tr
- 2 Sakarya University of Applied Sciences, Tourism Faculty, Department of Tourism Management, Türkiye, akifgokce@subu.edu.tr
- 3 University of Kota, Guest Faculty, Department of Commerce and Management, India, neelima.modi.18@gmail.com
- 4 Sakarya University of Applied Sciences, Tourism Faculty, Department of Recreation Management, Türkiye, burakatasoy@subu.edu.tr

and specialized projects cater to evolving traveler preferences, while a renewed focus on transparency and accountability seeks to address criticisms and promote responsible practices.

## 1. Introduction

Volunteer tourism, colloquially known as voluntourism, represents a dynamic and multifaceted intersection of travel, altruism, and cultural exchange (McGehee & Santos, 2005). In recent years, it has garnered considerable attention, both from enthusiastic advocates who view it as a potent means of effecting positive change and from critics who raise concerns about its ethics, impact, and sustainability (Wearing & McGehee, 2013; Lyons & Wearing, 2008). As volunteer tourism continues to grow in popularity, understanding its complex dimensions, assessing its impact on host communities and ecosystems, and unraveling the ethical intricacies surrounding its practice have become imperative (Simpson, 2004; Palacios, 2010). This comprehensive review paper embarks on a journey to explore the diverse landscape of volunteer tourism, examining its historical evolution, its manifold manifestations across the globe, the myriad motivations of participants, the challenges it poses, and the potential it holds as a tool for sustainable development.

Volunteer tourism epitomizes the fusion of travel experiences and altruistic endeavors (McCool & Moisey, 2008). Individuals and groups embark on journeys with a dual purpose: to explore new destinations while simultaneously contributing their time, resources, and skills to various projects, be they community-based, environmental, or educational (Brown & Morrison, 2003; Fennell, 2016). The promise of making a positive impact, fostering cross-cultural understanding, and gaining a deeper appreciation for global issues often motivates volunteer tourist (Brown & Lehto, 2005; Wearing & McGehee, 2013). Yet, despite its noble intentions, volunteer tourism has faced significant scrutiny. Critics argue that it can perpetuate harmful stereotypes, commodify poverty, and prioritize the needs and desires of volunteers over the genuine welfare of host communities (Lokhorst, 2011; McGehee & Andereck, 2004). These polarized perspectives underscore the pressing need for a nuanced examination of volunteer's tourism effects and ethical dimensions.

The roots of the recently noticed volunteer tourism trend date back to the 19th century, after the emergence of organized travel and missionary work. This article explores the complex dimensions of volunteer tourism: from its historical development to its motivations, project types, impacts, challenges and emerging trends. Concerns about volunteer tourism, the perpetuation

of stereotypes, the commodification of poverty, and the delivery of true sustainability and benefits to host communities are also examined.

## **2. Literature Review**

### **2.1. Historical Evolution of Volunteer Tourism**

The historical evolution of volunteer tourism can be traced back to the emergence of organized travel and missionary work in the 19th century. During this period, individuals, often driven by religious motives, embarked on journeys to distant lands to offer assistance and support to communities in need (Brown & Morrison, 2003). These early endeavors laid the foundation for what would eventually become a distinct form of travel that combines tourism with altruistic endeavors. It is essential to recognize the profound influence of missionary and humanitarian movements in shaping the ethos of volunteer tourism and fostering a sense of global responsibility among travelers (McCool & Moisey, 2008).

The 20th century witnessed significant developments in volunteer tourism, particularly in the aftermath of major global conflicts and humanitarian crises. Programs such as the United Nations Volunteers (UNV) and the Peace Corps emerged, offering opportunities for individuals to engage in international volunteer service (Simpson, 2004). These initiatives not only provided a structured framework for volunteer work but also contributed to the internationalization of volunteerism. As travel became more accessible and affordable, a growing number of individuals sought to combine their wanderlust with a desire to make a positive impact on the destinations they visited (McGehee & Santos, 2005).

In recent decades, the advent of the internet and social media has transformed the landscape of volunteer tourism. Online platforms and organizations have made it easier for individuals to connect with volunteer opportunities worldwide, promoting a democratization of volunteer tourism (Lyons & Wearing, 2008). Additionally, the shift towards more experiential and meaningful travel experiences has fueled the popularity of volunteer tourism, with travelers seeking immersive encounters with local cultures and a deeper sense of purpose in their journeys (Brown & Tisdell, 2018). This historical evolution underscores the intricate interplay between tourism, philanthropy, and the changing motivations of travelers in the development of volunteer tourism as we know it today.

## **2.2. Motivations and Demographics of Volunteer Tourists**

Understanding the motivations and demographics of volunteer tourists is essential for comprehending the diverse array of individuals who engage in volunteer tourism and the driving forces behind their participation. Research has identified a spectrum of motivations that inspire individuals to embark on volunteer tourism experiences. While these motivations can be multifaceted and deeply personal, common themes emerge. A study by Brown and Tisdell (2018) suggests that a primary motivation is a desire for personal growth and self-development. Many volunteer tourists seek to challenge themselves, gain new perspectives, and develop a greater sense of empathy and cultural understanding through their experiences.

Demographically, the volunteer tourism community is notably diverse. Researchers have found that volunteer tourists come from a wide range of age groups, educational backgrounds, and geographic locations (Brown & Lehto, 2005). Age, in particular, plays a significant role in volunteer tourism participation. McGehee and Andereck (2004) note that while younger individuals often engage in volunteer tourism during gap years or breaks from education, older adults may participate upon retirement, seeking purposeful travel experiences. This diversity in age demographics contributes to the richness and variety of perspectives brought to volunteer tourism projects.

Motivations for volunteer tourism also encompass a desire to contribute positively to host communities. Volunteer tourists frequently express a commitment to making a meaningful impact, whether through education, healthcare, environmental conservation, or community development projects (Wearing & McGehee, 2013). However, it is important to acknowledge that motivations can vary significantly among participants. While some may be primarily driven by altruism and a sense of social responsibility, others may view volunteer tourism as an opportunity to enhance their resumes or as a form of adventure tourism (Palacios, 2010).

In conclusion, the motivations and demographics of volunteer tourists are multifaceted and diverse. While personal growth and self-development are common motivations, the volunteer tourism community spans various age groups and backgrounds, each bringing their unique perspectives and reasons for participating. Understanding these motivations and demographics is crucial for program organizers, as it enables them to tailor experiences that align with the preferences and expectations of volunteer tourists, ultimately enhancing the overall impact and satisfaction of volunteer tourism initiatives.

### **2.3. Types of Volunteer Tourism Projects**

Volunteer tourism encompasses a wide array of project types, each with its unique focus and goals. These projects can broadly be categorized into several key areas. Community-based projects are among the most prevalent in volunteer tourism (Brown & Morrison, 2003). These initiatives often involve volunteers working alongside local communities to address pressing social issues. Examples include teaching in local schools, building infrastructure, providing healthcare services, or assisting in community development projects. Community-based volunteer tourism projects aim to empower local communities and improve their well-being through the contributions of volunteers.

Environmental conservation and wildlife protection projects are another prominent category of volunteer tourism experiences (Brown & Tisdell, 2018). These projects typically involve volunteers in activities such as habitat restoration, wildlife monitoring, and conservation efforts. Participants often work alongside environmental organizations and researchers to contribute to the preservation of delicate ecosystems and endangered species. The appeal of such projects lies in the opportunity for volunteers to directly engage with nature and make a tangible impact on environmental sustainability (Fennell, 2016).

In addition to community-based and environmental projects, volunteer tourism extends to disaster relief and humanitarian aid initiatives (McCool & Moisey, 2008). In the aftermath of natural disasters or humanitarian crises, volunteer tourists may join relief efforts to provide immediate assistance, including food distribution, medical aid, and shelter construction. These projects require volunteers to respond swiftly to urgent needs, often in challenging and high-stress environments. Engaging in disaster relief and humanitarian aid allows volunteer tourist to play a critical role in helping communities recover and rebuild (Simpson, 2004).

To summarize, volunteer tourism projects span a wide spectrum, including community-based initiatives, environmental conservation and wildlife protection projects, as well as disaster relief and humanitarian aid efforts. Each project type offers unique opportunities for volunteers to contribute their skills and resources while experiencing different aspects of travel and cultural exchange. The diversity of project options within volunteer tourism allows individuals to align their interests, skills, and passions with projects that resonate with their personal motivations and values.

## **2.4. The Volunteer Tourist Experience**

The volunteer tourist experience is a multifaceted and often transformative journey that encompasses various dimensions, including personal growth, cultural exchange, and immersive engagement. One of the central elements of the volunteer tourist experience is the opportunity for personal development and self-discovery (Brown & Lehto, 2005). Volunteer tourists frequently report significant personal growth during their journeys, characterized by increased self-confidence, expanded intercultural awareness, and the development of new skills (Brown & Morrison, 2003). Engaging in volunteer work in unfamiliar environments challenges volunteers to step out of their comfort zones and adapt to new cultural norms and contexts, fostering personal resilience and adaptability (Lyons & Wearing, 2008).

Cultural exchange is another integral aspect of the volunteer tourist experience. As volunteers immerse themselves in host communities, they have the chance to engage in meaningful cross-cultural interactions (McCool & Moisey, 2008). This exchange of ideas, customs, and perspectives not only enriches the volunteers' understanding of the world but also promotes mutual respect and intercultural dialogue (McGehee & Santos, 2005). The relationships formed between volunteers and local residents can lead to lasting connections and a deeper appreciation of global diversity (Brown & Tisdell, 2018).

Volunteer tourists often report a sense of fulfillment and purpose derived from their contributions to the host community or project (Simpson, 2004). This intrinsic satisfaction stems from the tangible impact volunteers make, whether through teaching, building, or environmental conservation efforts (Palacios, 2010). Such experiences can instill a long-lasting sense of social responsibility and a commitment to sustainable and responsible travel (Wearing & McGehee, 2013).

## **2.5. Emerging Trends and Innovations in Volunteer Tourism**

Volunteer tourism, like other forms of travel, is not immune to the evolving landscape of tourism and technology. Several emerging trends and innovations have shaped the practice of volunteer tourism in recent years, offering new opportunities and challenges.

One notable trend is the integration of technology into the volunteer tourism experience. As travelers become more digitally connected, volunteer tourism organizations have embraced technology to streamline volunteer recruitment, project management, and communication (Higgins-Desbiolles, 2018). Online platforms and mobile apps allow volunteers to research and

sign up for projects, while organizations can efficiently coordinate volunteer placements and collect feedback. However, the digitalization of volunteer tourism also raises concerns about the commodification of volunteer work and the potential for superficial engagements (Fennell, 2016).

Virtual volunteering, sometimes referred to as volunteering from home, has gained traction as a response to global events and crises (Stone, 2012). This innovative approach enables volunteers to contribute their time and skills remotely, bypassing the need for physical travel (Brown & Tisdell, 2018). Virtual volunteering opportunities range from online tutoring to virtual fundraising campaigns, allowing individuals to make a positive impact from the comfort of their own homes. While virtual volunteering offers increased accessibility and convenience, it also challenges traditional notions of volunteer tourism, raising questions about the authenticity of the volunteer experience and its connection to the host community.

Another emerging trend is the diversification of volunteer tourism offerings to cater to niche interests and causes (Lyons & Wearing, 2008). Volunteer tourists can now choose from a wide range of specialized projects, such as sustainable agriculture, marine conservation, or social entrepreneurship. This trend aligns with the growing demand for more customized and purpose-driven travel experiences, allowing volunteers to align their interests and passions with their volunteer work (McCool & Moisey, 2008). However, it also presents challenges related to project management, as organizations must tailor their offerings to meet the unique needs of each niche.

In recent years, there has been a shift towards greater transparency and accountability in volunteer tourism (Higgins-Desbiolles, 2018). Responsible volunteer tourism organizations are placing a stronger emphasis on impact assessment and the ethical considerations of their programs (McCool & Moisey, 2008). This trend includes increased engagement with host communities and stakeholders in the planning and evaluation of volunteer projects. It also involves a focus on long-term sustainability and fostering genuine partnerships between volunteers and host organizations (Brown & Tisdell, 2018).

### **3. Methodology**

This research has been conducted with a qualitative design to reveal the determinants and current situation of volunteer tourism. Data have been obtained by scanning secondary sources. In this regard, scientific publications, journal articles, corporate reports and tourism publications on the subject have been examined. Bal (2016) refers to the systematic



examination of interviews, notes, written or visual documents as content analysis. In this sense, the data have been subjected to content analysis by making comprehensive inferences in this study. The reason why content analysis is preferred is to obtain a broad perspective on volunteer tourism based on secondary sources. The specific research questions (RQ) are as follows:

*RQ1:* What difficulties are there in the development of volunteer tourism?

*RQ2:* How can the growth of volunteer tourism be achieved?

*RQ3:* What should be done to make volunteer tourism sustainable?

#### **4. General Evaluation**

*As for evaluation to RQ1 and RQ2*

Despite its noble intentions, volunteer tourism faces several challenges and criticisms that have come to the forefront in recent years. These can be considered as obstacles to the development of volunteer tourism. One of the primary criticisms revolves around the potential for volunteer tourism to perpetuate harmful stereotypes and commodify poverty (Lokhorst, 2011). Critics argue that volunteer tourism may inadvertently portray host communities as helpless or dependent on foreign assistance, reinforcing unequal power dynamics (McGehee & Andereck, 2004). Additionally, some contend that the short-term nature of many volunteer tourism experiences can lead to superficial engagements, preventing volunteers from truly understanding the root causes of the issues they aim to address (Simpson, 2004). These critiques emphasize the importance of cultural sensitivity and responsible practices in volunteer tourism (Lyons & Wearing, 2008).

Another challenge lies in ensuring that volunteer tourism initiatives are truly sustainable and beneficial to host communities (McCool & Moisey, 2008). Some projects may prioritize the desires and preferences of volunteers over the long-term needs of the community (Brown & Tisdell, 2018). For example, building infrastructure that is not locally maintained or staffed can result in projects that have limited long-term impact (McCool & Moisey, 2008). Striking a balance between volunteer satisfaction and the genuine welfare of host communities remains a significant challenge in volunteer tourism (Higgins-Desbiolles, 2018).

Furthermore, there is ongoing debate about the actual impact of volunteer tourism on host communities and environments. While many volunteers are motivated by the desire to make a positive difference, measuring the tangible benefits can be complex (Brown & Morrison, 2003). Impact assessment

in volunteer tourism often relies on qualitative data, making it challenging to quantify and compare outcomes across different projects (Wearing & McGehee, 2013). These challenges underscore the need for standardized evaluation methods and a commitment to transparent reporting of outcomes (McCool & Moisey, 2008).

### *As for evaluation to RQ3*

Volunteer tourism is a complex and evolving field that encapsulates the evolving dynamics of travel, philanthropy, and global interconnectedness. While it holds immense potential for positive change and personal transformation, it demands a nuanced and responsible approach. To harness the benefits of volunteer tourism while mitigating its pitfalls, stakeholders must continue to engage in critical discussions, implement best practices, and adapt to the evolving needs and expectations of volunteers and host communities alike. Getz & Timur's (2012) view that the integrated work of all stakeholders can produce success in the sustainability goals of the destination seems correct. Therefore, taking into account the opinions of destination people and public opinion managers will contribute to the sustainability of volunteer tourism (Lee & Zhang, 2019).

## **5. Conclusion**

Volunteer tourism represents a dynamic and evolving intersection of travel, altruism, and cultural exchange. This comprehensive review has journeyed through the various facets of volunteer tourism, from its historical evolution to its motivations, project types, impacts, challenges, and emerging trends. It is evident that volunteer tourism is a practice that both inspires and perplexes, offering the promise of positive change while raising significant ethical and practical questions. The historical evolution of volunteer tourism reveals its roots in missionary and humanitarian work, evolving into a distinct form of travel that combines exploration with altruism. Over time, volunteer tourism has expanded and diversified, mirroring broader trends in the travel industry. Today, individuals and groups from diverse backgrounds engage in volunteer tourism, seeking personal growth, cross-cultural exchange, and opportunities to contribute to host communities and ecosystems.

Motivations for volunteer tourism are as varied as the individuals who participate. Personal development, cultural immersion, and a desire to make a positive impact are among the primary drivers. Emerging trends and innovations in volunteer tourism offer both opportunities and complexities. Technology has reshaped the landscape, providing platforms for recruitment, communication, and project management. Virtual volunteering and

specialized projects cater to changing traveler preferences, while a renewed focus on transparency and accountability seeks to address criticisms and promote responsible practices.

Volunteer tourism, which initially brought together local communities, is today associated with international conservation and community projects (Balderas-Cejudo & Patterson, 2023). This evolution indicates the need for more research on volunteer tourism. In particular, as Sin (2009) mentioned, the literature can be enriched with the perspectives of aid recipients. It is a meaningful research area in terms of testing the difficulties that arise between tourists and the people of the destination. In addition, addressing the issue from the perspective of different generations will also contribute to the development of the volunteer tourism perspective. Because in order for volunteer tourism to be successful, it is necessary not only to ensure the sustainability of the destinations but also to ensure that the intentions of the tourists are not commoditized (Wearing & McGehee, 2013). In this context, determining the behavioral boundaries and social support levels of tourist clusters in different generations is an important approach.

## References

- Bal, H. (2016). *Nitel araştırma yöntemleri*. Sentez Publishing.
- Balderas-Cejudo, A., & Patterson, I. (2023). Volunteer tourism: The future of baby boomer tourists in a post pandemic world. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 55, 139-142.
- Brown, G., & Morrison, A. M. (2003). Expanding volunteer vacation participation: An exploratory study of future volunteer tourists. *Tourism Recreation Research*, 28(3), 41-50.
- Brown, K., & Tisdell, C. (2018). The role of volunteer tourists in creating more sustainable conservation economies: A case study from the Osa Peninsula, Costa Rica. *Ecological Economics*, 146, 461-468.
- Brown, T. J., & Lehto, X. Y. (2005). A review of volunteer tourism research: A critical analysis of issues within the context of theory and practice. *Tourism Management*, 26(2), 123-138.
- Fennell, D. A. (2016). *Ecotourism*. Routledge.
- Getz, D., & Timur, S. (2012). Stakeholder involvement in sustainable tourism: Balancing the voices. In *Global tourism* (pp. 230-247). Routledge.
- Higgins-Desbiolles, F. (2018). *Managing mass tourism: Challenges and strategies*. Routledge.
- Lee, H. Y., & Zhang, J. J. (2020). Rethinking sustainability in volunteer tourism. *Current Issues in Tourism*, 23(14), 1820-1832.
- Lokhorst, A. M. (2011). Volunteer tourism, altruism, and commercialization: Tensions between theory and practice. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(3), 361-378.
- Lyons, K. D., & Wearing, S. (2008). Journeys of self-discovery or colonialism? Volunteer tourism in Fiji. *Tourism Recreation Research*, 33(3), 199-210.
- McCool, N., & Moisey, R. N. (2008). *Tourism, recreation and sustainability: Linking culture and the environment*. CABI.
- McGehee, N. G., & Andereck, K. L. (2004). Factors predicting rural residents' support of tourism. *Journal of Travel Research*, 43(2), 131-140.
- McGehee, N. G., & Santos, C. A. (2005). Social change, discourse and volunteer tourism. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 760-779.
- Palacios, C. (2010). Global code of ethics for tourism and voluntourism: Role and limitations. *Tourism Review International*, 14(3), 389-401.
- Simpson, K. (2004). Ethical space in commercial volunteer tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 716-734.
- Sin, H. L. (2009). Volunteer tourism—"involve me and I will learn"?. *Annals of tourism research*, 36(3), 480-501.

Stone, M. J. (2012). *Tourism and the sense of place: Heritage tourism in the global village*. Routledge.

Wearing, S., & McGehee, N. G. (2013). Volunteer tourism: A review. *Tourism Management*, 38, 120-130.

## Can Aviation Enthusiasm Claim a Spot in Special Interest Tourism?

Burhanettin Zengin<sup>1</sup>

Uğur Zeren<sup>2</sup>

### Abstract

Special Interest Tourism (SIT) is characterized by bespoke travel experiences tailored to the unique passions and interests of individuals. Within this context, the article explores whether “Aviation Enthusiasm” merits a distinct classification within SIT. Aviation enthusiasts, colloquially termed “avgeeks,” demonstrate a fervent passion for all facets of aviation, from aircraft and airlines to historical events and technological advancements. Their travel patterns often diverge from mainstream tourism, with journeys centered around airshows, aviation museums, plane spotting at iconic airports, or experiencing specific inaugural flights. This niche yet growing segment has prompted the travel industry to acknowledge and cater to its demands, evidenced by tailored packages, exclusive airport viewing areas, and event-specific itineraries. Drawing parallels with established categories within SIT, such as wine tourism or eco-tourism, this article delves into the nuances of aviation-centric travels. It argues for the recognition of Aviation Enthusiasm as a valid and emerging category within Special Interest Tourism, emphasizing its economic potential, cultural significance, and distinct identity. As the lines between traditional and niche tourism blur, understanding and catering to specific interests like aviation can pave the way for a more inclusive and diverse travel landscape.

### 1. Introduction

The realm of tourism has long been a stage for the convergence of diverse passions and interests, where individuals embark on journeys not only to explore new destinations but to immerse themselves in their most cherished

1 Sakarya University of Applied Sciences, Tourism Guidance, Türkiye, bzengin@subu.edu.tr

2 Sakarya University of Applied Sciences, Tourism Guidance, Türkiye, ugurzeren@subu.edu.tr

hobbies and enthusiasms. Special interest tourism, a dynamic and evolving sector within the broader tourism industry, caters to the unique interests and passions of travelers. In this context, aviation enthusiasts, a dedicated and passionate subculture, have claimed their spot as a noteworthy and impactful segment of special interest tourism. Aviation enthusiasts, often known as “avgeeks,” are individuals whose interests in aviation go beyond the ordinary. Their fascination with aircraft, airports, aviation history, and all things flight-related forms an integral part of their identity. These enthusiasts actively seek opportunities to connect with the aviation world, embarking on journeys that are far from typical vacations. Instead, they engage in aviation-centric tourism activities, visiting airshows, aviation museums, aircraft spotting locations, and even participating in flight simulations. The purpose of this paper is to delve into the phenomenon of aviation enthusiasts’ participation in special interest tourism. The paper will explore the motivations that drive them, the unique experiences they seek, and the contributions they make to the tourism industry.

## **2. Who are Aviation Enthusiasts?**

Aviation Enthusiasm refers to a passionate interest in or fascination with various aspects of aviation, including aircraft, airlines, history, design, technology, and the act of flying itself. Individuals with this passion, often termed “aviation enthusiasts” or “avgeeks” (a combination of “aviation” and “geek”), can be found indulging in a range of activities that relate to the aviation industry.

Aviation enthusiasts, from over the world come together to form communities, driven by their love for aviation. They gather on platforms engaging in discussions about the latest news in the aviation industry exchanging interesting facts and organizing trips to aviation hubs or events. Some of the activities which are including but not limited to can be listed as follows:

### **2.1. Planespotting**

A plane spotter can be defined as “a person who observes, photographs and catalogues aircraft as a hobby” (Collins Dictionary, n.d.). Planespotters travel around the world to photograph and film the aircraft as they take-off, land or, taxi. After the invention of the internet, there was an increase in the websites dedicated to the spotters and that made the hobby even more popular (Lichter-Marck, 2016: 52).

The act of Planespottting was originally started as a civilian duty, rather than a hobby. The term “Planespotter” was first used in 1910s during the World War I. Since there was no radar capable of tracking and identifying enemy aircraft, countries encouraged civilians to observe the aircraft flying over them and report hostile aircraft upon encountering them. In Great Britain this task was given to the “Royal Observer Corps” and “Aircraft Warning Corps” which were organized by civilian volunteers. Planespotters also held importance in World War II and even in the Cold War all the way to the 1950s since the United Kingdom was not able to place an effective radar capable of tracking Soviet Aircraft effectively until 1958. However, The Observer Corps kept operating until 1995 (Volan, 1969).

Plane photography, on the other hand, started with the first aircraft ever invented. John T. Daniels photographed the flight of the “Wright Flyer” which was the first aircraft ever built and consequently took the first photo of an aircraft (Crouch, 2002: 300-305). After the invention of the aircraft, the aviation industry took a rapid increase. The number of aircraft photographs also rose immensely. Even though we are not sure when or where aircraft photography turned into a hobby, we can say that in recent years the popularity of planespotting has risen drastically. The increase is visible in the traffic statistics of the popular planespotting websites, where spotters upload their photos and socialize in the forums.

The reason for that increase might be attributed to several reasons. Transportation to and from the airports became easier, owning and operating a camera became easier, and spotter forums and social media pages for spotters increased, lastly the information about the aircraft is more easily reachable since there are applications like Flightradar24 and Flightaware where you can track almost all of the civilian aircraft at real time.

The planespotters usually travel to different airports and countries to photograph different airports and aircraft. The motivation for their travel can be derived from several reasons. The first reason is the aircraft traffic of the airport. If the airport is more crowded the spotter would get the chance to photograph more aircraft. So, a lot of spotters travel to main hubs like Frankfurt Airport, London Heathrow Airport, or Istanbul Airport to do so.

Another reason is the physical features of the airport. Some airports (or runways of said airports) have good spots for photography thus enabling better photos of aircraft to be taken. Airports like Princess Juliana Airport at St. Marteen or Skiathos Airport in Greece have runways right at the end of a beach. So, spotters get a chance to take unique pictures of the aircraft that they cannot take elsewhere.



Sometimes, the spotters travel to airports just to photograph unique or rare aircraft. Before it got destroyed in the Russia - Ukraine War in 2022. The biggest aircraft of the world was the Soviet made Antonov An-225 (Khianthongkul, Bunyavejchewin & Saisaeng, 2023: 537) and a lot of people traveled the see and photograph this particular aircraft. There are aircraft like Airbus Beluga or Boeing Dreamlifter which are known for their unique looks and sizes. Those aircraft also attract a lot of crowds for themselves. Lastly, some people travel to ex-Soviet countries to photograph Soviet-made aircraft, which got rarer to stumble upon over the years.

In some instances, rather than the aircraft, the airport itself is the subject of the photography. There are unique airports like Lukka in Nepal or Courchevel in France are known for their difficult approaches made through the mountains and their sloped runways. Filming and photographing aircraft landing and taking off from those airports is an important travel motivation for the spotters.

## **2.2. Aviation Museums**

Aviation museums (also known as air museums or air and space museums) can be described as places where exhibits of aircraft, models and equipment are held. Even though private collectors began collecting and exhibiting parts of the aircraft or the whole aircraft themselves, the history of the dedicated aviation museums are fairly new. Even though some attempts were made in the late 1940s the first air museums were opened in the 1960s and 1970s (Fopp, 1997: 5).

The number of aviation museums grew rapidly after that date. Today there are more than 500 dedicated aviation museums in 77 countries. These museums can be categorized as military, civilian, space or mixed (List of Aviation Museums, 2023, Oct. 9). Some of the most popular aviation museums can be listed as follows:

### **2.2.1. Smithsonian National Air and Space Museum (Washington DC-USA)**

The museum was first established in 1946 and named “National Air Museum”. The original building was fairly small and only showcased some captured aircraft from World War I and II and some aircraft used by the United States’ Army. However, after the space race of the 1960s, a new museum needed to be built in order to showcase the United States’ accomplishments in the space technology. So, a great exhibition hall, consisting of 71.000 m<sup>2</sup> was constructed. Today visitors can see the Apollo 11 capsule, which put

astronauts on the moon, The Wright Flyer, which is the first aircraft ever made, Chicago, which is the first aircraft to fly around the world, Bell X-1 which was the first aircraft to break the sound barrier and so on (Smithsonian Air and Space Museum, n.d). The museum accompanied 6.2 million visitors in 2018 which made it the 8<sup>th</sup> most visited museum in the world (National Air and Space Museum, 2023.).

### **2.2.2. Imperial War Museum (Duxford- United Kingdom)**

With almost 200 aircraft, the Imperial War Museum stands as the largest aviation museum of the United Kingdom. The museum also provides photographs, films, documents and artifacts about aviation. The museum stands on the ex-Duxford Aerodrome which was used as a military base from 1918 to 1976. After the closing of the base, the British Government decided to convert the base into a museum. However, the airfield's runway is still active, and it hosts some airshows from time to time. The museum mostly exhibits aircraft from WWI and WWII era. However, they also exhibit some fairly modern aircraft as well (Kavanagh: 1988). The exhibition showcases 7 variants of the legendary British-made Spitfire, Lockheed SR-71 Blackbird, which is the fastest operational aircraft in the world, Concorde which is the fastest passenger jet ever flew and so on. They also exhibit some land and sea equipment used by the Royal Army and Navy (IWM Duxford Aircraft and Vehicles List, n.d).

### **2.2.3. Le Bourget Air and Space Museum (Paris-France)**

The museum stands in the Paris Le Bourget Airport which is the second main airport of the city. The history of the museum dates back to the year of 1918 when the Ministry of War of France ordered to collect and showcase the aeronautical collections which have been made so far. In 1921 a dedicated museum for aviation was constructed. However, the museum got destroyed in the year 1940 and did not get rebuilt until the year 1961. Being one of the oldest aviation museums, Le Bourget has one of the most iconic collections of the aviation world. It exhibits the first prototype of the Concorde, an Airbus A380 which is the largest passenger airplane ever made, and a lot of vintage and modern fighter aircraft. The museum got approximately 320.000 visitors in the year 2019 (Musee Air Espace, n.d).

Aviation museums serve as rich tapestries that weave the history and evolution of human flight. Avgeeks, with their intrinsic passion for aviation, are naturally drawn to these spaces, seeking a deeper connection to the aircraft and stories they cherish. They relish the opportunity to witness firsthand the machines they've extensively read about or discussed. For the

general public, these museums offer an educational journey, showcasing the marvels of engineering and human ingenuity. From evoking nostalgia in older visitors familiar with past aviation eras to inspiring younger ones with dreams of the skies, aviation museums resonate with a broad audience, blending education, admiration, and inspiration.

### **2.3. Airshows and Aviation Events**

Airshows are public events where various types of aircraft are displayed and demonstrated, both on the ground and in the air. They are often organized to showcase the capabilities, advancements, and aerobatics of military and civilian aircraft. At airshows, attendees can witness high-speed flybys, complex aerial maneuvers, formation flying, and sometimes even simulated combat scenarios. While the flying demonstrations are the main attraction, many airshows also feature static displays, where aircraft are parked on the ground for attendees to get a closer look, interact with pilots, and learn more about each machine's features and history.

Airshows can serve multiple purposes. They can be commercial events where aerospace manufacturers display their latest innovations to potential buyers, military events aimed at demonstrating a country's aerial prowess, or community events meant to entertain and educate the public about aviation. Popular airshows attract enthusiasts, professionals, and the general public from all over the world, making them significant events in the aviation calendar.

In history, the first airshow was held when the Wright Brothers took their first flight. After that, a lot of people made and flew their own aircraft and attracted a significant crowd while doing so. Back then, the events were called "Flying Circuses" since the act of flying itself was seen as a stunt (Fusco, 2018: 1). These Circuses got a lot of attention and in a short time the first international air gathering was organized in Reims, France. The event was organized as an air race and the winner was awarded with 200.000 Francs (760.000 USD today). The event took one week and attracted around 500.000 visitors. After the Reims Air Meet, a lot of similar air shows were organized in early 1900's. Up until the end of WWII, the main purpose of the events was racing and aerobatics. Because until then, airplanes were only seen as military equipment, but after the Wars airplanes became a method of transportation as well and civilian people became more familiar with airplanes and aviation in general. And at the end of the 20<sup>th</sup> century, airshows became events both for the exhibition and the racing of the aircraft (Hallion, 2003: 258-259).

Today, more than 50 airshows are organized annually around the world. With thousands of attendees, the air shows can be counted as one of the biggest aviation attractions for aviators, enthusiasts and the sector of aviation itself. Some of the most popular airshows around the world can be listed as follows:

### **2.3.1. Dubai Air Show**

The Dubai Airshow started its journey in 1986 as “Arab Air”. Served as a regional trade show for civil aircraft. The venue was the Dubai World Trade Centre. Over time the show gained prominence. Expanded on a scale becoming a captivating international exhibition that attracted major players in the aerospace industry. This growth was greatly influenced by Dubai’s location as a hub connecting East and West. As the reputation of the show grew so did its range of exhibits including both civilian and military aircraft. The increasing number of deals made, and partnerships established during this event demonstrated its growing significance, within the aviation community. In 2019 more than 160 aircraft were displayed at the event, and it attracted a total of 104.000 attendees. And at the event around 78 million USD worth of aircraft sales were made (Dubai Airshow, 2023, May 29).

### **2.3.2. Paris Air Show**

The history of the Paris Air Show can be traced back to 1908 when aircraft were first showcased as a part of the Paris Motor Show. In that year a specialized air show took place at the Grand Palais from September 25<sup>th</sup> to October 17<sup>th</sup>. This event attracted around 100.000 attendees who came to witness the offerings presented by 380 exhibitors. Before World War I four similar events occurred. After a pause, the air show resumed in 1919. Has been held every two years since 1924 except for disruptions caused by World War II. Following the war, the event made a comeback in 1946. Has been scheduled in numbered years starting from 1949 onwards. While the Grand Palais remained a venue flight displays began taking place at Paris Orly Airport in 1949. By 1953 the show shifted its location from Grand Palais to Le Bourget. The popularity of this event skyrocketed during the 1960s. It has been internationally recognized as a leading benchmark, for aviation since the 1970s (Obrazcova, 2017, Jun 17).

In the year 2023, the event was a massive convergence of exhibitors, professionals, and the general public. It boasted the participation of 2500 exhibitors from 46 countries. These exhibits sprawled across a vast 125.000 m<sup>2</sup> of space, comprising exhibition halls, chalets, and static displays. This space also accommodated an impressive lineup of 150 aircraft. Over the

course of the week, the event saw an influx of 300.000 visitors, with 130.000 unique professional attendees, 43% of whom came from outside France, cumulatively marking 210.000 entries. The general public also turned up in significant numbers, with 170.000 visitors, bringing the week's total footfall to a staggering 380.000 entries. In terms of official delegations and media coverage, the event was widely covered by the media, with 1850 journalists from 75 countries accredited for it. A testament to the show's significance in the aviation and defense sectors, approximately \$150 billion worth of contracts were inked during its duration (Dubai Air Show, n.d.).

### **2.3.3. Farnborough Airshow**

The Farnborough International Airshow made its entrance into the aviation industry at a later time compared to its counterparts. It held its first event in 1948, after sporadic shows organized by the Society of British Aircraft Constructors, which began in 1932 at Hendon Aerodrome. These shows took place annually until 1936, then took a break and resumed in 1946, eventually evolving into the Farnborough show in 1948. Starting from 1962, the show adopted a biennial schedule. During the period leading up to the 1970s, the show prominently showcased aircraft manufactured in Britain. Significant aircraft debuts included the de Havilland Comet in 1949, followed by the Bristol Barbizon and Vickers Viscount in 1950. The event saw the presence of the Comet 4C, BAC 1-11, and Vickers VC10 by 1962. In 1970, the Concorde made its first appearance at Farnborough, only a year after its premiere in Paris. With more than 1500 exhibitors, 100.000 m<sup>2</sup> of exhibition space, a static aircraft and flying display, and over 80.000 visitors over the trade days, Farnborough Airshow stands as one of the largest air shows in the world (Farnborough International, n.d.).

The air shows are significant for enthusiasts' because they provide with the opportunity to witness the mesmerizing aerobatic displays and precision maneuvers performed by skilled pilots, igniting passion for aviation. Additionally, airshows often feature a diverse array of aircraft, including rare and historic planes, allowing avgeeks to get up close and personal with these remarkable machines. Beyond the aviation spectacle, airshows also serve as a meeting ground for the aviation community, fostering connections, knowledge-sharing, and a sense of belonging among avgeeks. In essence, airshows are not just events, they are a source of inspiration, camaraderie, and celebration for aviation enthusiasts.

### 3. Aviation Enthusiasm and Special Interest Tourism

Special interest tourism is a distinct subdivision of the broader tourism industry. It targets individuals seeking particular experiences or engagements tailored to their unique interests, hobbies, and passions, making it different from all-encompassing mass-market travel. Its purpose is to cater to those eager to explore in-depth certain features of a destination or an activity (Rittichainuwat, 2018: 8). The term SIT emerged in the 80s however the act of traveling because of special interests is nothing new. The first acts of tourism can be attributed to special interests. For example, the travel for the Olympic Games or religious festivals in antiquity can be considered as SIT as well (Douglas et al, 2002: 4). According to Aggarwal, Bubsy and Huang, the key characteristics of SIT can be listed as follows:

- SIT is motivated by a new desire to engage in new or existing interests in novel or familiar location,
- SIT is the opposite of mass tourism,
- SIT is undertaken for a specific or distinct purpose,
- SIT emanates from the desire to deliver a more sustainable form of tourism,
- SIT involves flexible delivery, market segmentation and advances in technology (Aggarwal et al, 2018: 4).

According to Brotherton and Himmetoğlu, the special interest tourists' have several attributes. Those are listed below:

- Constituting a minority of the travel population,
- They are usually from middle to high economic income groups,
- They are generally less price sensitive compared to general interest tourists,
- They tend to be sophisticated and experienced travelers,
- They have high expectations related to the event and activity. But do not care that much about the accommodation,
- Adventurous, allocentric and do not like to follow the majority,
- Have no specific social obligations for their travel. They don't need to be "socially acceptable" with their travels,
- They are able to choose alternative destinations for their travels (Brotherthon and Himmetoğlu, 1997:18).

Aviation enthusiasts' traveling to destinations for reasons mentioned above, fits every definition of the SIT. These individuals possess a deep passion for aviation, which fuels their desire to explore specific destinations and immerse themselves in their interest. With their specialized knowledge, they have an ability to identify unique aircraft, grasp the significance of aviation history, and participate in niche aviation events. This passion driven travel not only contributes to the local economy but also gives rise to distinct preferences and needs, such as seeking accommodations close to airports or prioritizing visits to places with aviation significance. Furthermore, their involvement in local and global communities of fellow enthusiasts fosters vibrant events and gatherings.

In recent years, the travel rates among avgeeks, aviation enthusiasts, have notably increased. This surge can be attributed to factors like easy access to flight information online, strong online aviation communities, affordable air travel options, and the desire to experience aviation-related events and attractions. As a result, avgeeks are traveling more frequently to witness airshows, visit aviation museums, and connect with fellow enthusiasts, contributing to the growth of tourism. This increase can be seen through the attendee numbers of some popular airshows:

<b>Dubai Air Show</b>	72.000 (2017)	84.043 (2019)	104.000 (2021)
<b>Paris Air Show</b>	322.000 (2017)	500.000 (2019)	Canceled Due to Pandemic (2021)
<b>Farnborough Air Show</b>	73.000 (2018)	Canceled Due to Pandemic (2020)	80.000 (2022)

*Sources: dubaiairshow.aero, farnboroughairshow.com, siae.fr*

In conclusion, the population of avgeeks is steadily growing, and their enthusiasm for traveling to various destinations and aviation events is on the rise. It is evident that greater attention should be directed toward catering to the needs and interests of avgeeks in the field of tourism, both within the industry and in academic research.

#### **4. Türkiye's Potential for the Aviation Enthusiasts**

Türkiye holds significant appeal for aviation enthusiasts due to its unique position at the crossroads of Europe, Asia, and the Middle East. This strategic location means that its airports, especially in Istanbul, witness a diverse array of aircraft from numerous global airlines. The recently inaugurated Istanbul

Airport, intended to be one of the world's busiest in terms of passenger traffic, is a testament to the country's expanding aviation footprint. Prior to this, Atatürk Airport served as a bustling hub teeming with aviation activity. Furthermore, other cities like Ankara, Izmir, and Antalya also boast major airports that see a mix of domestic and international carriers. All these factors combined make Türkiye a rich tapestry of aviation activity, providing ample opportunities for enthusiasts to indulge their passion.

For spotters, Istanbul has always stood as a hub given its strategic location. The Atatürk Airport used to be the preferred spot due to runway 17R/35L's clear visibility from an accessible public route. This encouraged many spotters to converge near this area with hopes of enjoying visual contact with flying aircraft. However, following the shutdown of Atatürk Airport and the inception of Istanbul Airport was not a letdown for the spotters. The new airport offered spotters a dedicated lounge. Moreover, Istanbul Airport hosts some of the rarest airlines and aircraft. For example, The Tehran to Istanbul route is notably busy, bringing a lot of Iranian aircraft to the tarmac. Due to sanctions imposed on Iran after the Islamic Revolution, the country has been unable to acquire new aircraft for a long time, meaning many of their planes are older and rarer models. For Western enthusiasts who may find traveling to Iran challenging, Istanbul offers the best opportunity to photograph these unique aircraft. Beyond this, Istanbul Airport also hosts airlines from around the globe, ensuring a rich diversity of aircraft models and designs. Türkiye also has a great selection of aviation museums. Some of the most important museums of Türkiye are listed below:

#### **4.1.1. Istanbul Air Force Museum (Yeşiköy-Istanbul)**

After the end of World War I, there were initiatives to create an aviation museum, in Türkiye by gathering kinds of aircraft including planes built by Germans. However, many of these planes suffered damages either during transportation or in the War of Independence which caused a delay in establishing the museum. In 1960 General İrfan Tansel, who was the Chief of Air Force at that time revived the idea. As a result, Türkiye's first air museum was opened in İzmir Cumaovası in 1971. However, due to its remote location and other logistical issues, the museum needed relocation. By 1978, after considering factors like location and visitor potential, the decision was made to relocate near the Air Force Academy. Construction for the new museum began in 1977 and was completed in 1983, with interiors designed by Mimar Sinan University and the Istanbul Provincial Culture, Display and Monuments Directorate. The updated Air Museum was inaugurated on Oct. 16, 1985, by Chief of Air Staff General Halil



SÖZER. In the aircraft hangar and outdoor area, various aircraft and helicopters used by the Turkish Air Force are on display. In the Memorabilia Hall, there are personal items belonging to individuals synonymous with aviation history. The Engine Section houses various engines from propeller-driven and jet aircraft. The Weapons Hall displays various weapons used throughout aviation history and those in use today, along with information related to the development of aerobatic teams in Türkiye. In the Clothing Hall, imitations of uniforms worn by aviators from the Ottoman era to the present day are presented to visitors. The museum also includes a library (available to authorized researchers), a conference (cinema) hall, a cafeteria, and a souvenir sales section (Istanbul Air Force Museum, n.d).

#### **4.1.2. M.S.Ö Air and Space Museum (Sivrihisar- Eskişehir)**

The M.S.Ö. Air and Space Museum, known as M.S.Ö Hava ve Uzay Müzesi in Turkish, is situated within the Sivrihisar Aviation Center in Eskişehir, Türkiye. It is open to the public every day except for Mondays, and admission is free of charge. The museum boasts a collection of both airworthy historical aircraft and static displays. As for its location, the museum is directly linked to the western apron at the Sivrihisar Aviation Center. This allows airworthy aircraft to easily exit the hangars and perform display flights. To enter the museum, visitors use the B gate of Sivrihisar Aviation Center. The museum itself comprises four hangars, housing a wide range of exhibits that span from engines to dioramas to various aircraft. Additionally, the museum building houses the Aeronautical Information Service office and a museum store. The museum's collection of airworthy aircraft includes notable examples such as the North American P-51 Mustang "Ferocious Frankie" with serial number 44-13704, the Douglas DC-3 "Turkish Delight" with serial number 2204, the North American T-6 Texan "Happy Hour" with serial number SA079, the Boeing-Stearman Model 75, the Antonov An-2 with serial number 17805, and the Cessna 195. Furthermore, the museum serves as a venue for aviation-related events, including the Women and World Aviation Symposium, which was scheduled for March 2020 (Museum, n.d.).

#### **4.1.3. Ankara Air Force Museum (Etimesgut-Ankara)**

The Ankara Air Force Museum is a military aviation museum operated by the Turkish Air Force. It is located in Etimesgut, Ankara, covering an area of 64.321 m<sup>2</sup> (692.350 square feet). The museum displays a range of military aircraft, including MIG series planes, and features indoor exhibits related to the history of aviation in Türkiye and the world. Visitors can

also explore cockpits of the Lockheed T-33 and Northrop F-5 aircraft. The museum is open every day except Mondays, from 9:00 AM to 4:30 PM local time. It was inaugurated on September 18, 1998, in the presence of Sabiha Gökçen, Türkiye's first female combat pilot and Atatürk's adopted daughter (ankarahavamuzesi, n.d.). Türkiye also hosts several air shows. Those shows are listed below:

#### **4.2.1. Teknofest (Various Locations)**

Teknofest, Türkiye's sole aerospace and technology festival, is co-organized by various pivotal national technology entities. Launched in 2018 at Istanbul Airport, the festival encompasses technology competitions, air shows, concerts, and other events to foster technological interest and highlight Türkiye's technological transformation. In its inaugural year, it attracted 4333 teams and 20.000 participants across 14 categories. By 2019 at Istanbul Atatürk Airport, participation grew to 17.373 teams and 50.000 competitors from 122 countries in 19 categories. In 2020, hosted by Gaziantep Middle East Fair Center, numbers rose to 20.197 teams and 100.000 participants across 21 categories from 84 countries. The 2021 edition at Atatürk Airport saw 44.912 teams and 200.000 participants from 111 countries in 35 categories. In 2022, Teknofest Black Sea at Samsun Çarşamba Airport featured 40 tech competitions, with over 154.000 teams and 600.000 participants from 107 countries. That same year, an international edition in Azerbaijan's Baku Crystal Hall had 1010 teams and 5636 competitors across 10 categories (Teknofest, n.d).

#### **4.2.2. Istanbul Air Show (Atatürk Airport- Istanbul)**

The Istanbul Airshow, a biennial event hosted in Istanbul, Türkiye, focuses on the civil aviation markets in Eurasia and the Middle East. This prominent exhibition has been organized by AIREX since 1996. The Eurasian market presents several notable challenges, including significant investments in Türkiye's civil aviation and airport sectors, alignment with global aviation and airport regulations, the privatization of state-owned airline and terminal operations, the emergence of private airlines, air-charter, and air-taxi companies, a growing trend of private aircraft usage for business and general purposes, ongoing airport construction, renovation, and modernization efforts, evolving financing and management models, the imperative to enhance training facilities for various aviation roles, and the rising number of air travelers to and from the region (Istanbul Air Show, 2022, May, 9).

In conclusion, Türkiye holds immense potential for aviation enthusiasts, offering a diverse range of experiences and attractions. Istanbul, as a major aviation hub, boasts two international airports where avgeeks can observe a wide array of aircraft from around the world. The country's rich aviation history is celebrated in various aviation museums, which house impressive collections of aircraft and aviation artifacts. Additionally, Türkiye hosts the biennial Istanbul Airshow and Teknofest drawing aviation enthusiasts and professionals from across the region. The country's geographical diversity, from bustling cities to serene coastal regions, provides unique plane-spotting opportunities.

## 5. Conclusions and Suggestions

This paper has explored the growing phenomenon of aviation enthusiasts' involvement in the realm of special interest tourism. Into the motivations, experiences, and contributions of these passionate individuals who seek to immerse themselves in the world of aviation. Throughout the examination, it has become evident that aviation enthusiasts are a formidable force in the tourism industry, contributing to the economic and cultural aspects of destinations they visit. As seen, their pursuit of aviation-related experiences goes beyond mere hobbyism; it forms an integral part of their identity and passion. By engaging in aviation-centric tourism activities, these enthusiasts not only satisfy their curiosity and deepen their knowledge but also foster a sense of community among themselves. Furthermore, aviation enthusiasts have proven to be valuable assets to local economies, often flocking to aviation museums, airshows, and aviation-related events. Their presence generates revenue, supports businesses, and aids in the preservation of aviation heritage. As such, tourism stakeholders and destinations should recognize and harness the potential of this niche market. In the future, the role of aviation enthusiasts in special interest tourism is likely to expand. The advent of new technologies, the resurgence of air travel, and the continual evolution of the aviation industry will provide enthusiasts with even more opportunities to engage with their passion. However, it is crucial for the tourism industry and aviation community to collaborate effectively to ensure that these enthusiasts' unique needs and interests are met.

Upon analyzing the results obtained during the research, it can be inferred that aviation enthusiasm can be categorized as a special interest tourism activity. For future studies, direct interviews with the participants can be conducted using both qualitative and quantitative methods, which can help gather qualitative data in accordance with the participants' opinions. These data can be utilized in the tourism industry to influence and motivate tourists to participate in such activities.

## References

- Ankara Air Force Museum, (n.d). <https://ankarahavamuze.hvkk.tsk.tr/>.
- Aggarwal, S., Bubsy, G. & Huang, R. (Eds.). (2018). *Special Interest Tourism: Concepts, Contexts and Cases*. United Kingdom: CABI.
- Brotherton, B. & Himmetoğlu, B. (1997). Beyond destinations: special interest tourism. *Anatolia*, 8:(3), 11-30. DOI:10.1080/13032917.1997.9687118
- Crouch, T. D. (2002). *A dream of wings: Americans and the airplane*. New York: W.W. Norton & Co.
- Douglas, N., Douglas, N. & Derrett, R. (Eds.). (2002). *Special interest tourism*. London: Wiley.
- Dubai Air Show, (n.d). [www.dubaiiarshow.aero](http://www.dubaiiarshow.aero).
- Farnborough Air Show, (n.d). [www.farnboroughairshow.com](http://www.farnboroughairshow.com).
- Fopp, M. A. (1997). Air and space museums come to age, *Museums International*, 265:(3), 4-42.
- Fusco, P. (2018). *The crowd pleasers: A history of airshow misfortunes from 1910 to the present*, Skyhorse: Delaware.
- Hallion, R. (2003). *Taking flight: inventing the aerial age from antiquity through the first world war*. New York: Oxford University Press.
- Imperial War Museum, (n.d). IWM Duxford Aircraft and Vehicle List. [https://www.iwm.org.uk/sites/default/files/publicdocument/IWMDuxford\\_Aircraft\\_Vehicles\\_List.pdf](https://www.iwm.org.uk/sites/default/files/publicdocument/IWMDuxford_Aircraft_Vehicles_List.pdf).
- Istanbul Air Force Museum, (n.d). History. <https://istanbulhavamuze.hvkk.tsk.tr/Custom/istanbulHavaMuzeEN/198>.
- Istanbul Air Show, (n.d). [www.istanbulairshow.com](http://www.istanbulairshow.com).
- Kavanagh, G. (1988). Museum as memorial: The origins of the imperial war museum. *Journal of Contemporary History*, 23(1), 77-97.
- Khianthongkul, K., Bunyavejchewin, P., & Saisaeng, B. (2023). Antonov an-225 Mriya: The world's largest aircraft destroyed-why? *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 44(2), 537-544.
- Lichter-Marck, R. (2016). Eyes aloft: The sublime obsession of plane spotting. *The Virginia Quarterly Review*, 92(4), 52-63.
- List of aviation museums. (2023, October 9). In *Wikipedia*. [https://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_aviation\\_museums](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_aviation_museums).
- M.S.Ö Museum, (n.d). <https://msomuseum.com/>.
- Musee Air Espace, (n.d). History of The Museum. <https://www.museeairespace.fr/en/museums-history/>.
- National Air and Space Museum. In *Wikipedia*. [https://en.wikipedia.org/wiki/National\\_Air\\_and\\_Space\\_Museum](https://en.wikipedia.org/wiki/National_Air_and_Space_Museum).

Obrazcova, T. (n.d.). History of Paris Air Show. <https://50skyshades.com/news/events-festivals/history-of-paris-air-show>.

Rittichainuwat, B. N. (2018). *Special interest tourism. 3<sup>rd</sup> Edition*. Newcastle: Cambridge Scholars.

Smithsonian Air and Space Museum. (n.d.). History. <https://airandspace.si.edu/about/history>.

Teknofest, (n.d). [www.teknofest.org](http://www.teknofest.org).

Volan, D. (1969). *The history of the ground observer corps* (Order No. 6913439). (Doctoral Dissertation, University of Colorado).

## A Review on The Use of Nuclear Energy in Cruises

Kursad Ozbay<sup>1</sup>

Mehmet Sarıısık<sup>2</sup>

### Abstract

#### Aim

it is crucial to use available resources correctly and consistently while producing and consuming energy. This study examines the possible benefits of using nuclear energy in cruise ships, which require high energy due to their large scale and numbers of guests.

#### Method

The study is a review prepared by conducting literature research.

#### Findings

Since nuclear energy produces more power than water, hydrogen, solar, and wind energy generation systems and produces almost zero carbon dioxide emissions, it has the capacity to fill the gap caused by the depletion of fossil fuels. Besides clean and renewable energies, the use of nuclear energy and power generation is inevitable.

#### Results and Suggestions

The use of nuclear energy in such ships could provide important opportunities, primarily because it offers long-distance navigation and easy storage.

#### Originality

Making use of nuclear energy in the determination of sustainable tourism goals should be priority in the development plans of all nations.

1 Limaş Port Management, Kocaeli, Türkiye, kursad.ozbay@limas.com.tr

2 Sakarya University of Applied Sciences, Sakarya, Türkiye, msariisik@subu.edu.tr

## 1. Introduction

Most developed countries have grown economically and socially in the last two decades thanks to tourism (MacNeill & Wozniak, 2018). Cruise ship tourism, which is within the scope of marine tourism, is the fastest-growing segment of this industry. The word *cruise* denotes traveling, wandering, watching (shipping), and sea cruising, among other meanings (Dictionary of Maritime Terms, 2020). *Cruise* is used here in reference to cruise tourism for vacation purposes, accommodation, certain standards of size and comfort, resting in a “floating hotel,” and making international visits (Dilek et al., 2015). A cruise ship evokes the image of a “wandering island” and contains many activities found in large cities. With their many room options, recreation areas, and restaurants where you can experience the flavours of different countries, cruise ships are priority holiday options among many age groups (Zheng et al., 2019). As the size and passenger capacities of cruise ships increase, the recreational activities offered also diversify.

In the beginning, travel by ship was accepted as a preferred way of life for the elite. After the Second World War, the decrease in the number of such cruises and the increase in passenger planes caused a loss of commercial value in ships. However, the middle of the 20th century brought about a tremendous revival. Since the beginning of 1990, the sector has continued to increase disproportionately in developing countries (MacNeill & Wozniak, 2018). Considering its share of international growth, cruise tourism can be seen as a sub-sector of sustainable tourism. Cruise ship operating companies have broadened their target audiences to appeal by turning to different markets and recreations. Given that people of all ages, from children to the elderly, may patronize cruise ships, different options and times, high-quality service offerings, prices, and routes have been provided to attract these guests. As a result, there has been an annual tourism growth of 8% globally: cruise tourism hosted 8.5 million passengers between 1980 and 1997 (Wood, 2000) alone. From 2003 to 2014, worldwide cruise demand increased from 12 million passengers to 21.6 million passengers across 410 cruise lines. The total revenues of the ships have exceeded 37.1 billion dollars (Sun et al., 2011; Clia, 2014). European tourists played an active role in cruise tourism in 2013, when 30% of the total passengers consisted of Europeans, and 31.2 million tourists visited 250 port cities via cruise lines on routes that include stopovers throughout Europe and the Baltic Sea. The result was a trade economy consisting of 16 billion dollars of direct expenditure within the scope of cruise tourism (CLIA, 2014). The Mediterranean and

European fleets consist of 166 large and small cruise ships serving a total of 3.86 million passengers (Paoli et al., 2017).

## **2. Literature Review**

### **2.1. Nuclear Energy**

Energy needs and consumption are at the forefront of national development in many countries. Because energy and industrial products are the most important and vital gains of production, it is imperative to supply the energy needed by the people and the economy in a continuous, timely, reliable, cheap, and clean way and to produce alternative energy sources to meet increasing demands (Pamir, 2012). While there have been positive developments in the field of physics and chemistry for several centuries, our examination of the structure of the atomic nucleus is only one century old. Following Crookes's ionization of gas with an electric discharge in 1879, electronics were identified as the source of electricity in 1897, and penetrating X-rays were discovered in 1895, as were gamma rays in 1896. The determination of the properties of the radioactive element by Curie in 1898 accelerated the developments related to energy. Along with this, energy security problems also arose. Breit and Wigner provided the theoretical explanation of slow neutron processes in 1936. Measuring the distribution of fast and thermal neutrons and explaining the behaviour in terms of elastic scattering, chemical bonding effects, and thermal motion in target molecules, the existence of nuclear energy was revealed (Murray & Holbert, 2019).

### **2.2. Structure of Nuclear Energy**

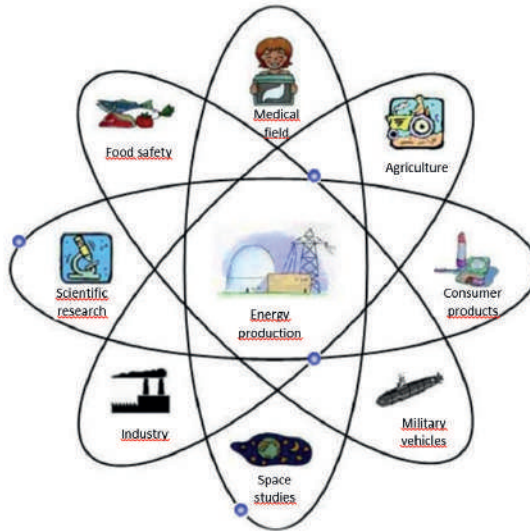
Due to the weight of the atoms in uranium, it stores quite compactly. Uranium's heavy particles have a natural tendency to want to separate and reduce themselves to smaller volumes. The energy that emerges when atoms scatter during division is called nuclear energy (Encyclopaedia Britannica, 2019). If the number of nuclei that can be disintegrated in the structure and the distribution of these nuclei within themselves and the number of neutrons released from disintegration are kept under control, continuous and controlled energy can be achieved, as in nuclear power plants. In such plants, it is possible to produce electrical energy in a controlled manner in line with the need. Since atoms hit other nuclei during this splitting event to become stable, they also activate them and cause them to split. In this way, they can provide a high amount of continuous energy.



### 2.3. Uses of Nuclear Energy

Modular reactors, developed in small structures to meet various energy needs, have started to become a reality. Increasing global energy demands due to population growth and economic expansion, increasing urbanization and industrialization, and higher demands necessitate better use of existing energy resources. Studies continue for changes in strategic energy needs and the creation of new energy sources. Currently, about 20 small reactor designs are being developed in 10 developing countries around the world: namely, India, Argentina, China, France, South Korea, Italy, Japan, the United States, South Africa, and the Russian Federation. These countries have focused on developing micro-scale applications of nuclear energy. Recently, many applications have emerged regarding portable and portable nuclear reactors. A small yet safe reactor called NuScale produces 60MW of electricity. Thanks to its integrated and modular design and cooling system, the reactor can accommodate many positive features at the same time. Its core can be changed after as long as 24 months (Geoffrey et al., 2019). Figure 1 shows other valuable areas of nuclear application, including medicine, agriculture, food safety, consumer products, scientific research, space studies, military vehicles, and industry. In Figure 1, the main usage areas of nuclear energy are given.

*Figure 1. Nuclear Energy Usage Areas*



*Reference: (Web I, 2019)*

The development of small-sized reactors has brought with it the problem of licensing, and modular design licenses have been started to be granted for reactors defined as advanced reactors producing up to 300MW of electrical power (Alam et al., 2020). There are many driving forces in the development of such reactors. High flexibility in meeting energy needs, power generation for a wider range of users and applications, seeking alternatives to fossil fuels nearing the end of their life, meeting energy needs with the characteristics of increasing natural and passive safety and performance, low capital coverage, suitability for cogeneration and non-electrical applications, options for physically less developed remote regions (which can be easily coupled with the systems infrastructure), and hybrid energy systems, including renewable resources, have spurred the trend of combining nuclear and alternative energy sources (Alam et al., 2020). The emergence of new designs to meet safe and economically viable needs greatly increases the demand for 300KW nuclear power reactors (Iaea, 2018).

#### **2.4. Nuclear Power Systems on Cruises**

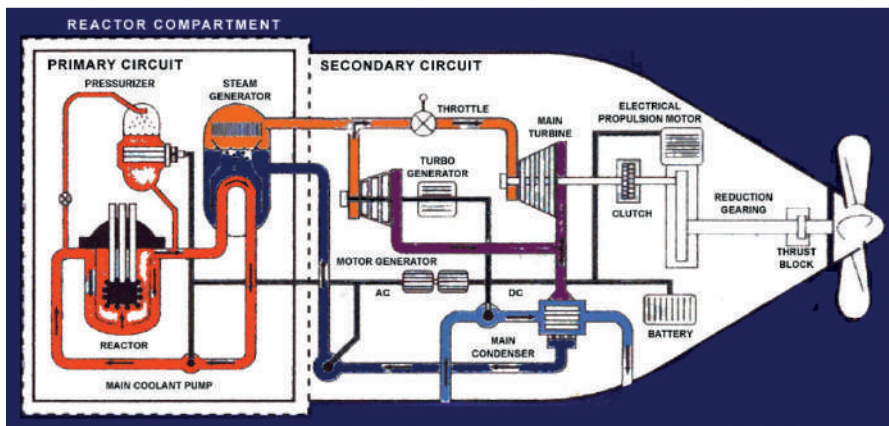
When designing a cruise ship, the reactor must have a dedicated area for installing such components as the high-strength steel reactor vessel, heat exchangers, steam generators, steel pipes for the transfer of hot and cold water, durable pumps, and various valves (Schøyen & Jensen, 2017). Because the system produces high levels of heat and radiation, the protection of the crew and guests is of vital importance. More than 100 tons of lead shields are placed around each reactor system.

A pressurized water reactor with two basic structures is used—one as the main and the other as the secondary system—for the propulsion systems that will work with nuclear energy to be used in the cruise ships (Invernizzi et al., 2017). The primary system circulates normal water and consists of pipelines, pumps, and steam generators, which are the contents of the reactor. The water is continuously circulating as the heat produced in the reactor is transferred to the water under high pressure to cool the reactor and prevent it from heating at the same time. This water is pumped back into the reactor for heating and recycled by steam generators. In steam generators, heat from the water in the primary system is transferred to the secondary system to form steam. The secondary system is isolated from the primary system by means of separators so that the water in the two systems does not mix.

In the secondary system, steam is directed to the main propulsion turbines, which drive the steam generators and propellers to rotate the turbine alternators that supply electricity to the ship. After the steam passes

through the turbines, it is condensed into the water fed back to the steam generators by feed pumps and converted back to water (Simonsen et al., 2019). For this reason, the primary and secondary structures are closed-loop systems in which the water is circulated and regenerated primarily hot and then cold. Since there is no situation that requires the creation of air and oxygen for combustion, it is possible for cruise ships running on nuclear power generation systems to operate independently for a long time. The system needs only water, which is immediately accessible to cruise ships by default (Iaca-Tecdoc-1854, 2018). The above-mentioned system is shown in Figure 2.

*Figure: 2 Nuclear Powered Ship Power Systems*



*Reference: (Web II, 2022)*

The energy-generating parts of nuclear-powered ships continue to be sources of radiation even after the ships have completed their service and the plutonium rods have been removed from them. Fusion rods that are inactive should not be abandoned to nature but should continue to be stored in dedicated containers. Since the water used for the cooling of the core in the ship is exposed to radiation, it should not be released into the environment. Therefore, the pipes in the system should be separated from the other materials in the same way (Sanders & Sanders, 2019).

## 2.5. Nuclear Energy and Cruise Ship Applications

The use of nuclear energy in cruise and commercial ships provides flexibility in ship design because of its small footprint. Because the ship requires less refuelling, it can continue on its way for a long time without

stopping at ports. For commercial ships, on-board nuclear energy systems are simple, safe, and compact, allowing extra room for transport (Hirdaris et al., 2014). The first generation of nuclear-powered ships has come a long way in terms of safety (Magwood, 2001). People's trust can be gained by high security levels, increased experience, advances in nuclear energy control, sound engineering practices, and lessons from negative experiences (Freire & Andrade, 2015). However, security measures should not be neglected. Today, fossil fuels have established themselves in the world and continue to be the most widely used energy source. Nuclear-fuelled ships will be able to provide the same confidence in the future. The use of low-enriched uranium on NS *Savannah*, seen in Photo 1, provided more reliability (Armellini et al., 2018) and made it the new standard of shipping in the 1950s when it was built (Lange, 1990). The world's first nuclear-powered surface ship, which entered service in 1959, served until 1989 and was discontinued over its hull thinning due to ice erosion. As a result of engineering calculations under normal conditions, the ship, which was designed for a reactor life of 100,000 hours, was deemed appropriate to be used for more than 30 years. It has travelled more than one million nautical miles in this period of use, thus demonstrating that nuclear-powered marine engines have higher operational reliability than their diesel counterparts (Gravina et al., 2012).



*Photo: Nuclear ship 01 Savannah*

*Reference: (Web III, 2019)*

A cruise ship needs to be refuelled on average every eight months, but there is no need for inspection, maintenance, or replacement of the core inside a typical commercial nuclear ship reactor. When the characteristics of the *Anthem of the Seas* cruise ship are examined, we find that the ship requires  $4 \times 4694 = 18,776$  horsepower at full load. Converted into megawatts, it puts out approximately 14MW. Since the NuScale modular reactor produces

60MW of energy, it can be said that even the world's largest cruise ship, *Symphony of the Seas*, can fulfill its energy needs.

### 3. Conclusion

The increase in global greenhouse gases due to carbon dioxide emissions, the ever-increasing population rate, the use of fossil fuels by ships, and the consumption of hydrocarbon fuels intensify today's search for energy in different areas. For the sake of our collective future, hydrocarbons must be reduced. Besides clean and renewable energies, the use of nuclear energy and power generation is inevitable.

Since nuclear energy produces more power than water, hydrogen, solar, and wind energy generation systems and produces almost zero carbon dioxide emissions, it has the capacity to fill the gap caused by the depletion of fossil fuels. Although it is used for defence power in military ships, submarines, and aircraft carriers today, one should not be surprised to see nuclear reactors being used in cruise, commercial, and container ships in the near future. Enhanced security measures and well-established peaceful engineering measures are the most important practices for its success.

For the use of nuclear-fuelled ships and cruise ships, nations should come together and provide the necessary support by basing their peaceful use of nuclear power on a universal legal procedures and rules. Countries should prepare for the development of nuclear energy by establishing common areas for clear and joint reflection on the requirements of the world's future fuels. Targets should be set to pave the way for tourists and guests to benefit from recreation areas in accordance with the rules and frameworks of international law for nuclear ships to dock at ports and navigate the seas. Although the initial investment cost of nuclear energy is high at the moment, it guarantees a long ship life (at least 30-40 years). For this reason, the service life of the cruise ships and other ships to be produced should be well calculated, and designs should be made that can benefit economically from all of the energy for years. Making use of nuclear energy in the determination of sustainable tourism targets should be among the priority targets in the development plans of all nations.

## References

- Alam, S. B., Almutairid, B., Kumarc, D., Shakhawat H., Tanimf, S. H., Jaradatg, S., Goodwinb, C. S., Atkinsone, K. D. & Parks, G. T. (2020). Neutronic Feasibility Of Civil Marine Small Modular Reactor Core Using Mixed D<sub>2</sub>O + H<sub>2</sub>O Coolant. *Nuclear Engineering And Design*, 359, 110449.
- Armellini, A., Daniotti, S., Pinamonti, P. & Reini, M. (2018). Evaluation Of Gas Turbines As Alternative Energy Production Systems For A Large Cruise Ship To Meet New Maritime Regulations. *Applied Energy*, 211, 306–317.
- CLIA, (2014). The Cruise Industry. Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe, Retrieved 2020, January 11, from [https://www.researchgate.net/publication/319145571\\_The\\_economic\\_revenues\\_and\\_the\\_emergy\\_costs\\_of\\_cruise\\_tourism](https://www.researchgate.net/publication/319145571_The_economic_revenues_and_the_emergy_costs_of_cruise_tourism).
- Denizcilik Terimleri Sözlüğü (2020). Retrieved 2020, January 13, from <http://denizcilik.terimleri.com>
- Dilek, E., Kaygalak, S., Türksoy, S. & Timur, A. (2015). Kruvaziyer Turizmi: İzmir Merkez Liman Olabilir Mi?. *Batman University Journal of Life Sciences*, 5/2, 33-56.
- Freire, L. O. & Andrade, D. A. (2015). Historic Survey On Nuclear Merchant Ships. *Nuclear Engineering And Design*, 293, 176–186.
- Geoffrey, A. B., Aydogan, F. & Koerner, C. L. (2019). Economic Viability Of Light Water Small Modular Nuclear Reactors: General Methodology And Vendor Data. *Renewable And Sustainable Energy Reviews*, 103, 248–258.
- Gravina, J., Blake, J. I. R., Sheno, A., Turnock, S. & Hirdaris, S. (2012). Concepts For A Modular Nuclear Powered Containership. 17th International Conference On Ships And Shipping Research, Napoli, Italy.
- Hirdaris, S. E., Cheng, Y. F., Shallcross, P., Bonafoux, J., Carlson, D., Prince, B. & Sarris, G. A. (2014). Considerations On The Potential Use Of Nuclear Small Modular Reactor (SMR) Technology For Merchant Marine Propulsion. *Ocean Engineering*, 79, 101–130.
- Iaea-Tecdoc-1854 (2018). Deployment Indicators For Small Modular Reactors, Vienna: International Atomic Energy Agency.
- Invernizzi, D. C., Locatelli, G. & Brookes, N. J. (2017). How Benchmarking Can Support The Selection, Planning And Delivery Of Nuclear Decommissioning Projects. *Progress In Nuclear Energy*, 99, 155-164.
- Lange, R.S., (1990). Theme Study – Large Vessel NS Savannah. U.S. Department Of The Interior, Washington: History Division, NPS.
- MacNeill, T. & Wozniak, D. (2018). The Economic, Social, And Environmental Impacts Of Cruise Tourism. *Tourism Management*, 66, 387-404.

- Magwood, W.D., (2001). Report To Congress On Small Modular Nuclear Reactors. United States Of America Department Of Energy.
- Murray, R & Holbert, K. (2019). An Introduction To The Concepts, Systems, And Applications Of Nuclear Processes. Nuclear Energy 8th Edition.
- Pamir, N. (2012). Enerji Politikaları Ve Küresel Gelişmeler. Ankara: TMMOB 8. Enerji Sempozyumu, “Küresel Enerji Politikaları Ve Türkiye” Bildiriler Kitabı - I. Cilt
- Paoli, C., Vassallo, P., Dapuzeto, G., Fanciulli, G., Massa, F., Venturini, S. & Povero, P. (2017). The Economic Revenues And The Emergy Costs Of Cruise Tourism. *Journal of Cleaner Production*, 166, 1462-1478.
- Sanders, M. C. & Sanders, C. E. (2019). A World's Dilemma ‘Upon Which The Sun Never Sets’: The Nuclear Waste Management Strategy (Part II): Russia, Asia And The Southern Hemisphere. *Progress In Nuclear Energy*, 110, 148–169.
- Schøyen, H. & Jensen, K. S. (2017). Nuclear Propulsion In Ocean Merchant Shipping: The Role Of Historical Experiments To Gain Insight into Possible Future Applications. *Journal Of Cleaner Production*, 169, 152-160.
- Simonsen, M., Gössling, S. & Walnum, H. J. (2019). Cruise Ship Emissions in Norwegian Waters: A Geographical Analysis. *Journal Of Transport Geography*, 78, 87–97.
- Sun, X. Jiao, Y. & Tian, P. (2011). Marketing Research And Revenue Optimization For The Cruise Industry: A Concise Review. *International Journal of Hospitality Management*, 30, 746-755.
- The Editors of Encyclopaedia Britannica, (2019). Nuclear Energy, (2019, December 30).
- Wood RE. (2000). Caribbean Cruise Tourism. Globalization At Sea. *Annals of Tourism Research*, 27/2, 345–70.
- World Nuclear Association, (2019). Registered in England And Wales, Company Number 01215741.
- Zheng, J., Zhang, H., Yin, L., Liang, Y., Wang, B., Li, Z. Song, X. & Zhang, Y. (2019). A Voyage With Minimal Fuel Consumption For Cruise Ships, *Journal Of Cleaner Production*, 215, 144-153.

### *Internet references*

- Web I (2019). Retrieved 2019, December 28, from [http://www.nukleer.web.tr/temel\\_konular/faydalar.html](http://www.nukleer.web.tr/temel_konular/faydalar.html).
- Web II (2022). Retrieved 2022, January 13, from <https://www.world-nuclear.org/information-library/non-power-nuclear-applications/transport/nuclear-powered-ships.aspx>
- Web III (2019). Retrieved 2019, December 30, from <https://maritime.org/tour/savannah/pur>

## Somut Olmayan Kültürel Miras Unsuru Olarak Sandıklı Yarenlerinin Kültürel Aktarım ve Turistik Çekicilik Açısından Önemi

Turgut Türkoğlu<sup>1</sup>

Nurullah Kart<sup>2</sup>

Hüseyin Pamukçu<sup>3</sup>

### Özet

#### Amacı

Geleneksel sohbet toplantıları, toplumsal birlik ve beraberliği simgeleyen, katılımcıların bilgi ve deneyimlerini paylaştıkları, eğlendikleri, bir arada hoş vakit geçirdikleri geleneksel bir kültür unsurudur. Sözlü kültürün taşıyıcısı olan geleneksel sohbet toplantıları, bu özellikleri sayesinde toplumsal ilişkilerin gelişmesi, ihtiyaçların giderilmesi, gelecek nesillerin, içinde bulunduğu toplum ile bir bütünlük kazanması ve hayata hazırlanması gibi çeşitli kazanımları bulunmaktadır. Araştırmanın amacı, farklı bölgelerde farklı isimlerle anılan ve bir eğlence biçimi olan sohbet toplantıları arasında yer alan Sandıklı yarenlerinin tarihinin, içeriğinin, işleyişinin, sosyal, kültürel, turistik özelliklerinin tespit edilmesi ve kültürel belleğin aktarımı ile genç nesillerin gelişimi üzerindeki etkilerinin belirlenmesidir.

#### Araştırma Yöntemi

Araştırma kapsamında Sandıklı yarenlerine katılım gösteren yerel halk ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşme sonucunda elde edilen bulgular betimsel analize tabii tutulmuştur.

- 1 Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Türkiye, turgut.turkoglu44@gmail.com
- 2 Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Türkiye, nkart@aku.edu.tr
- 3 Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Türkiye, hpamukcu@aku.edu.tr



## Bulgular

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen görüşmelerde Sandıklı yarenlerinin, geleneksel sohbet toplantılarının bir çeşidi olması sebebiyle Orta Asya dönemine uzandığı, bölge halkı arasında birlik ve beraberlik duygusunu artırdığı, bölge kültürünün yeni kuşaklara aktarılmasında etkili olduğu ve gençler için bir nevi eğitim yeri vazifesi gördüğü öne çıkan bulgular arasındadır.

## Sonuç ve Öneriler

Sandıklı yarenlerinin, sosyo-kültürel etkisi göz önüne alındığında kültürel miras değerlerin yaşatılması ve aslına uygun olarak aktarılması açısından sürdürülebilirliği önem taşımaktadır. Özellikle gençlerin kültürel değerlerini tanıması, aidiyet ve kültürel kimlik kazanması açısından gençlerin Sandıklı yarenlerine katılması teşvik edilmelidir.

## Orijinalliği/değeri

Geleneksel sohbet toplantıları Anadolu'nun ve Türki Cumhuriyetlerin farklı bölgelerinde farklı içerik ve isimler ile gerçekleştirilmektedir. Bu çalışmada da Afyonkarahisar ili Sandıklı ilçesinde düzenlenen Sandıklı yarenleri üzerinde durulmuştur. Literatürde Sandıklı yarenlerini betimsel yönüyle ele alan ve kültürel açıdan değerlendiren bir çalışmanın olmaması çalışmayı özgün kılmaktadır.

## 1. Giriş

Somut olmayan kültürel miras (SOKÜM); toplulukların, grupların ve kimi durumlarda bireylerin, kültürel miraslarının bir parçası olarak tanımladıkları uygulamalar, temsiller, anlatımlar, bilgiler, beceriler ve bunlara ilişkin araçlar, gereçler ve kültürel mekanlar anlamına gelmektedir (UNESCO, 2003). Masallar, fıkralar, maniler, türküler, adetler, ritüeller, inançlar, yeme içme alışkanlıkları, sofrada adabı, giyim kuşam, el sanatları gibi değerler ve unsurlar bir toplumun tarihini, inanışlarını, yaşam tarzını yansıtarak onun kültürel zenginliğini oluşturmaktadır. Bu sayede ait olduğu toplumun geçmişinden gelerek bugünü şekillendirmekte ve toplumsal hafızayı oluşturmaktadır. Yanı sıra SOKÜM unsurları ve taşıdığı anlamlar, toplumların inançlarını, geleneklerini, adetlerini, milli kültürünü yansıtarak onların özgünlüğünü ortaya koymaktadır (Aksu, 2004). Bu durum bir toplumun milli bir dünya görüşüne sahip olmasını ve kendi benzersiz kimliğini oluşturmasını, dünya kültür hazinesinin ise renklenmesini, zenginleşmesini sağlamaktadır. Bu nedenle kültürel miras değerlerinin korunması, bir toplumun köklerini sürdürmesi ve kültürel devamlılığını sağlaması açısından büyük önem taşımaktadır. Söz konusu koruma yaklaşımlarına ilişkin bireysel, toplumsal, ulusal ve uluslararası çeşitli sorumluluklar bulunmaktadır. Uluslararası

boyutta yer alan bu sorumlulukların yerine getirilebilmesi noktasında da çeşitli kuruluşlar faaliyet göstermekte ve bu faaliyetlerden birisi de UNESCO tarafından 2003 yılında imzalanan Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi olmaktadır. İlgili sözleşme kapsamında, sözleşmeye taraf ülkelerin kendi topraklarında yer alan ve SOKÜM değeri taşıyan unsurlarını tespit etme, koruma, yaşatma ve aktarma adına birtakım sorumlulukları bulunmaktadır. Sözleşmeye taraf ülkelerden olan Türkiye, sahip olduğu kültürel miras unsurlarına yönelik tespit ve envanter çalışmalarını yerine getirmekte, özverili çalışmaları ile Somut Olmayan Kültürel Miras Temsili Listesine kayıt ettirmektedir.

Toplumsal birlik ve beraberliği simgeleyen SOKÜM unsurlarından birisi de 2010 yılında Somut Olmayan Kültürel Miras Temsili Listesi'ne kaydedilen geleneksel sohbet toplantılarıdır. İnsan yaşamını çeşitli yönleriyle etkileyen ve bireyin kişiliğinin oluşumuna katkı sağlayan sohbet toplantıları, hoş vakit geçirme, değerlere, toplum kurallarına ve törelere destek verme, kültürel değerleri gelecek kuşaklara aktarma, toplumsal ve kişisel baskılardan kurtulma gibi önemli işlevlere sahiptir (Uygur, 2019: 187-189). Bu tür toplantılar, bireyler arasında anlam paylaşımını güçlendirmekte, toplumsal bağları pekiştirmekte ve sosyo-kültürel hayatın sürdürülebilirliği noktasında rol almaktadır.

Geleneksel sohbet toplantıları, farklı coğrafi bölgelerde çeşitli isimlerle anılmakta ve her bölgenin kültürel özelliklerine göre şekillenmektedir. Bu bağlamda, Afyonkarahisar ili Sandıklı ilçesinde yaren adıyla bilinen sohbet toplantıları, özgün bir kültürel miras değerini temsil etmektedir. Bu çalışma, Sandıklı'da düzenlenen yaren adlı sohbet toplantılarının tarihini, içeriğini, işleyişini, sosyal ve kültürel özelliklerini, kültürel belleğin aktarımı ile genç nesillerin gelişimi üzerindeki etkilerini, turizm ile ilişkisini ele almaktadır. Bu incelemenin, geleneksel sohbet toplantılarının sadece bireysel değil, aynı zamanda toplumsal düzeydeki önemini vurgulaması ve bu etkinliklerin toplumun kültürel zenginliğine olan katkısının anlaşılması yardımcı olacağı düşünülmektedir.

## **2. Literatür Taraması**

### **2.1. Geleneksel Sohbet Toplantıları**

Geleneksel sohbet toplantıları, SOKÜM ulusal envanterinde “toplumsal uygulamalar, ritüeller ve festivaller” grubuna dâhil edilen ve temelde sohbet ve eğlenceye dayalı kültürel aktiviteleri içeren önemli bir geleneksel uygulamadır (Mete, Candeğer ve Koca, 2017: 100). Bu toplantılar, Türk boyları arasında ve Anadolu'da uzun bir geçmişe dayanan “toy ve şölen”

geleneginin devamı olarak görülmekte ve bu gelenek günümüzde de canlılığını korumaktadır (Ekim, 2012: 98; Ekim, 2015: 75). Türk kültüründeki sohbet toplantıları, özellikle sonbahar ve kış aylarında yoğunlaşan etkinlikler olarak bilinmektedir (Çakır, 2013: 151-152). Bu zaman aralığının seçilmesindeki nedenler arasında, insanların çalışma şartlarının bu dönemlerde daha rahat olması, özellikle tarım ve hayvancılıkla uğraşan kırsal bölgelerdeki insanların iş yoğunluğunun azalması ve boş vakitlerinin artması, günlerin kısa ve gecelerin uzun olması, ayrıca mevsim şartlarına bağlı olarak dış mekânlarda gerçekleştirilen eğlence aktivitelerinin sınırlı olması gibi faktörler etkili olmaktadır (Atlı, 2016a: 280).

Sözlü kültürün karakteristik özelliklerini taşıyan sohbet toplantıları birtakım kurallara sahip olmakla birlikte bu kurallar içeriğin ve işleyişin aksamadan gerçekleşmesi, toplantıların ifade ettiği kültürel alt metinlerin aslını koruyarak yaşatılması ve aktarılması konusunda önem taşımaktadır (Atla, 2015; 2016a). Toplantılara vaktinde katılım, toplantı sırasında birliği ve huzuru bozacak davranışlardan kaçınılması, telefon kullanımının sınırlandırılması ve makam-mevki ayrımının gözetilmemesi, toplantının ev sahibine, büyüğüne hürmet edilmesi gibi kurallar, sohbet toplantılarının geleneksel yapılarına bağlı olarak şekillenmiştir. Sohbet toplantıları, bölgesel bir eğlence etkinliği olmanın ötesinde, aynı zamanda bölge halkının değerlerini koruma ve yaşatma fonksiyonu taşımaktadır. Toplantı sırasında riayet edilen kurallar ile bireyler arasındaki uyumu ve saygıyı pekiştirirken, aynı zamanda bölge kültürünün önemli unsurlarının nesilden nesile aktarılmasına olanak sağlanmaktadır. Ayrıca, geleneksel sohbet toplantıları genç nesillere geleneksel normları, örf ve adetleri öğretme ve kültürel mirası canlı tutma açısından eşsiz bir fırsat sunmaktadır. Bu bağlamda, toplantıya katılan gençler, kendisinden önceki kuşakların sahip olduğu bilgi ve deneyimlerle hem kendi kimliklerini güçlendirmekte hem de bölgesel kültürlerinin devamlılığını sağlama noktasında rol üstlenmektedirler.

Geleneksel sohbet toplantıları bölgeden bölgeye bir takım farklılıklar göstermekle birlikte genel olarak katılımcıların hoş sohbetlerde bulunmasını, yöresel lezzetlerin paylaşılmasını, bilmecelerin, manilerin ve türkülerin söylenmesini, fıkraların anlatılmasını, sosyal, güncel ve bölgesel konuların istişare edilmesini içermektedir (Durmaz, 2018: 132; Aksakal, 2019: 296). Toplantıların zengin içeriği, katılımcılarına geleneksel değerlerin yanı sıra güncel ve bölgesel meselelere ilişkin bilgileri ve farklı bakış açılarını da edinme imkânı sunmaktadır. Toplantılarda yapılan hoş sohbetler, yöresel yemeklerin paylaşılması gibi etkinlikler, sadece kültürel değerleri yaşatmakla kalmaz, aynı zamanda katılımcıları bir araya getirerek birlik ve beraberlik duygusunu pekiştirmektedir. Bu etkileşim, toplumun dayanışma ruhunu

güçlendirmekte ve bölge halkının birbirlerine olan bağlılığını artırmaktadır. Dolayısıyla geleneksel sohbet toplantıları, geleneksel bir eğlence biçimi olmanın ötesinde önemli bireysel ve toplumsal çıktıları olan çok yönlü bir kültürel miras unsurudur.

Sohbet toplantılarında güncel konuların ve bölge sorunlarının tartışılması, katılımcılara toplumsal meselelere duyarlılık kazandırmakta ve bir arada çözüm arayışlarına katılımlarını teşvik etmektedir. Bu durum, topluluk içindeki dayanışma ve birlik duygusunun güçlenmesine katkı sağlamaktadır. Toplantılarda yaşanan bu deneyimler, genç katılımcılar için ise eğitici bir ortam sunmaktadır. Yaparak, yaşayarak öğrenme temelinde gerçekleşen bu etkileşimler, sevgi, saygı, dayanışma, sorumluluk, yardımseverlik, güven, özgüven, hoşgörü, sabır gibi temel değerlerin öğretildiği bir zemin oluşturmaktadır. Gençler, bu toplantılarda toplumlarına daha iyi uyum sağlama, önceki nesillerin yaşam tecrübelerinden öğrenme fırsatı bulma, kendilerini ifade etme becerilerini geliştirme ve özgüvenlerini artırma şansına sahip olmaktadır. Bu nedenle, sohbet toplantıları, sadece geleneksel bir etkinlik olmanın ötesinde, bireysel ve toplumsal gelişmeye katkı sunan bir eğitim alanı olarak da görülebilmektedir.

Farklı coğrafi bölgelerde varlığını sürdüren sohbet toplantılarından bazıları geleneksel özelliklerine bağlı kalmayı sürdürürken, bazıları ise zaman içinde çeşitli değişikliklere uğramıştır. Sahip olduğu gelenekleri koruyarak bu gelenekler çerçevesinde icra edilen sohbet toplantıları geleneksel ritüellere ve kültürel normlara sıkı sıkıya bağlı bir şekilde devam ederek bölgesel kimliğin ve geleneklerin korunmasına odaklanmakta, katılımcılarına geçmişle bugün arasında köprü kurma fırsatı sunmaktadır. Ancak, özellikle kentleşme, göç hareketleri ve geleneksel yaşam tarzlarının değişimi gibi durumlar bu toplantıların içeriğini ve işleyişini etkileyebilmekte, toplumların yeni dinamiklere uyum sağlama çabasıyla birlikte sohbet toplantılarının geleneksel öğeleri değişime uğrayabilmektedir. Bu gibi durumlar karşısında kendi değerinden uzaklaşan ve farklı bir hâl alan sohbet toplantılarının bazı bölgelerde ise uygulama alanının kalmaması sonucunda unutulmaya yüz tuttuğu veya unutulduğu görülmektedir (Arslan, 2010: 79; Atlı, 2016a: 273; Atlı, 2016b: 62).

### **3. Yöntem**

Araştırmanın amacı, eğlence, hoş vakit geçirme, eğitim ve kültürel aktarım görevi gören geleneksel sohbet toplantılarının bir çeşidi olarak Sandıklı yarenlerinin tarihi, içeriği, işleyişi, gelenekleri, sosyo-kültürel etkileri ve özellikleri, kültürel belleğin aktarımı ve genç nesillerin gelişimi

üzerindeki etkilerinin belirlenmesi, turizm kapsamında incelenmesidir. Bu doğrultusunda konu ile ilgili derinlemesine ve kapsamlı cevaplar alabilmek amacıyla Sandıklı yarenlerinin düzenlenmesinden sorumlu olan yarenler ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Sandıklı yarenlerine katılım gösteren ve yarenlerin yapısı, içeriği, işleyişi hakkında bilgi ve deneyim sahibi olan kişilere ulaşabilmek adına kartopu örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Araştırma soruları ilgili literatür taramasına dayalı olarak geliştirilmiştir.

Sandıklı yarenleri ile ilgili yapılan görüşmelerin kayıt altına alınacağı ve kişisel bilgilerin üçüncü taraflar ile paylaşılmayacağı konusunda bilgilendirme yapılmıştır. Yapılan görüşme sonucunda ses kaydına alınan veriler metin haline getirilmiş ve betimsel analize tabii tutulmuştur. Katılımcılara ait demografik bulgular ise tablo 1’de verilmiştir.

*Tablo 1. Katılımcılara Ait Demografik Bulgular*

Katılımcı	Yaş	Yarenlik Süresi	Görüşme Süresi (dk)
K1	65	48	41
K2	60	40	17
K3	43	6	24,45
K4	37	1	42
K5	41	17	47
K6	42	5	21
K7	38	4	26
K8	37	6	22

Tablo 1’de görüldüğü üzere Sandıklı yarenlerinde görev alan 8 yaren ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeye katılan yarenlerin yaş ortalaması 45 olmakla birlikte her bir katılımcının yarendeki görev alma süresi farklılık göstermektedir. Yaren gecelerini yeni ve eski yarenlerin bakış açılarıyla bir arada değerlendirebilmek adına farklı deneyim süresine sahip yarenler ile görüşme gerçekleştirmek tercih edilmiştir.

## 4. Bulgular

### 4.1. Sandıklı Yarenlerinin Genel Özellikleri İlgili Bulgular

- Yaren kültürü nerede ve ne zaman ortaya çıktı?
- Hangi dönemlerde/mevsimlerde düzenlenir?
- Hangi sıklıkla yapılır?

- Yaren meclisinde kimler bulunur?
- Kimler, nasıl yaren olabilir?
- Kimler katılım sağlar?
- Geçmişten bugüne ne gibi değişimler yaşamıştır?

Sohbet toplantılarının tarihi Orta Asya'ya kadar uzanmakta. Orta Asya'da ortaya çıkan sohbet toplantıları Anadolu'da ve Türki cumhuriyetlerde olmak üzere farklı bölgelerde icra edilmekte. Geniş bir coğrafyada aktif olarak sürdürülen ve sürdürülmeye çalışılan bu toplantılar isim olarak farklılıklar gösterebilmekte. Türkiye üzerinden örnek verilecek olursa Şanlıurfa'da sıra gecesi, Elazığ'da kürsü başı, Balıkesir'de barana, Ankara'da fefene, Sandıklı, Akşehir, Simav, Çankırı'da yaren, Adıyaman'da harfane diye geçer ama her birinin içeriğine bakıldığında benzerlik taşıdığı da görülmektedir. Çünkü her biri ortak bir kültürün uzantısı olan bu sohbet toplantıları ortak amaçları ve değerleri taşıyarak günümüze kadar gelmiştir.

Sandıklı'nın geçmişine bakıldığı zaman yaren diye bir oluşum yok, gezek kültüründen beslenmiştir. Afyonkarahisar bölgesindeki gezeklerin de 150-200 yıl öncesine kadar uzandığı söylenebilmektedir. Aslında bu tarih daha eskiye gitmektedir çünkü gezek adı altında bölgesel veya kapsamlı toplantılar düzenlenmese de aile üyelerinin ve yakın arkadaşların haftada, ayda belirli sürelerde insanların bir araya gelip vakit geçirdikleri mahalle odaları, köy odaları olduğu bilinmektedir. Bu konuda net bilgiler olmadığı ve afaki tahminlerde bulunmamak için konuyu eldeki verilere dayandırarak sınırlamak daha uygun olacaktır. Afyonkarahisar bölgesinde eskiden mahalle odalarında, köy odalarında sadece sohbet amaçlı, oyun amaçlı, türkü amaçlı toplantıların yanı sıra dini gezekler, cenaze gezekleri, düğün gezekleri gibi belirli bir konuya yönelik çeşitli sohbetler, gezekler tertip edilirdi. Günümüzde nadir de olsa bu tür gezekler bölgede düzenlenebilmektedir. Örneğin Sandıklı'da "onsekizler" diye bir grup vardı, onlar haftada veya ayda bir birisinin evinde buluşurlar yemek yerlerdi. O dönemlerde tabi televizyon yok, radyo yok, uzun kış gecelerinde vakit geçirmek için bu gibi çeşitli oyunlar oynanır, hoş sohbetler yapılır, türküler söylenirdi. Yüzük saklama oyunu olurdu, halen köy meclislerinde devam edenler bulunmakta. Tabi günümüzde daha organize, daha geniş bir katılımcı kitlesi ile gerçekleştiriliyor, o dönemlerde mahalle odalarında, köy odalarında oynanan oyunlar ve diğer icra unsurları bir araya getirilerek, birleştirilerek, şekillendirilerek yarenlerde hayat buluyor. Sandıklı yaren meclisi olarak bu işin biraz daha kompozisyonu yapılmış, hepsi tek çatı altında toplanmış oldu. Bu sayede kaybolmuş geleneklerin her biri için ayrı gece yapmaya gerek kalmıyor, Yunus Emre'siyle, orta oyunuyla, folkloruyla,

türküsiyle, kıyafetleriyle, sohbetiyle, kılıç kalkanyla her biri 3-4 saatlik yaren gecesinin içinde hayat buluyor.

Yarenler Ekim ayı gibi başlar ve Mayıs'a kadar devam eder. Tabi Ramazan ayıyla ilintilidir, ramazan ayında yaren yapılmaz. Ramazan'ın yanı sıra 6 Şubat 2023'de yaşanan depremlerden sonra da yaren geceleri düzenlenmedi, dönem bu şekilde kapandı. Genel itibariyle Ekim-Mayıs tarihleri arasında haftada bir diye karar alınır ama Sandıklı, turizm bölgesi olduğu için bazen haftada birkaç gece düzenlenebilmektedir. Tabi yaren meclisinin bir geliri olmaması sebebiyle bu yoğunluk fiziki ve maddi açıdan biraz yorucu oluyor, yine de yarenlik fedakârlık olduğu için bu durum bir zahmet değil de bir sorumluluk olarak kabul ediliyor ve memnuniyetle, yarenlerin gönüllü katılımıyla gerçekleştiriliyor. Diğer bölgelerdeki sohbet toplantılarına bakıldığı zaman, tabi bu konuda farklılıklar olmakla birlikte, haftanın belirli gününde belirli bir kişinin evinde veya sosyal tesis gibi halk açık yerlerde de toplantılar gerçekleştirilmekte. Sandıklı yarenleri ise Osmanlı mimarisinin izlerini taşıyan ve 2006 yılında satın alınarak gerekli restorasyon işlemlerinden sonra halka açılan kültür evinde yapılmaktadır. Bu binanın alımı, restorasyonu ve faaliyete başlaması da hem maddi açıdan hem çeşitli prosedürlere, siyasi gerekçelere bağlı olarak zorluklar yaşattı. Nihayetinde tamamlanan bu binada yarenlerin kendi arasında gerçekleştirdiği toplantılar ve halka açık olarak gerçekleştirilen yaren geceleri eksiksiz şekilde icra edilmektedir.

Yaren meclisi, Oğuz boyunu temsilen 24 kişiden oluşmaktadır ve her bir yaren bir Oğuz boyunu temsil etmektedir. Devletin büyüğü, ailenin büyüğü olarak da sembolize edilebilen yaren ağası meclisin önemli bir üyesidir. Yaren ağası gün görmüş, meclisin sevk ve idaresinden sorumlu olabilecek, yarenleri bir arada tutabilecek kişilerden seçilir. Tabi halk arasında “ağanın eli tutulmaz” ve “ağalık vermeye olur” şeklinde ifadeler vardır, yani ekonomik durumu biraz yerinde olan birisi tercih sebebidir. Mesela bir berbere, hamama, lokantaya girildiği zaman orada hesap ödeyecek yaren varsa o yarenin hesabını ağa verir, ağa varken yarenin kendi hesabını ödemesi bir nevi hakaret gibi olur. Yaren ağası gerek maddi durumuna gerek kendi isteğine ve müsaitliğine göre yılda bir veya birkaç kere bütün yarenlerin, yaren ailelerinin katılım sağlayacağı piknik gibi bir etkinlik düzenler. Bu bir mecburiyet değil, yapmazsa veya yapamazsa kimse buna itiraz edemez ama ağanın kendi tercihine göre yapılabilir. Ayrıca yaren gecelerinin, misafirlere sunulacak ikramlar, hediyeler gibi ihtiyaçları arasında eksik kaldıysa bunu da ağa temin eder. Yaren ağasının bu şekilde, yaren topluluğunun sorumluluğu taşıyabilecek, karşılayabilecek birisinin olması gerekir. Ekonomik durumdan daha önemlisi ise ağanın sözü geçen, oturaklı, ağır başlı, görmüş geçirmiş

denilir, tecrübeli birisinin olması önemlidir. Çünkü o meclisin düzeni ağanın sorumluluğundadır. Yarenliğin sadece yaren gecelerini değil, yarenler arası ve bölgedeki sosyal ilişkileri de içermesi sebebiyle ağanın bu konularda da yol gösterici olması, gençlere ışık tutacak birisinin olması gerekiyor. Tabi birisi çıkıp ben ağa olayım demez veya siyasi bir bağı var diye beklentiye girilmez, sorumluluğu taşıyacağı düşünülen kişiye teklif edilir. Mecliste bulunanlar da saygı duyar, itiraz etmezler. Gönüllülük esasına dayalı bir şeydir ama birisi ağa seçildikten sonra o kişinin sözü çiğnenmez. Adından anlaşılacağı üzere en üst makam mertebedir, yarenlikte bütün sistem onun emir ve talimatları doğrultusunda yönetilir, yönetimdeki en tepe noktadır.

Bir diğer yaren olarak yaren çavuşu gecenin sevk ve idaresinden sorumludur. Yaren çavuşu burada ağadan aldığı direktifleri uygulayan, özellikle yaren gecelerinde geceyi koordine eden, yöneten, misafirleri oyuna dahil eden, yaren gecesindeki etkinliklerde hangi yarenlerin hangi görevde yer alacağını belirleyen kişidir. Yaren çavuşu, yaren ağasının yanında oturur, yaren ağası iştirak edemediği zamanlarda sorumluluğu kendisi alır ve onun yerine oturur. Yiğit başı ise daha çok yarenlerin eğitimiyle, düzeniyle ilgilenir. Meclise yeni katılan yarenlere yol gösterir, onların meziyetleri doğrultusunda hangi görevlerde iştirak edebileceği üzerinde durur ve buna göre onları eğitir, yönlendirir, meclisin erkanını, işleyişi öğretir, neler yapılması ve yapılmaması gerekli, nelere dikkat etmek gerekli, bu gibi konulardan sorumludur. Yiğit başı yaren gecesini esnasında da yarenleri takip ederek oluşabilecek eksiklikleri önleyerek koordinasyonu sağlamaya çalışır. İşte birisi çayı sesli karıştırırsa ona işaret eder veya kahvelerin, yemeklerin ikramında aksaklık olmaması için koordine eder gibi. Sofranın kurulması sırasında gerekli hazırlıkları, sofrayı kaldırıldıktan sonra da temizliği kontrol eder. Malum kalabalık bir ortam ve sürekli hareket, hizmet, icra halinde bulunduğu için gözden kaçan şeyler olabilmekte, yiğit başı bu noktada bir nevi kontrol mekanizması görevi görmekte. Hem hatıra olması hem de yaren gecesinin gerçekleştirildiği kültür evinin internet sitesinde yer alması amacıyla fotoğraf ve video kayıtları da yapar. Diğer kişiler ise düz yarenden oluşmaktadır. Son olarak da yaren gecesinde enstrümanları ile gelen, türkü faslında görev alan 3-4 kişilik sazende ekibi bulunmakta. Sazende ekibi önceleri bir ücret mukabilinde iştirak eden kişilerden oluşuyordu. Ancak sazende ekibinden bazı kişiler, çeşitli yerlerde göreve başlaması ile yaren gecesine katılamadılar. Yarenler arasında bu eksikliği giderebileceğini söyleyenler sayesinde artık sazende ekibi de yarenler arasından seçiliyor. Türkü söylenmesinin ve enstrüman çalınmasının yarenler arasında icra edilmesi tabi yarenlerin sahip olduğu meziyetleri ortaya koymasını sağlamakta, bu meziyetlere sahip gençlerin



de bir sorumluluk duygusu ile meclise katılım göstermesine ve devamlılık sağlamasına bir vesile olmakta.

Oğuz boylarını temsil ettiği için 24 sayısına önem veriliyor, bu sayının altına düşülmemekle birlikte üstüne çıkılabiliyor. Çünkü yarenler arasında farklı yaş gruplarında ve kamu, özel sektör, ticaret gibi farklı iş kollarında görev yapanlar bulunmakta. Örneğin halk oyunları, orta oyunları, başta Yunus Emre olmak üzere tiyatral gösteriler gibi etkinlikler belirli sayıdaki ve meziyetteki yaren ile gerçekleştiriliyor. Tabi herkesin meziyeti ve yatkınlığı farklı olduğu için herkes her alanda hizmet edemez. Konu sadece oyunlar ile de sınırlı değil, kahve pişirimi, sofranın hazırlanması, ellerin yıkanması gibi birçok konuda yarenler aktif hizmette bulunuyor. Hatta yaren esnasında Sandıklı ağız ile konuşulduğu için dışarıdan gelen misafirler konuşmaları veya yöresel deyişleri anlayamayabiliyor, bunun için de yaşça büyük yarenlerden veya bölge halkından gelen katılımcılardan birisi misafirlerin arasında yer alıyor. Birisinin eksikliğinde işleyişin aksamaması gerektiği için o eksikliği dolduracak bir başka yarene ihtiyaç oluyor. Bu sebeple hem yeni yarenlerin katılması hem de deneyimli yarenlerin mümkün merteye katılması önem taşıyor. Yiğit çavuşunun eğitim ve yetiştirme görevi burada da önem taşıyor, çünkü yaren gecesine hangi yarenin hangi konuda destek sağlayacağını ve hangi yarenin bu görevi yerine getirebileceğini kestirerek düzeni sağlıyor, bu sayede gecenin işleyişi sorunsuz şekilde devam edebiliyor. Yaren gecesinin hem eksiksiz şekilde işlemesi hem de uzun süreli olabilmesi için de yeni yarenlerin yetişmesi gerekiyor.

Yaren meclisine yeni bir yarenin katılması için belirli bir süreç gerekiyor. Sandıklı kültür derneğinin yönetim kurulu bulunmakta. Bu kurul yarenlik meclisinin dışındaki bir oluşum, derneğin işleyişi ve düzeni ile ilgili konularda görev yapmakla birlikte yaren seçiminde de söz sahibi. Hukuki bir birim olarak derneğin yönetim kurulunun yanı sıra geleneksel boyutuyla da yaren meclisi yeni yarenlerin belirlenmesinde karar verici olmakta. Her biri birbirini destekleyen iki yapı olduğu için ayrıma gidilmeden anlatılması mümkün.

Öncelikle, herkes yaren olamıyor. Yaren olmanın birisi açık ve birisi kapalı olmak üzere iki kuralı vardır. Açık kural; yarenin gönlü, kapısı ve alını açık olur. Kapalı kural ise; yaren eline, beline, diline sahip olmalıdır. Yani her kişi yaren olamaz, er kişi yaren olur. Birisinin gelip yaren olmak istiyorum demesi yeterli değildir, sizi o meclise tavsiye eden, size kefil olan birisinin olması gerekiyor. Yaren meclisine katılım olacağı zaman öncesinde mecliste/kurulda istişare edilir, yaren meclisinden birisinin referans olacağı, tavsiye edeceği birileri varsa bahsedilir. Tabi bu da tek başına yeterli olmaz,

tavsiye edilen kişi; kim olduğu, kişiliği, ahlakı, alışkanlıkları, ne işle meşgul olduğu, hangi çevrelerde bulunduğu gibi konular üzerine araştırılır. Eğer hakkında bir olumsuzluk varsa, içki gibi kötü alışkanlıkları varsa, meclise söz getirecekse, meclis huzurunu kaçırarak ve burada verilen eğitimden pay çıkarmayacak birisi olduğu yönünde kanaat getirilirse o kişi meclise alınmaz. Yarenliğin en önemli kuralı *eline, beline, diline sahip olmaktır*. Ayrıca yaşının biraz daha oturaklı olması gerekiyor ki, hani yaren meclisinde herhangi bir hatada bulunulmasın, nasıl hareket edileceği bilinsin ve meclisin itibarına halk arasında bir zarar getirmesin, diğer yarenler üzerinde olumsuz bir etki bırakmasın. Çünkü üzüm üzüme baka baka kararır denir.

Telafi edilemeyecek bir durum olmadığı takdirde gençlerin bu meclise katılması teşvik edilmeye çalışılıyor. Yaren meclisinin aynı zamanda bir eğitim ocağı olması, gençlerin kendi insanı arasında kendi kültürünü tanıması ve burada sorumluluk alarak, alışkanlık haline getirdiği yanlışlarını, eksiklerini düzeltebilmesi konusunda kendisine yol gösterebilmekte. Bu sebeple yönetim kurulunun uygun gördüğü kişiler ve yönetim kurulu başkanı yarenlik hakkında konuşur, kendisinin bu konudaki görüşleri ve katılım göstermek isteyip istemeyeceği sorulur. Ayrıca yaren adayının ne gibi yeteneklerinin bulunduğu, yaren meclisine hangi konularda katkı sağlayabileceği üzerine de konuşulmaktadır. Her iki taraf da hemfikir olursa aday pasif olarak yaren meclisinde yer almaya başlar. Yaren meclisine katılan adaylar oturup kalkmasını, konuşma adabını, yaren gecelerindeki işi ve işleyişi, yaren meclisindeki usul ve erkanı gözlemliyorlar, takip ediyorlar, öğreniyorlar. Sofranın kurulması, temizlik işlerinin yapılması, yaren gecesi hazırlanırken mekânın düzeninin belirtilen şekilde sağlanması gibi işlerde yardımcı oluyorlar. Bu konular önemli, neden? Eskiden büyüklere su getirilirken su bitene kadar beklenilir, büyüğün yanından ayrılırken de bir anda arkayı dönüp gidilmez, birkaç adım geri geri gidilirdi. Yarende de böyledir, ağaya bir büyük olarak saygı gösterilir, diğer yarenlere ve misafirlere saygı gösterilir. Bu gibi toplumsal değerlerin, saygı ifadelerinin yaşatılması için gayret ediliyor. Ayrıca temizlikten düzene her işte yardımcı olarak nefislerini köreltiyorlar. Bu değerleri kabul etmesi ve uygulaması gerekiyor ki yaren ahlakını ve kültürünü yaren gecesinde olduğu gibi günlük hayatında da sergileyebilsin ve kendi evlatlarına, çevresine aktarabilsin.

Yaren adayının yaren meclisine ve işleyişine alışması, yarenler ile uyum sağlaması, gidişata göre yapılan değerlendirmeler derken bu süreç ortalama bir yıl gibi bir süre alıyor. Yaren kültürünü daha çok kişiye aktarmak, daha kalabalık bir ekip ile kültürün ve bölgenin tanıtımını sağlamak ve gençlerin kahve, kıraathane, sosyal medya gibi zamanlarını verimsiz, boşa harcayacakları yerlerden uzaklaştırmak amacıyla son zamanlarda bu süre uzun tutulmamaya

çalışılıyor. Tabi burada karşı tarafın, yani yaren adayının da gayreti, hedefleri çok önemli. Kendi değerlerini benimseyen, kültürüne değer veren birisi için bu süreç çok kolay ilerliyor ve toplumun sahip olduğu ancak, unutulmaya başlanan değerlerin sahiplenilmesi ve yaşatılması daha kolay oluyor. Yeni ve genç yarenler bunları öğrendikten sonra folklor oyunlarına, orta oyunlarına, Yunus Emre'nin tanıtımına, tiyatro oyunlarına, benzer şekilde yatkın oldukları alanı da göz önünde bulundurarak yavaş yavaş görev almaya başlıyorlar. Ayrıca çıraklık evresi geçtikten sonra şed kuşanma töreni oluyor. Şed töreni de ahilik döneminde olduğu gibi, ustasına “çırağımız artık usta oldu, kıyafetimizi giydirelim, kuşağımızı takalım ve yaren meclisimize alalım” deniliyor. Bu şekilde el verircesine bir silsile takip ediliyor. Yarenler arasında toplumun her kesiminden insanlar var, burada bir ayırım veya ayrıcalık gözetilmiyor. Eczacı, temizlik görevlisi, kamu dairelerinde ve özel şirketlerde müdürlük yapan kişiler... Yarene girerken hiçbir görevin önemi olmuyor, sadece herkes kendi dünyasındaki bilgi ve tecrübelerini ortaya koyuyor, onların bilgi ve tecrübesi ile diğer yarenler de bilgileniyor. Herkes kendi konumuna, durumuna göre de yardımda bulunuyor, çünkü yarenler arasında sıkı bir bağ vardır.

#### 4.2. Yaren Gecesinin İşleyişi İle İlgili Bulgular

- Nasıl başlar, devam eder ve biter?
- Hangi etkinlikler gerçekleştirilir, neler yenir ve içilir?
- Ne gibi kuralları bulunur?
- Hangi konular üzerinde konuşulur?
- Yaren meclisi kendi arasında neler konuşur?

Ekim ayında yaren geceleri başlamadan önce yarenler birkaç kere bir araya gelir ve yıl içerisinde ne yapılacağı, hangi hazırlıkların yapılacağı, yarenlerin görevleri belirlenir, yeni yarenler ve yaren adayları hakkında konuşulur. Dönem boyunca belirli bir gün, etkinlik, tören veya belirli bir misafir grubu varsa bunlar üzerinde durulur. Sandıklı'yı ve Sandıklı yarenlerini daha güzel şekilde tanıtabilmek adına neler yapılabileceği üzerinde istişare edilir. Dönemin başlamasıyla haftada bir veya talebe göre birkaç kere düzenlenen yaren geceleri işleyiş ve içerik açısından benzerlik taşımakla birlikte gelen misafir grubuna göre farklı uygulamalara da yer verilebilmektedir.

Yaren gecesinin düzenleneceği gün yarenler evinden, işinden çıkıp gelir. Düzenin sağlanması ve hazırlıkların tamamlanması için saate riayet edilir. Yaren gecesinin düzenlendiği kültür evine gelmeye başlayan misafirler dinlenmek ve gösteri saatini beklemek üzere orta kata çıkarılır, gelen yarenler

ise üst kata çıkar. Yaren meclisin yapıldığı yerde giyinme odası vardır, orada yöresel kıyafetler giyilir. Kıyafet olarak depme don ve poş giyilmekte, kuşak bağlanmakta. Daha önce, kıyafetlerin neden simli, gösterişli şeyler olmadığı yönünde sorular da geldi ama yarenler yörük olduğu için yörüklerin kendi giyimine dikkat ediliyor. Yörükler bir gün bir dağda, bir gün diğer dağda, maddiyattan yana da bir gösterişleri olmuyor. Koyunları vardır, o koyunların yününü keser, yapığını yapar ve çorabını örüp giyer. Yarenler de yaren gecesine yaz kış o çoraplarla, kıyafetlerle katılır. Poşu sürekli boynundadır, abdest alınca veya terleyince yüzünü siler. Kuşağı vardır, dedelerimiz kuşağı takarken bir ucunu merdivenin trabzanına bağlar, döne döne bağlarmış. Hem yöresel bir giyim eşyasıdır hem ağır işler yaparken bel incinmesin diye takılı olurdu. Haliyle bu giyim şekli yaren gecelerinde de tercih edilmektedir.

Misafirler orta katta beklerken kendilerine içeride ilk olarak neler yapılacağı hakkında kısa bir bilgi verilir. Yarenler hazır olduktan ve yaren meclisinin son kontrolü yapıldıktan sonra ağadan müsaade alınarak misafirler yukarı kata çıkarılır. Misafirler yaren odasına davet edilirken palto, ceket gibi kendisine yük olabilecek eşyaları askıya asılır ve telefonlarını bırakmaları istenir. Bu kural kimisine başta zor gelebiliyor, çünkü artık birçok iş telefonda yapılıyor, iş gibi zaruri şeyler olmasa da oyun, sosyal medya gibi birçok alışkanlıklar insanları telefona bağımlı hale getiriyor. Bu ayrılık da insanları bazen şaşırtıyor ama o gecenin sonunda misafirlerin fikirleri sorulduğunda telefonda uzakta geçen üç, üç buçuk saatin ardından bir rahatlık hissettiklerini, zamanın gayet keyifli ve akıcı şekilde geçtiğini itiraf ediyorlar. Misafirler yaren odasına geldikten sonra öncelikle selamlaşma faslı yapılır. Bazı bölgelerde bu fasıl herkesin birbiriyle selamlaşmasını içerdiği için uzun sürebilmekte ama Sandıklı yarenlerinde kısa tutulmaya çalışılır. Bu arada yarenlerin hepsi de ayakta durur ve gelen konukları bekler. Orta tarafta ağa vardır, ağanın yanında da yarenler sıra olmuş bir şekilde misafirleri karşılamak için bekler. Her yaren, misafirini kolundan tutar ve ağanın karşısına getirir, misafir sağ elini göğsüne götürerek “selamun aleykûm yarenler” der. Yarenler de “Aleykûm selam misafirim” dedikten sonra yaren çavuşu o misafiri misafirler için tertip edilmiş yere götürür. Misafir de diğer yarenler gibi içeri giren misafirleri karşılamak için ayakta bekler ve selamlamaya katılır. Son misafir alındıktan sonra ağa, misafirlere buyur eder ve misafirler rahat bir şekilde oturur. Misafirler oturduktan sonra yarenlere de buyur edilir ve yarenler de oturur. Bu oturma esnasında yarenler ağanın oturduğu şekilde oturmaya gayret eder, tabi yarenler gecenin düzenlenmesinden sorumlu olduğu için sürekli otur kalk yapmak zorundadır, bu sebeple her an bu oturuşa riayet edemeyebilir. Tabi burada bu uygulamanın sembolik anlamı, yani ailenin, meclisin büyüğü olan kişiye gösterilen saygıyı yansıtmak amacı öne çıkmaktadır.

Selamlaşma ve yerleşme safhası bittikten sonra yaren çavuşu ağaya “müsaade ederseniz dua ile gecemizi açalım” der ve ağa müsaade verdikten sonra dua edilir, gece açılır. Gece açıldıktan sonra Sandıklı'nın yöresel türküleri, halk oyunları sergilenir. Süre uzun olduğu için sonrasında bir ara verilmesi gerekir. Ara vermeden önce yemek ikramı olur, yemek ikramının öncesinde de ağadan başlamak üzere konukların elleri yıkanır. Yarenler ellerinde ibrikleri ve teşleri ile, omuzlarına attıkları havluları ile misafirlerin elini yıkamasına yardımcı olur. Yemekten önce el yıkamak sünnet-i seniyyedir, sünnet olduğu için hassasiyet gösterilen bir konudur. Hem de bir nefis terbiyesidir. Yarenler arasında asgari ücretle çalışanlar olduğu gibi farklı kurum ve kuruluşlarda farklı mertebelerde görev yapanlar da bulunmaktadır. Hali vakti yerinde olan yaren de sırası geldiğinde benim mesleğim, gelirim şu, zenginim demeden misafirin önünde eğilir ve elini yıkamasına yardım eder. Bu yönüyle de insanların, mesleğine ve gelirine aldanmaması yönünden yarenin nefisini terbiye eder. Gelen kişinin de görevine, konumuna bakılmaz, gelen kişi her kimse misafirdir ve baş üstünde yeri vardır.

Yarenlerin bir kısmı ellerin yıkanmasına yardımcı olurken biz kısmı da sofrayı hazırlar. Sofrada Sandıklı'nın meşhur, yöresel yiyeceklerinden olan mercimekli bükme ve vişne hoşafı ikram edilir. Daha önceden Sandıklı'nın meşhur yemeklerinden olan sac eti ikram edilirdi ancak maddi külfeti olduğu ve yaren odasının düzenli geliri, desteği olmadığı için mercimekli bükme ve vişne hoşafı hazırlanıyor. Vişne hoşafını eskinin çentikli kaplarında ve ahşap kaşıklarla ikram edilir, bu da geçmişi hatırlattığı için misafirlerin hoşuna gidiyor. Çünkü geçmişte Anadolu'nun neresinde olunursa olunsun kullanılan eşyalar benzerlik taşırdı, malum farklı üretimler yok, olsa dahi maddiyat yok. Şimdi her ürünün birçok çeşidi çıkıyor, insanlar da birbirinden farklılaşmak istediği için en farklı, en şatafatlı olanı elde etmek istiyor. Gençler bu ayrımı bilmeyebilir ama yaşı yeten misafirler bu tahta kaşıkları, çentikli kapları görünce ilgi göstermekte. Sofra hazırlıkları tamamlandıktan sonra yiğit başı kontrol eder ve uygun görürse ağadan “soframız hazır, müsaade ederseniz misafirlerimizi sofraya alalım” diyerek olur istenir ve ağa “misafirlerimiz buyrun, sazandelerimiz buyrun, yarenlerimiz buyrun” diyerek sofraya buyur eder. Burada yine ağaya hürmet edilir ve o sofraya oturmadan yarenler de oturmaz veya kalkmaz, o yemeğe başlamadan yarenler de başlamaz. Bu, geleneksel aile yapısında büyüğe gösterilen saygının bir yansımasıdır. Çünkü ailenin büyüğüne karşı bir saygı duyulur, sofraya saati bellidir, aile üyeleri aile büyüğü ile oturur ve hep birlikte yemek yenir. Yaren meclisinde de bu saygı ve birlik duyguları aktarılmaya, hatırlatılmaya çalışılır.

Yemek yedikten sonra dua edilir. Sofra kaldırılır ve yiğit çavuşu temizliği kontrol eder. Duadan sonra da yaren çavuşu, ağadan 10-15 dakikalık ara ister

ve bu sırada kimin ne ihtiyacı varsa giderilir, sonrasında programın ikinci kısmına başlanır. Bu ara esnasında yarenler kahve ikramı için mangalları hazırlar ve katılımcılar toplandıktan, meclis ortamı tekrar kurulduktan sonra orta yere getirilir. Çiğ kahveler kavurulur, soğutulur, çekilir ve mangal ateşinde üç kahve yapılır, ağaya ve iki yanındaki misafirlere ikram edilir. Yarenler diğer misafirler için kahveleri hazırlamış olur ve herkese kahve ikramı yapılır. Kahve ikramında kullanılan fincanların bir yanında “Sandıklı yarenlerimize hoşgeldiniz” yazar, diğer tarafında da derneğin amblemi vardır. Fincan tabağında ise Dede Korkut’un ders verir nitelikteki “kız anadan öğrenir sofrâ düzmeyi, oğlan babadan öğrenir sohbet gezmeyi” sözü yazılıdır. Kahveler içilirken Sandıklı, yaren, yarenlik veya benzeri konularda sorusu olan varsa soruları cevaplanır, eğer böyle bir durum söz konusu değilse Sandıklı’nın tarihi, kültürü gibi ilgili konular hakkında misafirlere bilgiler verilir. Kahve faslı bittikten sonra iki bin yıllık bir tarihi bulunan ve Sandıklı yarenlerine mahsus olan kılıç kalkan gösterisi yapılır. Kılıç kalkan oyunu biraz tehlikeli olduğu için oyun öncesinde alan genişletilir. Sandıklı şivesiyle, ağzıyla yürütülen tiyatral gösterilere, halk oyunlarına yer verilir. Halk oyunlarında, türkülerde, deyişlerde yöresel renklere ağırlık verilmekte.

Yaren gecesinde sergilenen gösterilerden birisi de Yunus Emre’nin tiyatralıdır. Bilindiği üzere Türkiye’nin on sekiz farklı yerinde Yunus Emre’nin kabrinin veya makamının olduğundan bahsedilir. Yunus Emre’nin Osmanlı kayıtlarında burada olduğu ispatlanmış ama yine de farklı bölgelerde de bulunduğu üzerinde durulmakta. Elde kesin bir sonuç olmasa dahi bu bölgenin Yunus Emre ile özdeşleştiğini ve halk üzerinde bir etkisi olduğunu misafirlere anlatmak gerekiyor. Yunus Emre’nin dünya görüşü, eserleri, ilahileri, sözleri göz önüne alındığında da insana ders verebilecek birçok yönü bulunmakta. Bu sebeple tiyatral gösterilerde Yunus Emre ve hocası Tapduk Emre canlandırılır, onun sözlerine değinilir, bu sayede hem tanıtımı yapılır hem misafirlerin pay çıkarması sağlanır. Bazı yaren gecelerinde Yunus Emre’nin ilahilerinden birkaç tanesi söylenebilir. Sonrasında tekrar halk oyunları, türküler denirken seyirlik oyunlara, orta oyunlarına geçilir. Televizyon çıkmadan önce de mahalle odalarında köy odalarında seyirlik oyunlar düzenlenirdi. Tabi bu yer verilen oyunlar tiyatral gösteri gibi sadece oturulup seyredilecek oyunlar değil, misafirlerin de iştiraki sağlanır. Böyle olunca misafirler oradaki topluluğun önüne çıkıyor, oyunlar da Sandıklı ağzıyla yürütüldüğü için Sandıklı’da kullanılan sözleri, tekerlemeleri söylemeleri istenir. Tabi herkes beceremez, sonuçta bölgesel bir ağız, herkesin tank olduğu bir durum değil. Beceremedikleri zaman da oyunun neşesi artar. Orta oyunlarında küçük cezalar da vardır. Şiir okumak, şarkı söylemek, hikâye anlatmak veya kültürel bir anısını anlatmak gibi herhangi bir yeteneği

varsa buna yönelik ceza veriliyor. Aslında içeriğini düşününce bunun cezadan ziyade ödül olduğu görülmekte, çünkü insanlar kendisini ispatlamak için fırsat buluyor. Misafirler de bundan keyif alıyor, memnun kalıyorlar, sonraki gecelerde aile üyelerini, arkadaş çevresini getirmek istiyorlar. Misafirlerin de katıldığı bu oyunların sonunda yetenekli olanlara çam sakızı çoban armağanı diyerek Sandıklı'nın yöresel ürünlerinden hediyeler verilir. Patatesli ekmeğe, haşhaş ezmesi, leblebi helvası olarak da bilinen tahta helva, Sandıklı'da termal seralar var, orada yetişen domatesler gibi Sandıklı'nın yerel tatlarından ikram edilir. Leblebi verilir. Leblebi Çorum'a has derler ama Evliya Çelebi'nin de seyahatnamesinde geçmektedir, ilk leblebiciler piri diye bahsedilen kişi ilk leblebi imalatını burada yapmıştır, kabristanı da Sandıklı'dadır. Üzerinde Sandıklı yarenlerini hatırlatması amacıyla fotoğraf bastırılmış bardaklardan verilir. Misafirlerin durumuna, yaklaşımına göre tekrar türküler söylenebilir, sorular cevaplandırılır veya diğer gösteriler sergilenebilir. Ancak katılımcılar turist gibi, öğrenciler gibi, kamu görevlileri gibi belirli bir grupsa gecenin bir yerinden sonra dinlenmeleri gerekebiliyor, haliyle geceyi bitirmek gerekiyor. Yaren çavuşu gecenin sonuna geldiğini belirtir, son olarak bir Sandıklı türküsü söylenir, gecenin bir hatırası olarak ve derneğin internet sitesine eklemek adına fotoğraf alınır. Yarım hilal şeklinde durulur, herkes vedalaşarak misafirler uğurlanır.

Yaren gecesi misafir grubuna da bağlı olarak gece yarısı, 12-1 gibi bitiyor. Yaren gecesi bittikten ve misafirler uğurlandıktan sonra yarenler gerekli düzenlemeleri, temizliği yapar ve tamamladıktan sonra bir arada oturur, sohbet edilir. Öncelikle gecenin değerlendirmesi yapılır. Örneğin folklor gösterisi esnasında birinin kaşığı düşer veya birisi ritmi bozar, yemek, kahve hazırlığında bir aksaklık olur, kahvenin şekeri az olur, bunun sebebi sorulur, yapan kişi sebebini izah eder. Gecenin bu şekilde bir değerlendirmesi yapılır, nelere dikkat edilmesi gerektiği belirtilir. Bir sonraki programda neler yapılacağı, hangi misafirlerin katılım sağlayacağı ve misafirlere göre nasıl bir hazırlık yapılacağı üzerinde durulur. Örneğin protokol gelecekse nasıl bir yaren gecesi yapılması gerekiyor? Veya gelecek misafirler bir okuldan genç, öğrenci arkadaşlar ise biraz daha eğlence ağırlıklı, bir yandan da bir şeylerden ders çıkarabilecekleri içeriklerin hazırlanması gerekir. Yanı sıra yarenliğe yeni kabul edilen veya yaren olmak isteyen kişilere tavsiyelerde bulunulur, özellikle yaren çavuşunun ders niteliğinde sohbetleri olur, yaren meclisinde nelere dikkat edileceği gibi konulara değinilir. Yaren meclisinde durumu iyi olmayan, bir derdi, sorunu olan veya yaren meclisinde olmasa da bölge halkından, esnafından birisinin sıkıntısı olan olabiliyor. Eğer mecliste bulunanların elinden gelen bir şey varsa o sorun çözüme kavuşturulana kadar üzerinde durulur. Veya yarenler arasında gece ile ilgili bir sorunu, şikâyeti

olan, sonraki yarenler için tavsiyesi olan varsa bu da dile getirilmektedir. Bu şikâyetler ile ilgili olarak da günlük bir örnek olması amacıyla; bir yaren yolda giderken diğerine selam vermiştir ancak dönüş gelmemiştir, bu konudan bahsedilir. Meclistekiler bunun gerekçesini sorar, bir de ceza verir. Bu ceza tabi yıpratıcı veya kınayıcı bir şey değildir. Yarenlerden veya bölge halkından birisinin işe, odun vb. ihtiyacı vardır, bir sorunu vardır, o ihtiyacı ve sorunu gidermekle görevlendirilir. Yani buradaki ceza yine yaren meclisi ve bölge halkı için yapıcı, insanın yükünü hafifletici ve sosyal bağları güçlendirici, iyiliğe teşvik edici bir yaklaşım olmaktadır. Yaren kelime anlamı itibariyle biliyorsunuz dost arkadaş demektir. Dolayısıyla dostluk ve arkadaşlık grubudur, topluluğudur ve dostluk, arkadaşlık meclisine gelinir. Yaren meclisinde yapılan işlerin, alınan kararların da bu yönde bir çıktısı olması, topluma fayda sağlaması gerekmektedir. Haliyle dışarıdan bakıldığı zaman yardımseverliğin öne çıktığı, garibin ve yoksulun gözetildiği yönünde bir izlenim oluyor. Ancak yaren meclisi siyaset üstü bir topluluktur, seçim zamanları dahil hiçbir zaman hiçbir şekilde siyaset konuşulmaz, herkes kendi istediği şekilde oyunu kullanır ve bu bir sohbet konusu olmaz, yaren meclisinin de bu konuda bir yönlendirmesi olmaz. Çünkü yaren gecelerindeki en temel kural saygı ve hoşgördür. Tartışmalı, ayrımcı veya olumsuz konulardan uzak durulmaktadır.

### 4.3. Yarenlerin Etkileri İle İlgili Bulgular

- Yarenlerin gençler üzerindeki etkisi nedir?
- Yarenlerin sosyal ve kültürel etkisi nedir?
- Yarenlerin tanıtım etkisi nedir?

Yarenler arasında sıkı bir gönül bağı vardır. Yaren geceleri dışında aile dostlukları inşa ediliyor, kültür evinde toplanıp sonraki geceler için hazırlıklar yapılıyor, yeni oyunlar, gösteriler deneniyor, sohbetler ediliyor. Yarenlerin sorunları paylaşıyor, mutluluklarına ortak olunuyor. Bir cenaze, düğün veya eşya taşıma gibi insanın insana ihtiyaç duyduğu günlerde yaren meclisi sürekli birbirinin yanında olmaktadır. Birinin bir eksikliği, yanlışlığı varsa gece gibi örtülmektedir. Bir hadis-i şerifte de biriniz birinizin günahını, ayıbını örterse Allah da kıyamette onun ayıbını örter diyor, yarenler de birbirinin yanlışına set, doğrusuna, hayrına yol olmaya çalışmaktadır. Tabi sadece yarenlerin değil, bölge halkının da eksiklerinin ve ihtiyaçlarının karşılanması noktasında her bir elden gayret gösterilmektedir. Sonra bu ne oluyor? Bölge halkı içinde dostluk bağının kurulmasına, halkın birbirine güvenmesine, sahip çıkmasına yol açıyor. Yaren geceleri özellikle gençler açısından da önemli katkılar sağlıyor.



Yaren meclisi bir sohbet ve eğlence meclisi olmasının yanı sıra eğitim ocağıdır ve en temel amacı gençleri, zamanlarını verimsiz ve boşa geçirdikleri yerlerden, kötü alışkanlıklardan uzak tutabilmektir. Bugün yaren meclisindeki yaşça büyük olan kişiler de kendi baba ve dedeleri ile mahalle odalarına gider, orada 70'li yaşlardaki insanlarla oturup kalkar ve o dönemin hayat anlayışını, ahlakını, adabını henüz çocuk yaşta öğrenirmiş. Bugün, yarenler de kendi çocuklarını getirerek yaren kıyafetini giydirmekte ve o birikimi henüz küçük yaşta kazanmasını istemekte. Bu yüzden özellikle gençlerin gelmesi ümit ediliyor, aileleri de bu yönde teşvik ediliyor. Çünkü bir insan özellikle çocukluğunda yaşadığı şeyi unutmaz ve hoşuna giderse devamını getirir. Gençlerin gelmesinin, katılım göstermesinin bir diğer önemli sebebi de bu kültürü devam ettirecek kişilerin yetişmesi. Çünkü bugün yarenlik yapan insanlar bu kültürü, meclisi bir yaşa, bir yere kadar yaşatabilir, devamının gelmesi gerekiyor.

Herkes yaren olamayacağı için yaren kıyafetinin de bir ayrıcalığı oluyor. İnsanlar o kıyafeti giymeyi hak etmiş olan kişiye takdir ile bakıyor ve o kişinin belirli bir duruşu olduğunu, hangi camia ile iç içe bulunduğunu, kimlerin yanında yetiştiğini biliyor ve “bu arkadaş temiz birisidir, kimseye zararı dokunmaz” şeklinde bir intiba ile yarene güven duyuyor. Yaren kıyafetini giyen kişinin bu ayrıcalığı kendisinin de hissetmesi ve hem yaren meclisinde hem özel hayatında buna göre hareket etmesi gerekiyor. Çünkü yaren, yarenliğe kabul edildikten sonra özel bir grubun üyesi oluyor. Onun yapacağı bir yanlış veya insanlar üzerinde bırakacağı olumsuz izlenim haliyle yaren meclisine sirayet edecektir. Bu sebeple yarenlerin birbirini ikaz etmesi, kusurunu örtmesi ve iyiliklere teşvik etmesi yönünde bir anlayış hâkim. Yarenlerden olsun olmasın, yaren meclisine katılan ve toplum arasında itibar gördüğünü hisseden, hayatının daha dolu ve verimli geçtiğini, ait olduğu toprak, kültür ve toplum ile yakınlaştığını hisseden genç de bir sonraki toplantıya daha istekli gelmek ve çevresindeki insanları da getirmek istiyor. Yanı sıra bu meclisin bir birlik, beraberlik, dostluk meclisi olduğunu, işin önemini ve ciddiyetini bilmeyen gençler bile gelip katılmak isteyebiliyor. Mesela okullarında bir folklor ekipleri olabiliyor, aileleri de bu ekipte yaptıkları gösterileri yaren meclisinde de sergilemelerini isteyerek getirebiliyor. Tabii yaren meclisine kendi hünerini göstermek için gelen gençler, gecenin kalan kısmında orta oyunlarını, eğlenceleri görünce memnun oluyor, kendi rızası ile gelmek istiyor. Çocukların katılımını artırmak, özgüvenlerini sağlamak adına kabul ediliyor ve gönülleri hoş edilmeye çalışılıyor. Bu sayede yaren geceleri, gençlere kendi kültürel kimliklerini keşfetme ve yaşatma fırsatı sunuyor. Ayrıca gençlerin iletişim becerilerini geliştirmelerini, yaşlıları ve büyükleri ile nasıl konuşacağını, oturup kalkacağını öğrenmesini sağlıyor.

En önemlisi ise gençlerin sorumluluk duygusuna sahip olmaları noktasında yaren geceleri önemli bir yere sahip oluyor.

Yarenlerin, gençlerin gelişimini ve kültürel birikimini sağlamasının yanı sıra yaren kültürünün ve bölgenin tanıtımı üzerinde de olumlu etkilere sahip. Sandıklı turizm bölgesi olduğu için yaren gecesine gelen misafirlerin önemli bir kısmı münferit veya grup halindeki turistlerden oluşuyor, şehir hayatında göremeyecekleri bir mekân ve etkinlikler ile farklı deneyimler sunuluyor. Oynanan oyunların ardından misafirlere hediye olarak verilen Sandıklı'nın yöresel ürünleri de bölge tanıtımında etkili oluyor. Yunus Emre ve hocası Tapduk Emre'ye ait ilahiler, tiyatral gösteriler de Anadolu irfan anlayışında yeri olan bir şahsiyetin dimağlarda yer etmesini sağlıyor. Kısacası yarenleri ziyarete gelen bölge halkı olsun, öğrenciler olsun veya bölge dışından gelen misafirler olsun hem bölge kültürünü tanımakta hem de geçmişteki yaşam şekli ve insan ilişkilerini, yani Anadolu kültürünü tanımakta.

#### **4.4. Yaren ve Turizm İlişkisinin Nasıl Değerlendirilebileceğine Dair Bulgular**

- Yaren gecelerine turistlerin katılımı oluyor mu?
- Ziyaretçiler yaren esnasında gerçekleştirilen etkinliklere katılım sağlıyor mu?
- Yaren gecelerine katılan turistlerin/ziyaretçilerin geri bildirimleri nasıl oluyor?

Yaren gecelerinde aktif olarak görev yapan 25-30 kadar yaren bulunmakta, her yaren her etkinlik gecesinde müsait olamayacağı için dönüşümlü katılım sağlanabilmektedir. Misafirlerin sayısı da gelen gruba göre değişmekle birlikte 40-50'ye kadar ulaşmaktadır. Bu misafir grupları bölgeden veya yakın bölgelerden gelebilmekle birlikte öğrenci grupları, STK üyeleri, kamu görevlileri ve turist kabileleri olabilmektedir. Sandıklı'nın termal turizm bölgesi olması sebebiyle turist sayısı da yoğun olmakta. Yaren meclisinin rüştü zamanında ispat edildiği için bölgeye turist grupları geldiği zaman yaren gecesi talep ediyorlar. Yaren geceleri normalde Ekim-Mayıs ayları arasında, haftada bir kere düzenlenirken bu talepler doğrultusunda haftada 2-3 kere düzenlenebilmekte. Örneğin kalabalık bir turist grubu geldiğinde veya peş peşe gruplar geleceği zaman haftanın farklı günlerinde yarenler talep ediliyor, yarenler arasında konuşulup karar veriliyor ve yarenlerin de rızası ile düzenleniyor. Oteller de müşterilerine sunabileceği bir eğlence, tematik bir faaliyet arayışında olduğu için yaren gecesi talep ediyorlar. Bunun yanında en önemli tanıtım tabii ağızdan ağıza oluyor, gelip memnun kalan insanlar kendi çevresine tavsiye ediyor. Önceki ziyaretlerinde otelin

etkinliği olarak gelen ve sonraki ziyaretlerinde kendi, bireysel olarak gelen misafirler de var. Benzer şekilde grup olarak bölgeye gelecek olan ve bu ziyaretleri öncesinde iletişim kurup yaren gecesi tertip edilmesini talep eden ve gruplar halinde gelen misafirler de mevcut. Tabii bu gibi durumlar bir ücrete mukabil oluyor ancak, bu ücret gelir kapısı olarak değil, haftada birkaç kere düzenlenecek olan yarenlerin ihtiyaçlarını, ikramlarını karşılamak ve geriye kalırsa derneğin ihtiyacını karşılamak amacıyla talep ediliyor. Bunun dışında yaren meclisinin herhangi birisinden herhangi bir amaçla maddi beklentisi veya ticari ilişkisi olmuyor. Yani yaren bittikten sonra o ücreti yarenler arasında bölüşme gibi bir durum söz konusu değil, yarenlik gönüllülük esasına dayalıdır ve geçmişten gelen kültürel bir sorumluluk ile hareket ediliyor. Yarenler de bu konuda bilinç ve sorumluluk duyduğu için canla başla gayret gösteriyor, misafirlerin memnun ayrılmasını, kültürlerini başarılı bir şekilde tanıtılabilmeyi, insanlara geçmiş yaşamın sadeliğini ve huzurunu hatırlatmayı arzu ediyorlar.

Artık evlerin içi eşyalarla, şehirler de binalarla dolmaya başladı, nüfus bir yandan artıyor ve huzur kalmıyor. Böyle olunca insanda geçmişe, sade, sakin hayata dair bir özlem artıyor. Turizm penceresinden de bakınca insanlar gösterişli otellerde, restoranlarda vakit geçirmek yerine alternatif peşinde olabiliyor. Yaren gecelerinde de dış mekân yerine kültür evinin bir katı kullanılıyor ve otel, balo salonlarında olduğu gibi gösterişli masa sandalyeler yok, yer sedirleri kullanılıyor. Böyle olunca insanlar ortamı çok daha samimi ve huzurlu buluyor ve eğlenceye, gece boyunca icra edilen etkinliklere katılım göstermekten çekinmiyor. Türküler söyleyebiliyor, orta oyunlarına katılabiliyorlar. Yaren gecelerinde konuşulan konular da genellikle katılımcıların ilgi alanlarına, kişisel deneyimlerine ve toplumsal olaylara dayanıyor. Katılımcılar, komik hikâyeler anlatabilir veya espriler paylaşabilirler. Bu sayede misafirlerin yaren meclisi ile daha da yaklaşması, kendilerini rahat hissetmeleri sağlanıyor. Ayrıca, öncelikle Sandıklı yöresine ait türküler, oyunlar, gösteriler sergilenmekle birlikte farklı bölgelere ait bu kültürel değerlere de yer verildiği olmaktadır. Bu sayede misafirler bir başka şehirde ve hiç bilmedikleri bir etkinlikte kendi yöresel değerlerinden birisini görüp işittiğinde farklı bir mutluluk, memnuniyet oluyor. Buradaki amaç uzun vadede Türkiye'nin farklı bölgelerinden farklı kültürel renkleri bir araya getirmek ve misafir profiline göre kendilerine sunmak, farklı deneyimler yaşatmak. Yaren gecesinin sonuna gelindiğinde ve misafirlerin görüşleri sorulduğunda herkesin memnun kaldığı, özellikle telefonda uzakta geçen birkaç saatin insanların rahatlatıldığı, geçmiş günleri hatırladıkları belirtiliyor. Kimi misafirler ise kendi bölgelerinde bu tür bir etkinliğin olmadığını ve böylesi bir etkinlik düzenlemek için ne yapılması gerektiğini öğrenmek istiyor.

Bu da yarenlerin misafirler üzerinde gerçekleştirmek istediği amaçlarını da başardığını göstermekte.

#### **4.5. Yaren Kültürünün Korunması ve Aktarılması İçin Yapılması Gerekenlere Dair Bulgular**

Bir kültürün aktarımı, o kültürü benimseyen, sahiplenen gençleri ile mümkündür. Haliyle yaren kültürünün de aktarımı için en önemli şey gençlerin katılımı ve sevgisidir. Ancak gençleri bulmak, onları her hafta en azından bir yaren gecesinde ağırlamak tabii kolay değil, çünkü 12 yıllık bir eğitim sistemi mevcut ve eğitimlerine devam etmeleri gerekiyor. Sanayide, herhangi bir sanat ve zanaat alanında ustaların çırak bulmakta zorlanması gibi yeni ve genç yarenleri bulmak da zor olabiliyor. Zorunlu eğitimde bir nebze katılım sağlanabilirken üniversite dönemine gelen gençlerin bölgeden uzaklaşması o yaş grubunun kendi kültüründen uzaklaşmasına da yol açabiliyor. Bu durum karşısında bir şey yapılamaz ancak, bir gün o meclise gelinmesi, insanların kendi kültürlerinin lezzetini alması ümidiyle yaren gecelerine devam ediliyor. Yine de bir genç, özellikle üniversite çağında evinden, köyünden, ilçesinden uzaklaşıyorsa bu kültürel bilinci okullarda aşılacak veya unutulmamasını sağlamak mümkün olabilir. Mesela edebiyat fakülteleri, halk bilimi, folklor bölümleri, radyo sinema televizyon, turizm bölümleri bu konu için çok müsait. Teorik ve uygulamalı araştırmalarıyla gençler birçok bölgenin kültürel değerlerini tanıyabilir ve okul içi, okul dışı projelerle de bunları başkalarına tanıtabilir.

Eğitim çağındaki gençlerin bahsedilen durumundan dolayı yaren kültürü, yaren meclisinde bulunan ve hayatını bir düzene koymuş insanlarla yaşatılmaya devam ediliyor. Yarenlerle ilgili kurulan federasyon çatısı altında farklı gruplar bir araya geliniyor ve ülkenin farklı bölgelerindeki farklı organizasyonlara gidiliyor. Bu gezilerde yaren ve diğer sohbet toplantılarına da yer, zaman ayrılıyor. Bu fırsat ne kadar verimli kullanılabilirse tanıtım da o kadar başarılı oluyor. Ancak tanıtım faaliyetlerinin başarılı olabilmesi için yarenlere, sohbet toplantılarına mahsus, sadece bu konuya özel organizasyonların düzenlenmesi gerekiyor. Bu sayede yaren kültürünün ne demek olduğu, neden önemli olduğu, kime ne kazanımlar sunduğu gibi konularda yeterli düzeyde tanıtım yapılması mümkündür ve gereklidir. Çünkü insanlar sohbet toplantısının ne olduğunu bilmiyor, yöresel kıyafetleriyle bir ekip gördüğü zaman halk oyunları ekibi diye düşünebiliyor. Bir başka temaya sahip organizasyonların içerisinde yer verilecekse de yeterli zamanın, mekânın, fırsatın tanınması gerekiyor. Yoksa yarenler, sohbet toplantıları bir etkinliğin dinlenme arasında veya kenarda tahsis edilen bir çadırın altında 5-10 dakika sahnelenen bir gösteri sanatı haline gelir ve hiçbir anlamı, tanıtımı, kazanımı

olmaz. Sohbet toplantılarının Türkiye'nin her köşesinde olması gerekiyor. Gençlerin kahvelerden, oyun salonlarından alınarak bir kültürün parçası konumuna getirilmesi ve kendi insanını tanıması gerekiyor. Örf ve adetlerin, geleneklerin yarınlara daha güzel şekilde aktarılması gerekiyor. Dolayısıyla bu gecelerin daha fazla gerçekleştirilmesi gerekiyor. Zaten yaren gecelerine gelen misafirler arasında geceyi çok beğendiğini ve kendi yaşadıkları yerde bu tür etkinliklerin olmadığını söyleyenler oluyor. Aslında Türkiye'nin farklı bölgelerinde farklı isimlerle bu toplantılar gerçekleştiriliyor, kimisi biliniyor kimisi bilinmiyor. Ama geçmişe nazaran artık birçoğu unutulmuş durumda, insanlar da geçmiş yaşama özlem duyduğu için böylesi geceleri, etkinlikleri görmek, onlara katılmak istiyor.

Hani “taş yerinde ağırdır” diye bir söz var, açık bir alanda yapılan gösteri ile kendi geleneğine, amacına göre düzenlenmiş bir odada yapılması çok farklı sonuçlar ortaya koyuyor. Ayakkabılarını çıkarıp giren, yer sedirlerine oturan bir misafir henüz gecenin başındayken samimiyeti hissedebiliyor ve kendisini adapte edebiliyor. Bu ayrıcalığı ve deneyimi sunabilmek için misafirlerin kültürün kendi mekânına gelmesi gerekiyor, böylece kültür, kendi mekânı ile birlikte sergilenmiş ve birlikte korunmuş oluyor. Ayrıca yarenler turizm çekiciliği oluşturmak, daha çok turist çekmek amacıyla sıradan bir ürün haline getirilirse, her misafir grubunun talepleri doğrultusunda bir içerik hazırlanırsa anlamı, kıymeti kalmaz. Birkaç saatliğine kiralanmış eğlence, gösteri organizasyonuna dönüşür. Yarenlerin bu konudaki dik duruşu yaren geleneğini bozulmaktan koruyor. Ve gönüllülük burada önemli bir değer. Örneğin bazı bölgede yapılan sohbet toplantıları bozuldu, çünkü orada iş ticarete döküldü. Sandıklı'da da turistik amaçlı bir talep olduğunda ve haftada birkaç gece yaren düzenlenmesi gerektiğinde masrafları karşılamak ve misafirlere ikramda bulunabilmek için ücret talep ediliyor. Ama orada gelenek ticarete dönüştü ve eğlenmek için icra edilen toplantıda sürekli talepkâr olunmaya başlandı. İşin içine maddiyat girerse biter. Yerel yönetimlerin ve eli açık vatandaşların, iş adamlarının bu konuda destek vermesi gerekiyor, bunun için de öncelikle bu kültürü sahiplenmeleri, gelip katılım göstermeleri gerekiyor. Yerel yönetimler kurumsal sorumluluk olarak ister istemez destek vermek zorunda kalıyor ama bir iş adamının gelip de “ne kadar güzel bir topluluk, etkinlik, kültürümüzü devam ettiriyorsunuz, bu da benim desteğim olsun”, şeklinde bir yaklaşımı şimdiye kadar yaşanmadı. Örneğin, yaren gecelerinin düzenlendiği kültür evinin inşası yapılırken masrafları karşılayabilmek, inşayı tamamlayabilmek adına halk oyunu ekibi ile birlikte köylere veya yakındaki diğer yerlere gidilerek düğünlere gidiliyordu. Ve buradaki asıl amaç kişilerin kazancı yerine kültür evinin masrafı olduğu için normal fiyatın çok altında bir fiyat talep ediliyordu.

Bu maddi ihtiyacın olmadığı zamanlarda da çeşitli düğünlere, etkinliklere katılım sağlanması adına yaren meclisine davetler yapıldı ancak burada ticari bir faaliyet olduğu için kabul edilmedi. Ancak yarenlerin bu kültür evi adına gösterdiği fedakârlık karşısında birtakım suiistimaller oldu, o yöresel kıyafetlerin ağırlığı ve sıcaklığına, sergilenen oyunların yoruculuğuna karşı cüzi miktarda alınan ücrete dahi çok denildiği oldu. Böyle bir tutum ile karşılaşınca bu tür yerlere, etkinliklere gidilmekten vazgeçildi. Sandıklı yaren meclisi olarak böyle bir tutum ve duruş sergilenirken farklı bölgelerde olduğu gibi dejenere olma durumu tabii korkutan bir durum. Bu yüzden yerel imkânlarla destek verilmesi lazım, çünkü yapılan iş sadece bir eğlenme, eğlendirme işi değil ve kolay bir iş de değil. Ayrıca derneğin yakıt, elektrik, su, temizlik gibi temel giderleri, misafirlere yapılan ikramların ve verilen hediyelerin giderleri var, bunlar da dernek bünyesinde karşılanmaya çalışılıyor. Eğer karşılanamazsa ve karşılamak adına iş ticarete dönerse, bir nevi “para alan emir alır” durumuna gelir ve parayı veren kişiler bir sahiplik duygusuyla yönlendirmeye, çeşitli taleplerde bulunmaya çalışır, yaşatılmaya çalışılan kültürün doğası, doğallığı bozulur. Bahsedilen veya benzer şekilde yürütülen yerler artık sohbet odalarını gelir kapısı yaptığı için geleneği, kültürü bugüne göre yorumlamaktan da çekinmiyor. Tabii bu topluluklar bir gelir kapısı sağlamak adına elverişli konumda. Herhangi bir etkinliğe sadece halk oyunu için dahi gidilse kazanç sağlanabilirken orta oyunu veya diğer gösteriler de eklenirse önemli paralar kazanılır, o topluluğun üyeleri de memnuniyetle gider. Ama bu gibi bir durumda ne olur? Artık ticari bir duygu, yaklaşım yaşanır, insan içinde bulunduğu, temsil ettiği kültürü benimsemekten uzaklaşır. Yaren odası olarak kimse kendi veya bir yakınının düğünlerine, törenlerine dahi yaren ekibi çağırıp da hatır gönül adına gösteri yapmadı, böyle bir teklifte bulunmadı. Yarenlerin ortak gayesi de sahip olunan kültürü bir menfaat beklentisi olmadan ve dışarıya bağlı kalınmadan yaşatmak, sonraki nesle aktarmaya çalışmaktır.

Maddi kaynakların yanı sıra bu kültürel değeri doğru şekilde yaşatmak, tanıtımını yaparken sadece yaren kültürünü değil bölgeyi de tanıtmak gerekiyor. Misafirlere takdim edilen hediyelerde de hangisinin nereye özgü olduğu, nasıl yapıldığı anlatılıyor. Örneğin tahta helvanın başka bir yerde bulunamayacağı anlatılıyor veya dernek başkanı tarafından yazılmış Sandıklı evlerini, sokaklarını, kültürünü anlatan kitaplar veriliyor. Bölgenin termal açıdan zengin olduğu ve Yunus Emre’si ile bilindiği belirtiliyor. Böyle olunca yaren geceleri sadece yaren meclisinin değil, bölgenin de bir tanıtım elçisi oluyor. Sandıklı Kültür Evi’nin bahçesinde de Sandıklı’nın Hisar Kalesi, Ulu Pınar’ı, Akdağ’ın Koca Yaylası gibi bölgeleri ve oralarda bulunan atları, kuyusu, çeşmesi, mermer güvercini gibi değerleri üç boyutlu çalışarak

tasarlandı, süslendi. Yaren gecesine gelen kişiler bu sayede Sandıklı'yı da az çok tanıma, hiç değilse nelere sahip olduğunu bilme imkânı buluyor.

## 5. Sonuç ve Öneriler

2014 yılında UNESCO'nun Somut Olmayan Kültürel Miras Temsili Listesi'ne dahil edilen geleneksel sohbet toplantıları, Afyonkarahisar'ın Sandıklı ilçesinde yaren ismi altında düzenlenmektedir. Kökeni Orta Asya'ya dayanan, Anadolu kültürü ile şekillenen, ahiliğin izlerini taşıyan Sandıklı yarenleri geleneklerini koruyarak yaşatılmaya devam etmektedir. Kelime anlamı olarak dost, arkadaş anlamı taşıyan yarenliğin bu anlamının karşılığını bulduğu ve gerek kendi arasında gerekse bölge halkı üzerinde önemli bir bağ oluşturduğu belirlenmiştir. Ayrıca bölge halkının ihtiyaçlarının giderilmesi, gençlere yol gösterilmesi, içinde buldukları kültürü tanınması, kültürel miras değeri taşıyan yarenlik kültürünün aktarılması açısından da katkıları bulunmaktadır.

Sandıklı yarenleri, Sandıklı ilçesinin termal turizm bölgesi olması sayesinde çeşitli şehirlerden misafirleri ağırlamaktadır. Turistlerin yanı sıra Afyonkarahisar'dan, çevre il ve ilçelerden öğrenci, STK üyeleri, özel ve kamu kurum yetkilileri gibi çeşitli misafir gruplarının da ziyaret yeri olmaktadır. Bu yönüyle hem yaren gecelerinin ve kültürünün hem de Sandıklı ilçesinin tanıtımında olumlu bir etkiye sahip olmaktadır. Sandıklı yarenleri, sahip olduğu kültürel yapının korunarak aktarılması açısından başarılı bir örnek oluşturmaktadır. SOKÜM değeri olarak yarenlerin çeşitli festival ve etkinliklerde sahne gösterisi adı altında kısa süreli uygulamalarının yerine; kültür ve mekân bütünlüğünü sağlamak adına kendi yerinde icra edilmesi ve tanıtımının artırılması, bu sayede diğer illerde kaybolan, kaybolmaya yüz tutan sohbet toplantılarına örnek teşkil etmesi sağlanmalıdır. Başta yerel yönetimler olmak üzere siyasi mercilerin de bu konuda destek olması beklenmektedir. Sandıklı yaren meclisi olarak şehirler arası etkinliklere katılım sağlandığı belirtilmekle birlikte bu etkinliklerin sayısının, niteliğinin, etki alanının artırılması gerektiği görülmektedir. Ayrıca Orta Asya'da başlayıp Anadolu'da ve Türkiye cumhuriyetlerde yaşatılan bir geleneğin sadece şehirlerarası değil, ülkeler arası bir dostluk meclisi olarak hayat bulması, festivallerinin düzenlenmesi, Kazakistan, Özbekistan gibi diğer Türk ülkelerindeki meclislerle gidiş gelişlerin yapılarak sohbet meclislerinin birbirine misafir olması ve bu sayede bölgenin, bölge kültürünün tanıtılması, turistik hareketliliğin artması sağlanabilir.

Yapılan görüşmeler sonucunda ortaöğretim ve lise düzeyi eğitim kurumlarından öğrenci gruplarının yaren gecelerine misafir olarak katılım

sağladığı belirlenmiştir. Özellikle halk bilimi, güzel sanatlar, turizm gibi yaren kültürü ile ilişki kurulması mümkün olan bölümlerin öğrencileri başta olmak üzere üniversite öğrencilerinin bu gibi etkinliklere katılımı teşvik edilmelidir. Ayrıca Sandıklı yarenlerinin ve diğer sohbet toplantılarının gençler ve bölge halkı üzerindeki etkilerinin belirlenmesine yönelik nitel ve nicel çalışmaların yapılması önerilmektedir.



## Kaynakça

- Aksakal, E. (2019). Türk kültüründe eril mekân örneği; Köy odaları. *Folklor/ Edebiyat Dergisi*, 25(98), 291-308.
- Aksu, H. (2004). Osmanlı sonrası Türk el sanatlarının dirilişi. *İstanbul Büyükşehir Belediyesi Sanat ve Meslek Eğitimi Kursları El Sanatları Dergisi*, (1), 51-55.
- Arslan, M. (2010). Kula'da eğlenerek öğreten bir sosyal kurum: Yaren. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 3(6), 70-80.
- Atlı, S. (2015). Somut olmayan kültürel mirasa bir örnek: Balıkesir Pamukçu erfene sohbet toplantıları. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(40), 7-25.
- Atlı, S. (2016a). Erzincan-Kemaliye (eğın) sıra gezme sohbet toplantıları ve eğın fasıl grubu. *Karadeniz Araştırmaları Dergisi*, (51), 273-300.
- Atlı, S. (2016b). Geleneksel sohbet toplantılarının Türkiye'deki yayılma sahası ve günce durumu, *Anadolu Sohbet Gelenekleri ve Yaren Sempozyumu Bildirileri*, Çankırı Karatekin Üniversitesi Yaran Kültürü Uygulama ve Araştırma Merkezi, Çankırı, 02-04 Nisan 2016, 59-81.
- Çakır, Ö. (2018). Çankırı'da yârân sohbetlerinin edebî cephesi yahut yârân edebiyatı. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Karatekin Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 1(1), 151-20.
- Durmaz, U. (2018). Bereket, eğitim, eğlence üçgeninde bir köy seyirlik oyunu: Hibibim. *Milli Folklor*, (118), 130-144.
- Ekim, G. (2012). "Sohbet" toplantılarında, topluluğun kuruluşuna yönelik gerçekleştirilen ilk toplantı ve önemi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(1), 97-110.
- Ekim, G. (2015). Toplu çalıp söyleme geleneğinin yaşatıldığı "sohbet toplantılarında" sıra sahibinin belirlenme ritüeli. *Ege Üniversitesi Devlet Türk Musikisi Konservatuvarı Dergisi*, (7), 75-83.
- Mete, F., Candegir, Ü., Koca, T. (2011). Somut olmayan kültürel miras: Ferfene (Ankara örneği). *Milli Folklor Dergisi*, (114), 100-111.
- Uygur, H. K. (2019). Ankara ferfene günlerinin toplumsal cinsiyet bağlamında işlevsel olarak değerlendirilmesi. *Milli Folklor Dergisi*, (123), 177-192.

## Sapanca'da Faaliyet Gösteren Bungalovlarda Yaşanan Yönetsel Sorunlar ve Çözüm Önerileri

Necdet Hacıoğlu<sup>1</sup>

Meliha Sena Yıldırım<sup>2</sup>

Ebru Arıcı<sup>3</sup>

Aziz Gökhan Özkoç<sup>4</sup>

Orhan Batman<sup>5</sup>

### Özet

Türizm sektöründe turistlerin odak noktaları zamanla değişmektedir. Özellikle covid-19 salgınının ardından konaklama tercihlerinde meydana gelen değişimler dikkat çekmektedir. Covid-19 ile gelen izole tatil kavramı beraberinde farklı konaklama tiplerinin de tercih edilmesini getirmiştir. Bungalov tipi işletmelerin günlük, haftalık ya da daha uzun süreli kiralanabilmesiyle ve özellikle doğal güzellikleri ile ön plana çıkan destinasyonlarda bulunmasından dolayı kısa sürede vazgeçilmez konaklama faaliyetlerinden birisi haline gelmiştir. Hem büyük şehirlerde hem de daha küçük yerleşim birimlerinde oldukça popüler hale gelmiştir. Özellikle Sapanca bölgesinde 12 ay boyunca aktif olarak hizmet veren bungalovlar gerek mimari özellikleri ile gerek içinde bulunduğu doğal alanlar nedeniyle ilgi görmektedir. Ancak bu ilgi de belli başlı sorunları ortaya çıkartmaktadır. Bu çalışmada ise Sapanca'da faaliyet gösteren bungalovlarda yaşanan

- 1 İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye, nhacioglu@gelisim.edu.tr
- 2 Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Türkiye, m.senayildirgan@gmail.com
- 3 Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Türkiye, ebruarici96@hotmail.com
- 4 Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Türkiye, azizozkoc@subu.edu.tr
- 5 Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Türkiye, obatman@subu.edu.tr

yönetsel sorunlara odaklanılarak bu sorunlara çözüm önerilerinin getirilmesi hedeflenmiştir.

### **Amaç**

Çalışmanın amacı, Sapanca'da bulunan bungalov işletmelerinde yaşanan yönetsel sorunların belirlenmesi ve belirlenen sorunlara yönelik çözüm önerileri getirmektir. Bu araştırmanın, bungalov işletmelerinde yaşanan yönetsel sorunları belirlemesi ve bu sorunlara yönelik çözüm önerileri getirerek hem alanyazına hem de söz konusu işletmelere katkı sunması beklenmektedir.

### **Yöntem**

Çalışmanın amacı doğrultusunda yorumlayıcı paradigma ekseninde, nitel veri toplama metodlarından görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırma evreni, Sapanca yöresindeki bungalov işletmeleridir. Çalışmanın örneklemini ise, Sapanca yöresinde ulaşılan 14 bungalov işletmesi yöneticisi oluşturmaktadır. Veri analizi MAXQDA 2020 programı aracılığıyla gerçekleştirilmiştir.

### **Bulgular**

Elde edilen verilerden ulaşılan bulgulara göre; Sapanca'daki bungalov işletmelerinin en fazla sorun yaşadığı konular, rezervasyon ve yerel yönetimlere yönelik sorunlardır. Bunun yanında kısmen nitelikli personel konusunda sorunlar yaşandığı görülmektedir. Belirtilen diğer temalarda ise işletmelere özgü belli başlı sorunların yaşandığı ve genel manada çok fazla sorunla karşılaşmadığı bulgusuna ulaşılmıştır.

### **Sonuç ve Öneriler**

Çalışmadan elde edilen sonuçlar doğrultusunda, yerel yönetimler alt yapı çalışmalarına odaklanmalı, bölgenin doğal yapısı imkân veriyorsa yenilenebilir kaynaklardan enerji üretmek düşünülebilir, ardından bölgedeki dolandırıcılık faaliyetlerini azaltmak için tüm bungalov işletmelerine tek bir web sitesi üzerinden iletişim sağlanabilir, personel konusunda turizm fakültelerine başvurulabilir. Staj vb. yönlendirmeler sayesinde personelin nitelik sorunu ortadan kalkmış olacaktır. Belgelendirme konusunda ise bir takip sistemi oluşturulabilir. Belirli aralıklar ile belge hakkı verilen işletmeler çeşitli denetimlere ve yönergelere tabii tutulabilir şeklinde çözüm önerileri getirilmiştir.

### **Orijinalliği/Değeri**

Sapanca'da bulunan bungalov işletmeleri özelinde yönetsel sorunların incelendiği bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu durum çalışmanın özgün değerini yansıtmaktadır.

## 1. Giriş

Doğaseverlerin doğa içerisinde konaklama yapmak amacıyla seyahat etmeleri ve yaşanan Covid- 19 salgını sonrasında turistlerin kalabalıktan uzak destinasyonlarda tatil yapabilmeleri için doğada konaklama işletmeleri mevcuttur. Bu konaklama işletmelerine en güzel örnek gündemde olan ve çok tercih edilen bungalovlardır (Kıvılcım ve Aydın, 2022). Bungalov tipi işletmelerin günlük veya haftalık olacak şekilde kiralınması ile oluşan bu yeni konaklama çeşiti hem büyük şehirlerde hem de nispeten daha küçük yerleşim birimlerinde turizm yoğunluğunu artırmaktadır (Yıldırđan ve Bilgiçli, 2021). Özellikle Sakarya İli Sapanca İlçesi'nde bulunan bungalov evler turistlerin sıklıkla konaklamak için tercih ettiği yerler haline gelmiştir.

Covid-19 pandemisi ile bungalov tipi işletmelere olan yönelim artış göstermiştir (Yenişehirlioğlu ve Salha, 2020). Bungalov konaklama işletmeciliği gelen misafirlere kişiselleştirilmiş hizmet sunarak, son dönemde turizm sektörüne yeni bir soluk getirmiştir (Emir ve Kurgun, 2019). Bundan dolayı bungalov işletmeciliğine dair yapılacak çalışmalar önem arz etmektedir. Çalışma, "Sapanca'daki bungalov işletmeciliğinde yaşanan sorunlar nelerden oluşmaktadır?" sorusu ile ortaya çıkmıştır. Buradan hareketle çalışmada, Sapanca'da bulunan bungalov işletmelerinde yaşanan yönetsel sorunların tespit edilmesi ve belirlenen sorunlara yönelik çözüm önerileri getirilmesi amaçlanmıştır.

İlgili alanyazında bungalov evlerin tercih edilmesindeki faktörleri inceleyen (Kıvılcım ve Aydın, 2022), villa, müstakil ev, bungalov gibi konaklama yerlerinin çoğunlukla kısa süreli kiralınması yoluyla oluşan turistik talebi Sapanca destinasyonu üzerinden araştıran (Yıldırđan ve Bilgiçli, 2021), ev pansiyonculuğuna ilişkin uygulama sorunlarını inceleyen (Emir ve Kurgun, 2019) çalışmalar yer almaktadır. Fakat Sapanca'da bulunan bungalov işletmeleri özelinde sorunların incelendiği bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Yapılacak mevcut çalışma ile bu konudaki literatüre katkı sağlanması hedeflenmektedir. Bunun yanı sıra, çalışmadan elde edilen bulgular ve sonuçlar neticesinde bungalov işletmelerindeki sorunlara yönelik çözüm önerileri getirilerek, işletmecilere katkı sağlanması beklenmektedir.

## 2. Literatür

### 2.1. Bungalov Kavramı ve Özellikleri

Herhangi bir mekânın fiziki, beşerî ve kültürel potansiyeli, bahsi geçen destinasyonda bulunan ve ön plana çıkmış olan turistik faaliyetleri ve konaklama çeşitlerini büyük oranda etki etmektedir. Temel anlamda belirgin

olan turistik konaklama türleri arasında otel, motel, tatil köyü, pansiyon, karavan, bungalov, çadır-kamping ve oberj bulunmaktadır (Ceylan ve Yakut, 2021). Türk Dil Kurumu'na göre ahşap tek katlı ev olarak açıklanan bungalov evler, genellikle Hindistan'da veranda ile çevrili ev şeklinde ifade edilmektedir (TDK, 2023). “Bungalov” kelimesi Hintçe’ den türemiştir. Hintçe “bangla” ifadesinden ortaya çıkan bungalov kelimesi, 17. yüzyılda kullanılmaya başlanmıştır. İlk olarak bungalov; Hindistan'da bulunan çamurlu duvarları, sazdan çatısı olan ve verandadan meydana gelen bambudan inşa edilmiş kulübeler şeklinde tanımlanmıştır. Ardından Hindistan'da artan sömürgecilik faaliyetleri sebebi ile yerli bungalovlar inşa edilmiş ve daha kalıcı konaklama yerleri hale getirilmiştir.

1850-1851 yılları arasında ilk bungalov İngiltere’de inşa edilmiş ve ilk kez turistik merkezlerde tatilcilerin konaklama faaliyeti olarak değerlendirilmesine fırsat verilmiştir. Ardından 1869 yılına kadar çeşitli tatil köylerinde öncü olması sebebiyle bungalovlar inşa edilmiş ve zamanla farklı biçimlerde tasarlanmıştır (Levell vd., 2021). 1915-1919 yıllarına gelindiğinde Amerika'nın California eyaletinde adından söz ettiren bungalov evleri inşa edilmeye başlandığı ilk dönemlerde bölgenin kültürel değerlerini yansıtan ilkel evler olarak tasarlanmıştır. İç dizaynının da bulunduğu bölgenin kültürel desenlerini yansıtacak şekilde yapılması, bölgede yaşayan bireyler tarafından satın alınarak bahçe, bağ evi, tarla evi şeklinde kullanılmasını sağlamıştır. Özellikle savaş yıllarında maddi imkânsızlıklar ve göçmenlerin gelmesiyle birlikte bungalovlara olan ilgi artmıştır. Normal bir evin maliyetinin yarısından daha az bir fiyata inşa edilebilen bu evler, uzun bir süre göçmenlerin tercih ettiği konutlar olarak değerlendirilmiştir. Ardından çoğunlukla ahşaptan yapılması ve taşınabilirliği sebebi ile deniz kenarı, orman gibi turizm faaliyetleri bakımından değerli alanlara taşınması ile kısa sürede bungalov evlerine verilen değer gözle görünür oranda artmıştır. Günümüzde ise bungalovlar turizm faaliyetlerindeki gelişmeler sayesinde turizmde eşsiz konaklama tercihlerinden birisi haline gelmiştir. (Faragher, 2001).

Kırsal bölgelere inşa edilen bungalovlar genellikle doğa ile iç içe olan mekânlarda olması tercih edilmektedir. Dolayısıyla deniz kenarı, orman, dağ vb. alanlara konumlandırılmaktadır. Bungalov evlerinin özelliği yapısı bakımından bulunduğu çevre ile uyum içerisinde olmalıdır. Dışarıdan bakıldığında inşa edildiği bölgedeki doğal alanın görüntüsünü bozmamalıdır. Dolayısıyla bulunduğu mekânı tamamlayıcı nitelikte inşa edilmelidir (Faragher, 2001).

Günümüzde ise birçok ülkede konaklama tercihleri bungalovların bulunduğu doğal alanlara, kırsal kesimlere doğru yönelmiştir. Hem

şehirleşmeden uzaklaşmak hem de diğer lüks işletmelere göre daha uygun fiyatlandırma seçeneklerinin bulunması kırsal alanlarda bulunan konaklama işletmelerine olan rağbeti arttırmıştır. Bu sebeple bu alanlarda bulunan dağ evi, taş evler, ahşap evler, kulübeler, bungalov vb. konaklama alanı olarak tercih edilmektedir (Poruğu vd., 2021).

1134 sayılı turizm tesislerinin niteliklerine yönelik açıklamalara yer verilen yönetmelikte belirtildiği üzere, kırsal turizm tesisleri şeklinde ifade edilen bungalov evler, kamping sınıfında yer almaktadır. Yayınlanan yönetmelik gereğince kırsal turizm tesisleri; en az beş odası bulunan, köy evi, çiftlik evi, dağ evi veya yayla evi tesisleri olarak ifade edilmektedir. Tesislerde konaklayanlara, bölgenin mutfak kültürünü yansıtan, doğal içerikli yiyecek-icecekleri tüketebilme fırsatı sunan tesisler buna ek olarak yöresel mimari yapı ve dekorasyonlarını da sergileme imkânı bulmaktadır. Kampingler olarak ayrıştıran bungalov evlerin büyüklükleri ve sayıları bakımından birtakım sınırlamalar mevcuttur. Bir bungalov en fazla 20 m<sup>2</sup> büyüklüğünde olmak durumundadır. Buna ek olarak aynı bölgede peş peşe en fazla 30 adet bungalovun bulunmasına izin verilmektedir. Bungalov evlerin yer aldığı konumun girişinde gelen müşteriler ile doğrudan ilgilenmek adına bir resepsiyon yer almaktadır. İlâveten yeme-içme hizmeti vermek için de bir restoran bulunmaktadır. Bungalovların içerisinde misafirlerin kullanımına sunulan bir mutfak yer almamaktadır (Resmî Gazete, 2019).

Kırsal turizm tesisi olarak ifade edilen bungalovlar, buldukları yörede turistler için bir çekicilik unsuru olmakla beraber az gelişmiş ya da gelişmekte olan destinasyonların gelişimine gözle görünür oranda katkı sağlamakta, kırsal alanları yerel halk ve turistlerin buluşma noktaları haline getirerek bölgeyi toplumsal, ekonomik ve hatta sosyal anlamda geliştirmektedir (Ötügen, 2010). Bu ve buna benzer yapılar, bölgeye gelen misafirlere huzur ve dinginlik vermesi gibi farklı yönleriyle destinasyonların tercih edilebilirliğini arttırmaktadır (Brebbia ve Maugeri, 2007).

Çoğunlukla doğal alanlara inşa edilmiş olan bungalovlar, turistlerin bölgedeki endemik bitki ve hayvan türlerini gözlemlemesine, doğal alanlara olan ilgi ve alakalarını arttırmalarına ve benzersiz deneyimler kazanmalarına olanak tanımaktadır (Ötügen, 2010). Ayrıca, gastronomik açıdan değerli olan bölgenin yerel mutfak kültürünün ön plana çıkmasını, tanıtılmasını sağlamaktadır (Chuang, 2009).

## **2.2. Sapanca'daki Bungalov İşletmeciliği**

Turistik destinasyon olarak Sapanca gölü ve yakın çevresine bakıldığında, bölgenin ulaşım ve haberleşme imkânlarının son derece gelişmiş olması,

büyük yerleşim yerlerine yakınlığı ve doğası gereği bölgenin önemli bir çekim merkezi olduğunu göstermektedir. Tüm bunların yanında gelişmiş ve çeşitlendirilmiş konaklama imkanları ile de Sapanca bir turistik destinasyon olarak da ön plana çıkmaktadır (Zengin ve Çevrimkaya, 2022). Yalnızca villa ve bungalov tipi butik konaklama işletmeleri sayesinde ulaşılan 4.000 yatak kapasitesi Sapanca halkı için istihdam, ekonomik gelir, misafirler ile yerel halk arasındaki kültürel etkileşim, âtl toprakların değerlendirilmesi ve özellikle Sapanca ilçesinin ulusal ve uluslararası imajı bakımından pozitif sonuçları da beraberinde getirmiştir. Bununla birlikte, ilçe genelinde kontrolsüz bir bungalov yapılaşması, rastgele birçok yerin bungalov yatırımına yönlendirilmesi, çevre, altyapı, nitelikli işgücü, sağlık ve güvenlik gibi konularda birçok soruna da ev sahipliği yapmıştır. Bu açıdan ilçede yer alan Sapanca Villa ve Bungalov İşletmecileri Derneği (SAVİBU) artan konaklama gereksinimini faydaya dönüştürmek ve Sapanca turizmını sürdürülebilirlik anlayışı içerisinde ileriye taşımak için gösterilen gayrete güzel bir örnek olarak değerlendirilebilir (Yıldırğan ve Taşçıoğlu, 2023). Tablo 1'de SAVİBU üyesi konaklama işletmelerinin sayısal dağılımı verilmiştir.

*Tablo 1. Sapanca'da Örgütlü Düzeydeki Bungalov, Villa, Glamping İşletmeleri (2023)*

Tesis Tipi	Adet
Bungalov	759
Villa	155
Glamping	53
<b>Toplam</b>	<b>967</b>

*Kaynak: Yıldırğan ve Taşçıoğlu, 2023.*

Sapanca'da faaliyet gösteren farklı tipteki Basit Konaklama Tesisi Belgeli toplam 967 işletme bulunmaktadır. Bu işletmelerin oda kapasitesi ise 1630 olarak görülmektedir. Halen inşaat aşamasında olup faaliyete geçmeye hazırlanan tesisler de dikkate alındığında bu sayının 1200 civarında olacağı ön görülmektedir. Bunların dışında örgütlü olmayan işletmelerle birlikte Sapanca'da 1500'ün üzerinde bu kapsamda işletme olduğu bilinmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yayınlamış olduğu verilere bakıldığında ise Sapanca'da faaliyet gösteren toplam 382 tesisin 19'u Turizm İşletme Belgeli iken, 363'ü Basit Konaklama Tesisi Belgeli olarak görülmektedir (www.ktb.gov.tr).

### 2.3. İlgili Araştırmalar

Yenişehirlioğlu ve Salha'ya (2020) göre, pandemi öncesi dönemdeki tatillerinde otel tercih eden kişilerin büyük oranda otellerden uzaklaşarak

glamping, hobbit evleri kamping veya bungalov gibi kalabalıktan uzak ve bireysel zaman geçirerek sosyal mesafeyi koruyabilecekleri destinasyonlara yöneldikleri ifade edilmektedir. Otel gibi büyük ve daha kapsamlı konaklama işletmelerinde konaklamak yerine daha az kişinin bulunduğu, sosyal mesafenin kolaylıkla uygulanabileceği veya bütünüyle insanlardan uzak zaman geçirilebileceği destinasyonlara kaydığı görülmektedir. Özellikle yazlıklar, tatil amaçlı günlük, aylık ya da haftalık olarak kiralanabilen daireler, bungalov ve çadır gibi iç işleyişinin bir çalışan tarafından yapılmadığı temizlik faaliyetleri, yeme-içme ve sosyal mesafe gibi faktörlerin tümüyle kişilerin kendi tarafından yönetildiği konaklama seçeneklerine bir eğilim olduğu belirtilmektedir. Aynı zamanda Kale ve diğerlerine (2022) göre, Covid-19 pandemisinin yıkıcı etkilerinin azalmasına karşılık, katılımcıların büyük çoğunluğunun hala bungalov vb. küçük işletmelere yönelik tatil planları yaptığı görülmüştür.

Olcaý ve Turhan'a (2017) göre, işletmeden işletmeye bungalov evlerin iç mimarisi, dizayn edilmiş tarzı kullanılan eşyalar farklılaşmaktadır. Bazı işletmelerde yemek alanları, duş vb. hizmetler ortak kullanım alanları olarak tasarlanmışken bazı işletmelerde bu hizmetler bireysel, sadece konaklayan kişi ya da kişilere özgü hizmetler olarak sunulmaktadır.

Cohen (1982) çalışmasında Güney Tayland'da bungalov turizmini incelemiştir. Çalışmada bölgedeki bungalov işletmelerinin bazı sorunlarına değinilmiştir. Öncelikle bungalov işletmelerinde yerli halkın istihdam edilmediğini öne sürmüştür. Ayrıca lüks otellerin sunduğu hizmeti sunamadığı ve bu konuda özellikle alt yapı eksikliklerinin olduğunu belirtmiştir. Bungalov evler konusunda bir diğer problem ise bungalovların turistlerin uğrak yeri olan destinasyonlara inşa edilmesidir. Bunun sonucunda çoğunlukla geleneksel orta sınıf turistlere hitap ettiği düşünülmektedir. Ancak daha seçici ve zengin olan turistler kalabalık destinasyonlar yerine insanlardan uzak ve kimsenin deneyimlemediği turistik ve doğal alanları tercih etmektedir şeklinde belirtmiştir. Son olarak bu çalışmada lüks oteller yerine daha fazla bungalov tatil köyünün inşa edilmesi ve bu tatil köylerinin de lüks otelleri aratmayacak personel ve hizmete sahip olmasını, verilen hizmetin kalitesinin artırılması gerektiğini, kırsal kesimlere inşa edilen bungalovların öncelikle yöre halkı tarafından kabul görmesini ve uyumlu bireylerin yaşadığı yerlere inşa edilmesi gerektiğini belirtmiştir.

Kıvılcım ve Aydın (2022) çalışmalarında bungalov evlerinin konaklama faaliyeti olarak tercih edilmesinde etkin olan unsurları irdelemiştir. Çalışmada bungalov işletmelerinde çalışan personelin tutum ve davranışlarının samimi olması, sunulan hizmetin kalitesi ile hijyen kurallarına verilen önem



işletmelerin turistler tarafından tercih sebepleri arasında belirleyici faktörler olarak yer almaktadır. Bununla birlikte bungalov işletmesinin sahip olduğu sosyal medya hesaplarının bilinirliği ve fenomen kişiler tarafından ziyaret edilip edilmediği, daha önce işletmeyi deneyimlemiş olan kişilerin yorumları da turistlerin bungalov işletmeleri arasında yaptıkları tercihleri etkileyen faktörler içerisinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Turistlerin konaklama tercihlerini yaparken dikkat etmediği özellikler ise bungalovların mimari yapıları, işletmenin sunduğu gıda ürünlerinin doğal/organik olup olmaması, yeni yerler keşfetme isteği gibi faktörlerdir.

Emir ve Kurgun (2019) çalışmalarında Bartın ilinin Amasra ilçesinde yapılan ev pansiyonculuğu ve ortaya çıkan sorunları incelemiştir. Amasra'da, bir ailenin sürekli olarak ikamet ettikleri bir evin belirli odalarını bölgeye gelen turistlere kiralaması ile ortaya çıkan ev pansiyonculuğu, bölgenin önemli ekonomik kaynaklarından birisi haline geldiği belirtilmiştir. Çalışma sonucunda, bölgedeki pansiyonculuk faaliyetlerinin turizm sektörü içerisinde daha iyi bir konuma gelebilmesi için kontrollerin artırılması, pansiyon işletmelerinin Amasra Belediyesi, Amasra Kaymakamlığı ve Bartın İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ile bağlantı halinde olunması ve birlikte çalışmaları, bölge halkının pansiyonculuk konusunda bilgilendirilip teşvik edilmesi, ev pansiyonculuğunda “Her Misafiri Evinde Gibi Ağır” prensibinin yaygınlaştırılması konuları ön plana çıkartılmıştır.

Yıldırğan ve Bilgiçli (2021) çalışmasında Sapanca'da bulunan bungalov, müstakil ev vb. konaklama alanlarının kısa süreli olarak kiralanması sayesinde meydana gelen turistik talebi) incelemiştir. Çalışmada Sapanca bölgesindeki bu turistik talebin genel özellikleri, ev sahibi veya işletmelerin konutları kiralama işlemini yaparken herhangi bir güvence altına almadıkları, oluşabilecek sorunlara karşı ev sahiplerinin çözüm önerilerinin olmadığı ve komşuluk değerlerine önem verilmediği gibi olumsuzluklara dikkat çekmiştir. Ev sahibi ve işletmecilerin turizm pazarında var olmak ve rekabet üstünlüğü sağlamak amacıyla ürün çeşitlendirmesine gittiği ancak bu da konutların amaç dışı kullanımlara sebebiyet verdiği ortaya çıkmıştır.

Pathiranaa ve diğerleri (2021) ise çalışmasında Sri Lanka'da çay turizmi faaliyetleri esnasında konaklama ihtiyacını karşılamak amacıyla bungalovların kullanılmaya başlanması ve bu süreçte karşılaşılan sorunlara değinilmiştir. Bungalovlarda konaklama faaliyetleri başlatıldıktan sonra bölgenin turizm gelirlerinin arttığını, bungalov işletmelerinin sağladığı finansal girdiler bölgenin ekonomik sürdürülebilirliğini meydana getirdiğini, farklı ülkelerden gelen misafirlerin bungalovlarda konaklayarak bölgedeki turizm faaliyetlerine katılmak istediğini belirtmiştir. Ancak bungalovlar

konusunda kaynak eksikliğinin var olduğu, ulaşım açısından zor bölgelerde yer aldığı, bungalov işletmelerinde nitelikli personellerin bulunmadığını ve var olan personellerin de turizm sektörü konusunda deneyimsiz ve bilinçsiz olduğunu ileri sürmüştür.

### **3. Yöntem**

Araştırma yöntemi olarak, hedef kitlenin özellikleri ve çalışmanın konusu göz önünde bulundurularak çalışmada nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Nitel araştırma yöntemi, olgu ve olayların bütüncül bir şekilde doğal bir ortamda görüşme gözlem ve belge analiziyle incelendiği ve sözcüklerle ifade edildiği araştırma türüdür (Yıldırım ve Şimşek, 2013; Gürbüz ve Şahin, 2018). Araştırmanın sorusu Sapanca'daki bungalov işletmeciliğinde yaşanan yönetsel sorunlar nelerden oluşmaktadır? şeklindedir.

Araştırma evreni, Sapanca yöresindeki bungalov işletmeleridir. Çalışmanın örneklemini ise, Sapanca yöresinde ulaşılan 14 bungalov işletmesi yöneticisi oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini oluşturmada tesadüfi olmayan örnekleme metotlarından birisi olarak bilinen kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Hız, maliyet ve örneklemin kolay ulaşılabilir olmasından dolayı bu örnekleme yöntemi seçilmiştir. Kolayda örnekleme, ana kütle içerisinde belirlenecek örnek kesimin araştırmacı tarafından tespit edildiği tesadüfi olmayan örnekleme metodudur (Malhotra, 2004; Aaker vd., 2007; Zikmund, 1997). Veriler, katılımcılardan yarı yapılandırılmış mülakat tekniği ile toplanmıştır. Yarı yapılandırılmış mülakat; araştırmacının genel bir çerçeveye sahip olduğu, fakat görüşmenin gidişatına göre farklı soruların üretilerek, detaylı ve farklı boyutlarda verilerin elde edilmeye çalışıldığı veri toplama metodudur (Altunışık vd., 2010). Yarı yapılandırılmış mülakatlardan alınan veriler içerik analizi ile açıklanmıştır. İçerik analizinde alınan veriler öncelikle kavramsallaştırılarak gruplanır ve verileri açıklayan temalar oluşturulur (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Çalışmada nitel veri analiz programlarından MAXQDA 2020 kullanılarak elde edilen sözel veriler sistematik hale getirilmiş ve içerik analizine tabi tutulmuştur. Bu bağlamda elde edilen bulgular 8 farklı ana tema altında sunulmuştur.

#### **3.1. Görüşme Formunun Hazırlanması ve Uygulanması**

Bu araştırmada katılımcıların değerlendirmelerine yönelik verilere ulaşabilmek için yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Çalışmada kullanılan görüşme formu Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Etik Kurulu tarafından 09.06.2023 tarihli ve E-26428519-044-86515 sayılı karar ile onaylanmıştır. Bu bağlamda alanyazın incelenmiş, turizm alanında uzman 2 akademisyenden de görüş alınarak

bungalov işletmecisi 14 katılımcıya 16 adet soru yöneltilmiştir. Soruların içeriği bungalov işletmelerinde yaşanabilecek rezervasyon, personel, maliyet, güvenlik, belgelendirme, yerel halk, yerel yönetimler ve tanıtım sorunlarından oluşmaktadır. Katılımcılarla gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmeler araştırmacılar tarafından bizzat gerçekleştirilmiştir.

Görüşmeler, 17.07.2023-31.07.2023 tarihleri arasında yüz yüze ve yaklaşık 20 dakikalık sürelerle gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler esnasında katılımcı işletmecilerden görüşmelere yönelik ses kaydı alınıp alınamayacağı sorulmuş ve 8 işletmeciden ses kaydı yöntemi ile 6 işletmeciden ise not tutma yöntemi ile veriler kayıt altına alınmıştır. Alınan notlar düzenlenmiş ve ses kayıtları deşifre edilerek bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Daha sonraki aşamada ise MAXQDA 2020 programı vasıtasıyla “kodlar” ve “temalar” oluşturularak analize tabii tutulmuştur. Verilerin kodlamasında keşifsel kodlama kullanılmıştır. Keşifsel kodlama katılımcıların yanıtlarından elde edilen veriler doğrultusunda yapılan kodlamadır (Yıldırğan ve Taşçıoğlu, 2023). Analizin ilk aşamasında görüşmeler esnasında alınan ses kayıtlarının ve tutulan notların her biri bilgisayar ortamına aktarılmış ve word dosyası olarak kaydedilmiştir. Daha sonra deşifre edilen metinler araştırmacılar tarafından dikkatle okunmuş, okumalar tamamlandıktan sonra word dosyaları MAXQDA 2020 programına aktarılmıştır. Bu aşamada öncelikle katılımcıların soru formlarında bungalov işletmelerinde yaşanan yönetsel sorunlara dair kullandıkları sözcükler ve cümleler detaylı bir şekilde incelenmiştir. Bu incelemeler neticesinde çözümlenmeler yapılarak ifade ettikleri anlamlara göre kodlanmıştır. Kod güvenliğini sağlamak adına kodlama işlemi bir defaya mahsus olacak şekilde değil, tekrarlanarak gerçekleştirilmiştir. Kodlardan yola çıkarak kodları belirli başlı kategoriler altında sınıflandırabilecek temalar meydana getirilmiştir. Son aşamada ise bu veriler oluşturulan temalar sayesinde düzenlenerek bulgular oluşturulmuş ve ardından yorumlanmıştır.

### **3.2. Geçerlik ve Güvenirlik**

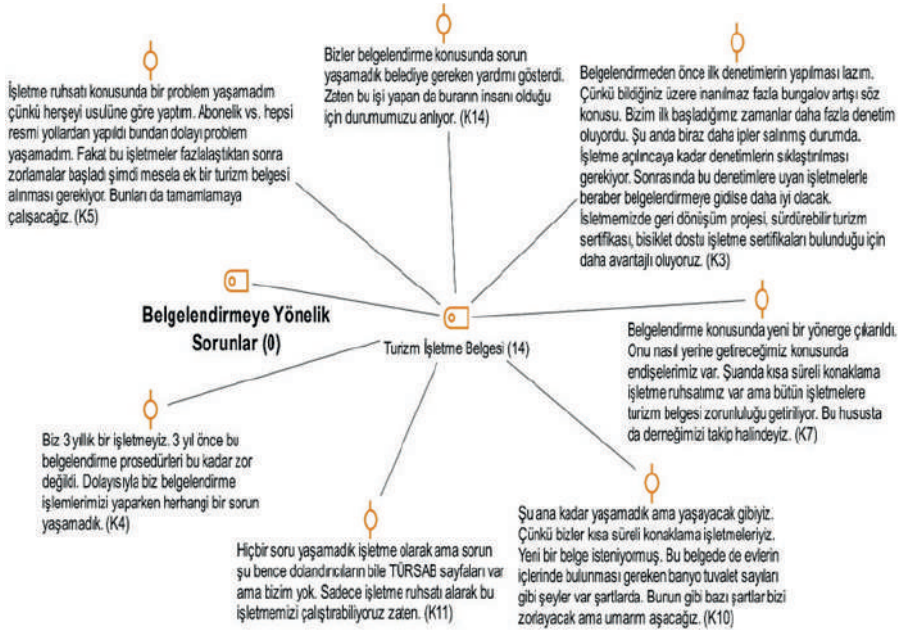
Nitel bir araştırmada geçerlik ve güvenilirliği olumsuz yönden etkileyen faktörleri azaltmak veya ortadan kaldırmak hedefiyle araştırmacılar tarafından çeşitli tedbirler alınabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2013; Aydın, 2014). Bu bağlamda mevcut çalışmada araştırmacı üçgenlemesi kullanılmıştır. Yani birden fazla araştırmacı kullanılmıştır. Katılımcıların ifadelerine yönelik küçük açıklamalar ve araştırmacılar tarafından alan notları alınmıştır veya doğrudan alıntılar yapılmıştır. Uzman görüşünün alınması, katılımcı teyidinin alınması, veri toplama süreci ve aracının belirtilmesi, veri analiz sürecinin belirtilmesi, çalışma grubunun seçim şeklinin belirtilmesi, bulguların yorum

yapılmaksızın aktarılması, veriler arasındaki uygunluğun kontrol edilmesi şeklinde geçerlik ve güvenilirliğe yönelik tedbirler alınmıştır.

#### 4. Bulgular ve Tartışma

Sapanca bölgesinde faaliyet gösteren bungalov işletmelerinin yöneticileri ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşme sonucunda elde edilen veriler MAXQDA 2020 programında Kelime Bulutu ve Kod-Alt Kod Bölümler modeli kullanılarak görselleştirilmiştir ve ardından yorumlanmıştır. Sapanca bölgesinde bulunan bungalov işletmelerinin sorunları doğrultusunda belgelendirmeye yönelik sorunlar, güvenliğe yönelik sorunlar, maliyete yönelik sorunlar, personele yönelik sorunlar, rezervasyona yönelik sorunlar, tanıtıma yönelik sorunlar, yerel halka yönelik sorunlar ve yerel yönetimlere yönelik sorunlar şeklinde kodlama cetveli oluşturulmuştur. Ardından temalara uygun bir biçimde alt kodlar meydana getirilmiştir. Bulgular, kod alt kod bölümler modelleri içerisinde katılımcıların doğrudan ifadelerine yer verilerek sunulmuştur.

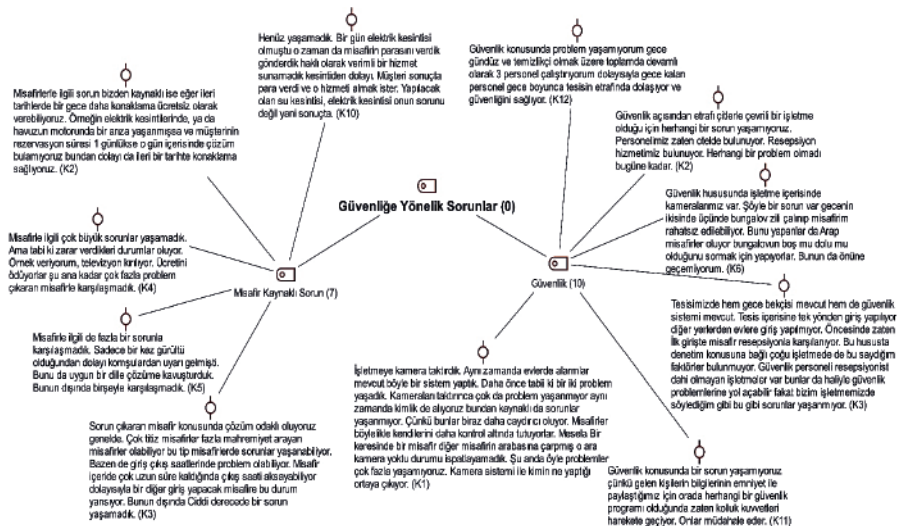
#### Belgelendirmeye Yönelik Sorunlar



Şekil 1. Belgelendirmeye Yönelik Sorunlara Yönelik Kod Alt Kod Bölümler Modeli

Sapanca bölgesinde bulunan bungalov işletmelerinin belgelendirmeye yönelik sorunlarına Şekil 1'deki Kod-Alt Kod Bölümler modelinde yer verilmiştir. Ulaşılan verilere göre genel olarak görüşme yapılan bungalov işletmelerinin belgelendirme sorunu yaşamadıklarını ve gereken belgeleri eksiksiz bir biçimde tamamladıkları görülmektedir. Ek olarak bölgedeki bungalov işletme sayısının artması sebebi ile belgelendirme faaliyetlerinin bir denetim altında yapılması gerektiği belirtilmiştir. Son olarak turizm işletmelerini kapsayan yeni düzenlemeler, belgeler vb. prosedür konusunda sorun yaşadıklarını ya da ilerleyen süreçte yaşayabilecekleri belirtilmiştir. Bunun temel sebebi kısa süreli konaklama işletmeleri ile uzun süreli konaklama işletmelerinin prosedür açısından farklılıklara sahip olması ve zamanla ilgili bakanlıklar tarafından istenilen belgelerin değişmesi şeklinde ifade edilmiştir.

## Güvenliğe Yönelik Sorunlar

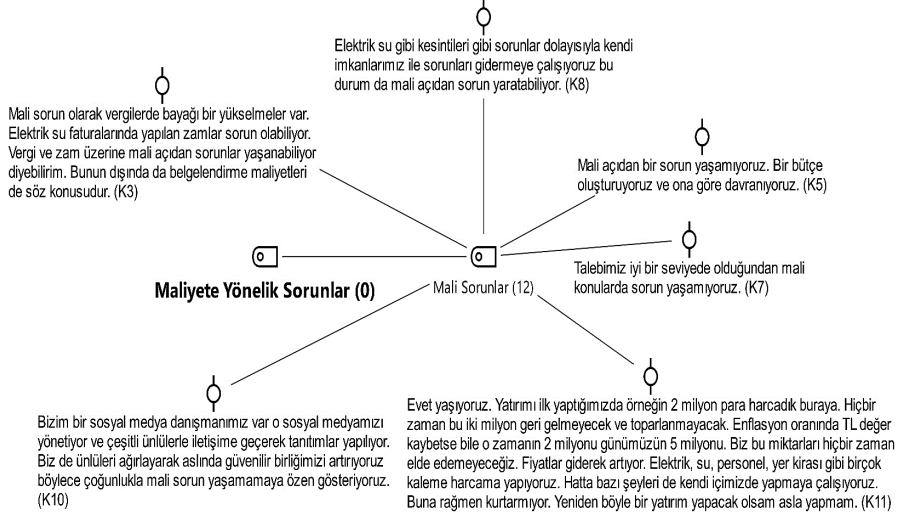


Şekil 2. Güvenliğe Yönelik Sorunlar Yönelik Kod Alt Kod Bölümler Modeli

Sapanca bölgesinde bulunan bungalov işletmelerinin güvenliğine yönelik sorunlarına Şekil 2'deki Kod-Alt Kod Bölümler modelinde yer verilmiştir. Sonuç olarak güvenlik bakımından misafirlerle ilgili işletme içerisinde genellikle pek sorun yaşamadıkları görülmektedir. İşletmeler güvenlik kameraların ve müşteri bilgilerinin polise bildirilmesi ile güvenlik konusunda müşteriden kaynaklı meydana gelebilecek sorunları ortadan kaldırdıklarını belirtmişlerdir. Ek olarak işletme kaynaklı güvenlik sorunları olursa da işletmeler tarafından misafirlere ek konaklama süresi, para iadesi

gibi hakların tanındığı görülmektedir. Bunun dışında müşterilerin işletme içerisinde yer alan eşya vb. maddelere zarar vermesi durumunda ücret iadesi gibi uygulamaların yapıldığı belirtilmiştir.

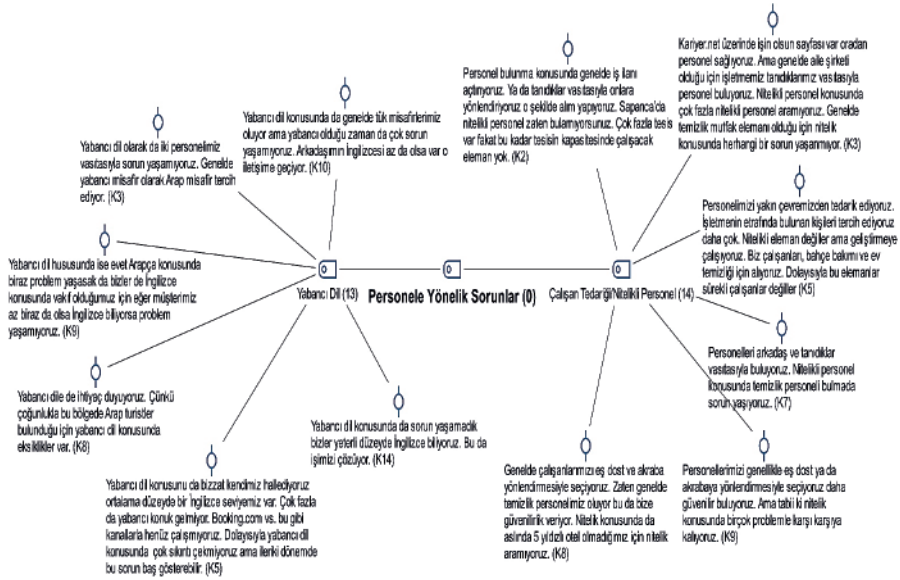
### Maliyete Yönelik Sorunlar



Şekil 3. Maliyete Yönelik Sorunlara Yönelik Kod Alt Kod Bölümler Modeli

Bahsi geçen bölgede bulunan bungalov işletmelerinin maliyete yönelik sorunları Şekil 3'teki Kod-Alt Kod modelinde yer almaktadır. Yapılan görüşmeler ışığında Sapanca bölgesinde bulunan bungalovların maliyet açısından genel anlamda sorun yaşamadığı görülmektedir. Görüşme yapılan 14 işletmenin 13 tanesi maliyet açısından sorun yaşamadığını belirtmiştir. Sadece bir işletme zaman zaman mali sorunlar yaşadıklarını, genel anlamda vergi, fatura vb. ödemelerin çok fazla olduğunu belirli aralıklarla da işletmenin bundan olumsuz etkilendiğini ifade etmiştir.

## Personele Yönelik Sorunlar



**Şekil 4. Personele Yönelik Sorunlara Yönelik Kod Alt Kod Bölümler Modeli**

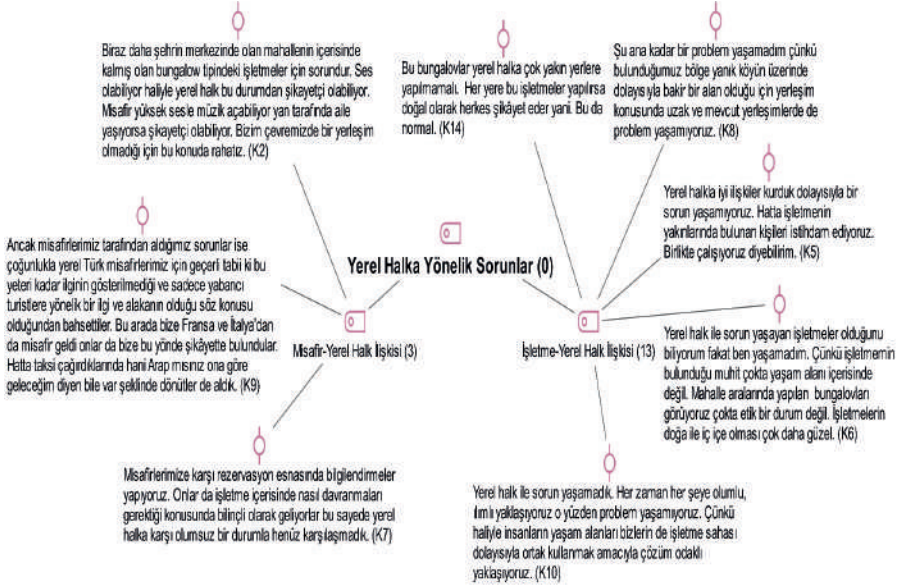
Sapanca'da bulunan bungalov işletmelerinin personele yönelik sorunları Şekil 4'deki Kod-Alt Kod Bölümler modelinde yer almaktadır. Bu bağlamda işletmelerin birçoğunun personel tedariki konusunda eş, dost, akraba ve tanıdıklar vasıtasıyla seçimler yaptığı görülmektedir. Yapılan görüşmeler neticesinde 9 işletme personellerini tavsiye, akraba ve tanıdık vasıtasıyla tedarik ettiğini belirtmiştir. 2 işletme personele ihtiyaç duymadıklarını ve temizlik vb. işlerini kendileri yaptıklarını söylemiştir. Geriye kalan 2 işletme ise çeşitli sitelere ilan vererek personellerini tedarik ettiklerini söylemiştir. Genellikle yakın çevreden temin edilen personelin nitelik açısından donanımlı olmadığını ancak işletmenin personeli geliştirmeye çalıştığı açıkça belirtilmiştir. Personellerin yabancı dil konusunda genellikle yetilerinin olmadığı ve ihtiyaç durumunda işletme sahibinin veya ortağının devreye girdiği görülmektedir. Ek olarak tesis içerisinde İngilizce veya Arapça bilen bireylerin bulunduğu ya da yabancı dile gerek duymadıklarını belirtmişlerdir.







## Yerel Halka Yönelik Sorunlar



Şekil 7. Yerel Halka Yönelik Sorunlara Yönelik Kod Alt Kod Bölümler Modeli

Şekil 7'de bungalov işletmelerinin yerel halka yönelik sorunlarına değinilmiştir. İşletmeler çoğunlukla işletmeye gelen misafirlerin halk ile ilişkisi bakımından ilgi sorunları yaşadıklarını belirtmişlerdir. Yerel halkın sadece yabancı turistlere ya da bölgede sayıca fazla bulunan Arap asıllı turistlere ilgi göstermesi ve odaklanması işletmeye gelen misafirlerin yerel halk ile yaşadığı sorunlar olarak ifade edilmiştir. Bir de bungalov işletmelerinin halkın daimî olarak konakladığı alanlara yakın olması sebebi ile misafirlerin yüksek sesli müzik dinlemeleri de yerel halk ile misafirler arasında sorunlara neden olduğu görülmektedir. İşletme ile yerel halk arasında ise çoğunlukla bir sorun olmadığı, işletmenin yerleşim yerlerine yakın olması gerginliklere sebebiyet verebileceği ve işletmelerin yerel halka karşı sergiledikleri tutum ve davranışların bu konuda önemli olduğu belirtilmiştir.





arttırarak bölgede popüler işletme türleri arasında yer almasını sağlamıştır. Ancak günümüzde bu kadar yaygın olması ve bölgenin turizm faaliyetlerinde belirleyici bir faktör olarak değerlendirilmesi işletme içerisinde de birçok sorunu beraberinde getirmiştir. Bölgedeki bungalov işletmelerinin genel anlamda yönetsel sorunlarını ortaya çıkartmak ve bu sorunlara çözüm önerileri oluşturmak amacı ile yapılan görüşmelerde farklı temalar altında katılımcılara sorular yöneltilmiştir. Alınan cevaplar doğrultusunda bahsi geçen konularda belli başlı sonuçlara ulaşılmıştır.

Belgelendirmeye yönelik sorunlar;

Bölgedeki bungalov işletmelerine belgelendirmeye yönelik sorunları tespit etmek amacıyla birtakım sorular sorulmuş ve bungalov işletmelerinin belgelendirme hususunda işletmeyi kurarken çok büyük sorunlarla karşılaşmadıkları tespit edilmiştir. Ancak ilerleyen süreçte çıkartılan yeni yasa ve zorunluluklar durumun seyrini değiştirmiştir. Anlık olarak mevcut dönem içerisinde sorun yaşamadıklarını belirten işletme sahipleri ilerleyen süreç için aynı fikirde olmadıklarını özellikle son çıkartılan bungalov vb. konaklama işletmelerinin sahip olduğu geçici konaklama işletmesi belgesinin yeterli olmayacağı durumu tüm işletmeleri zor duruma düşürdüğü görülmüştür. Buna ek olarak bölgedeki bungalov işletmelerinin kısa sürede sayılarının oldukça artması sebebiyle işletme sahipleri açısından mevcut durumda sorunlar oluşturmamasına karşın, işletmeciler geleceğe yönelik sorunlar yaşayabileceklerini belirtmişlerdir. Bu sebeple bir bungalov işletmesinin faaliyet verebilmesi için gerekli olan dokümanların kolaylıkla her işletmeye verilmemesi gerektiği ve veritse dahi denetimin yapılması gerektiğinin altı çizilmiştir.

Güvenliğe yönelik sorunlar;

Güvenlik konusunda bungalov işletmelerinin büyük çoğunluğunun güvenliği tehdit eden herhangi bir unsur ile karşılaşmadığı kanısına varılmıştır. Turizm işletmelerinin her akşam düzenli olarak misafir listelerini polis, jandarma gibi kurumlara bildirmesi işletmeleri güvenlik açısından oluşabilecek tehditlerden uzak tutmaktadır. Ek olarak işletmede mevcut konaklayan misafirlerden kaynaklı oluşan, işletmenin ve misafirlerin güvenliğini tehdit eden durumlarda doğrudan polis ile iletişime geçildiği açıkça ifade edilmiştir. İşletmelerin neredeyse hepsinin güvenlik kamerası sistemine sahip olması da oluşabilecek sorunların çözüm sürecini hızlandırmakta ve misafirlere güven vermektedir. Son olarak misafirlerin kasti olarak işletmeye verdikleri maddi zararlar da müşteriye yansıtıldığı ve bu zararın karşılandığı sonucuna varılmıştır.

Maliyete yönelik sorunlar;

Sapanca bölgesinde bulunan bungalov işletmelerinin maliyet açısından çoğunlukla sorun yaşamadığı sonucuna varılmıştır. Gerek sezon dışında gerek aktif sezonda doluluk oranlarının işletmenin kâr elde edebileceği konumda olduğu açıkça ifade edilmiştir. Sadece ilerleyen süreçte artan vergi fatura vb. ödemeler işletme yöneticilerini kaygılandırmaktadır. İşletmeciler mevcut doluluk oranının ilerleyen süreçte ihtiyaç ve gereken ödemeleri karşılayamayacağı öngörüsünde bulunmaktadırlar. İşletmelerde, daimî olarak maliyet sorunu yaşanmasa da aralıklı olarak artan fiyatlar konusunda işletmenin olumsuz etkilendiğini söyleyebiliriz.

Personele yönelik sorunlar;

Sapanca'da bulunan bungalov işletmelerinin personele yönelik sorunları temelde personelin tedarik edilmesi ve personelin niteliği konusundadır. Bu tarz konaklama işletmeleri 7/24 hizmet vermediği ve sürekli olarak resepsiyon, temizlik gibi hizmetlerinin bulunmaması yani daimî olarak çalışan personelin olmaması işletme açısından geçici süreçlerde personel tedarikini zorlaştırmaktadır. Bulunan personel de turizm işletmeleri açısından deneyime sahip olmayan çoğunlukla eş, dost ya da akraba önerisi ile işe alınan kişilerden oluştuğu için personelin deneyimi ve niteliği konusunda belirli kriterler oluşturulamamaktadır. Buna ek olarak Sapanca bölgesi turist profili açısından değerlendirildiğinde çoğunlukla Arap misafirlerin çoğunlukla konaklamayı tercih ettiği bir bölgedir. Dolayısıyla Arap turistler ile işletme içerisinde iletişime geçmek için yabancı dile ihtiyaç vardır. İşletmeler personellerinin yabancı dil yetilerinin olmadığını kısmi olarak bu konuda sorun yaşadıklarını belirtmişlerdir. Ancak bazı işletmelerde işletme sahibinin İngilizce ve Arapça bilmesi bu durumu kısmi olarak çözmektedir.

Rezervasyona yönelik sorunlar;

Bungalov işletmelerinde yaşanan diğer sorunlar rezervasyona yöneliktir. Burada başlıca problemlerden birisi ise bölgede sıklıkla karşılaşılan dolandırıcılık faaliyetleridir. Sapanca bölgesi bungalov işletmeleri ile ünlü destinasyonlardan birisidir. İrili ufaklı işletmeler özellikle doğal alanlara yakın konumlarda hizmet vermektedir. Bölgede işletmelerin sayılarının fazla olmasını fırsat bilen kişiler bu konuda dolandırıcılık yapmakta, sahte rezervasyon ve kaparo almaktadır. Özellikle sosyal medya üzerinden potansiyel turist profilindeki kişiler ile iletişime geçmekte hayali rezervasyonlar yapmaktadır. Bu kısa sürede yaygınlaşmış ve bölgede işletmecilerin en çok yakındığı sorunlardan birisi haline gelmiştir. Duruma kendilerince çözüm üretmeye çalışan işletmeler, görüntülü arama yaparak

ya da SAVİBU derneği aracılığı ile işletmelerini teyit ettirerek doğru müşteri kitlesine ulaşabilmektedir. Bu da hem zaman kaybına, rezervasyon için fazladan çaba harcamalarına ve zaman zaman müşteri kaybına sebebiyet vermektedir. Ek olarak kaparo ödemesi de müşteriler tarafından alınamamaktadır. İşletmeler de belirtilen ücret ödenmediğinde rezervasyon yapamadıklarını karşı tarafa belirttiklerinde bir de psikolojik şiddet ile karşılaştıkları tespit edilmiştir.

Tanıtıma yönelik sorunlar;

Bölgedeki bungalov işletmelerinin birçoğunun reklam ve tanıtım faaliyetlerini instagram üzerinden yaptığı tespit edilmiştir. İkinci sırada ise Google reklamları ve acente satış ve tanıtımları gelmektedir. Burada sorun reklam faaliyetlerinin kısıtlı olması, acente reklamlarının yeteri kadar etkileşim oluşturmadığıdır. Dolayısıyla birçok işletmede ek ücret ödememek adına kendi yöntemleri ile (sosyal medya araçları ile) reklam ve tanıtım faaliyetlerini yürüttüğü saptanmıştır. Bu da aslında verimliliği düşürmekte ve sıradanlaşmaya sebebiyet vermektedir. Reklam ve tanıtım araçları sayesinde daha özgün içerikler üretilmesi işletmenin satışlarını arttıracaktır. Ancak bunu da alanında uzman PR şirketleri vb. kurumlar tarafından yapılması gerekmektedir.

Yerel halka yönelik sorunlar

İşletmeler yerel halk ile genel olarak değerlendirildiğinde sorunlar yaşamamaktadır. Bunun yanında yöre halkının yaşadığı yerlere daha yakın alanlarda bulunan işletmeler genellikle gürültü konusunda çevrede ikametgâh edenler ile problem yaşamaktadır. Ek olarak bölgede sayıca Arap turistlerin fazla olması etraftaki satıcıları odak noktasını değiştirdiği görülmektedir. Yerli turiste uygulanmayan fiyatlar Arap turistlere uygulandığı için bölge esnafının yerli turisti hizmet odağının dışına çıkartarak sadece Arap turistlere hizmet verme eğiliminde olduğu ifade edilmiştir. Bu da bungalov işletmelerine gelen misafirlerin yerel halktan oluşan esnaf ile yaşadığı sorunlar olarak görülmektedir.

Yerel yönetimlere yönelik sorunlar

Bungalov işletmeleri yerel yönetimler ile birçok sorun yaşamaktadır. Öncelikle bunların başında alt yapı eksikleri ve çevre düzenlemesi gelmektedir. Bölgenin elektrik ve suyunun yeterli olmaması işletmelerde zaman zaman kesintilere sebebiyet vermektedir. Bu da uzun vadede müşteri kaybına, konaklama açısından kesinti yaşayan misafirlere +1 gün kesintinin telafi edilmesi için opsiyon tanınmasına ve gelir kaybına sebebiyet vermektedir. Çevre düzenlemesi bakımından temizlik faaliyetlerinin az olması işletmelerin

ve bölgenin tercih edilebilirliğini düşürmekte ve müşteri kaybına sebebiyet verebilir. Bu da işletmeleri olumsuz yönden etkileyen bir durumdur.

Sonuç olarak bungalov işletmeleri yukarıda belirtilen konularda sorunlar yaşamaktadır. Bu sorunların yaşanmaması ve çözüme kavuşturulması için öncelikle yerel yönetimler alt yapı çalışmalarına odaklanmalı, bölgenin doğal yapısı imkân veriyorsa yenilenebilir kaynaklardan enerji üretmek düşünülebilir. Ardından bölgedeki dolandırıcılık faaliyetlerini azaltmak için tüm bungalov işletmelerine tek bir web sitesi üzerinden iletişim sağlanabilir. Ya da bir telesekreter yöntemi kurulabilir. Böylece işletmelerin teyit edilebilirliği kolaylaşacaktır. Ayrıca her müşteriyi işletmenin varlığını kanıtlamak için SAVİBU derneğine yönlendirmek durumunda kalınmayacaktır. Personel konusunda turizm fakültelerine başvurulabilir. Staj vb. yönlendirmeler sayesinde personelin nitelik sorunu ortadan kalkmış olacaktır. Belgelendirme konusunda ise bir takip sistemi oluşturulabilir. Belirli aralıklar ile belge hakkı verilen işletmeler çeşitli denetimlere ve yönergelere tabii tutulabilir. Böylece denetimsiz belgelendirme konusunda meydana gelebilecek sorunlar ortadan kalkacaktır.



## Kaynakça

- Aaker, D.A., Kumar, V. & Day, G.S., (2007). *Marketing Research*, Danvers: John Wiley & Sons,
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Sakarya Yayıncılık, Sakarya.
- Bungalow (2023). *Bungalow en nedir? Nasıl Yapılır?*. <https://www.bungalow.com.tr/blog/bungalow-ev-nedir-nasil-yapilir/> Erişim Tarihi: 22.01.2023.
- Ceylan, M. A. ve Yakut, M. (2021). Türkiye’de turistik konaklama türlerine ve dağılışına coğrafi bir bakış. *Turkish Academic Research Review*, 6(2), 697-724.
- Chuang, H. T. (2009). The rise of culinary tourism and its transformation of food cultures: the national cuisine of Taiwan. *The Copenhagen Journal of Asian Studies*, 27(2), 84-108. <https://doi.org/10.22439/cjas.v27i2.2542>
- Emir, G. Ve Kurgun, O.A. (2019). Ev pansiyonculuğunda yaşanan uygulama sorunları: amasra örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 1038-1059.
- Faragher, J. M. (2001). Bungalow and ranch house: the architectural backwash of california. *The Western Historical Quarterly*, 32(2), 149. doi:10.2307/3650771
- Gürbüz, S. & Şahin, F. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Sapanca INFO (2022). *Sapanca turizminin geleceği onlara emanet; “SAVİBU”*. <https://www.sapanca.info/savibu/>. Erişim Tarihi: 21.01.2023.
- Kale, A., Güler, O. ve Şimşek, N. (2022). Covid-19 tedbirleri sonrası yerli turistlerin tatil tercihleri ve beklentileri üzerine bir durum araştırması, *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*.
- Kıvılcım, B. ve Aydın, E. (2022). Turistlerin bungalow evleri tercihinde önemli olan unsurlar: Çamlıhemşin örneği. *Journal of Academic Tourism Studies*, 3(2), 16-24.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2023). *Sapanca'daki basit konaklama işletme ve turizm işletme belgeli tesis sayıları*. <https://www.ktb.gov.tr/genel/searchhotel-genel.aspx?lang=tr> Erişim Tarihi: 20.01.2023
- Levell, N. J., Hassan, S., Nashawaty, M., Mohammed, T. O., Mahmoud, A., & Hoenig, L. J. (2021). The first dermatologist to own a bungalow: Sir Erasmus Wilson. *Clinics in Dermatology*, 39(5), 927-929.
- Malhotra, N. K. (2004), *Marketing Research an Applied Orientation*. New Jersey: Pearson Prentice Hall,
- Olca, A. ve Turhan, U., (2017). Türkiye’de glamping hizmeti veren işletmelerin sahip ve yöneticilerinin “yeni turizm trendi glamping” ile ilgili görüşleri

- (Muğla ve Antalya Örneği). *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 16 (4), 980-996.
- Ötügen, E. (2010). *Eco tourism and Caravan Tourism. International Symposium on the Biology of Rare and Endemic Plant Species*. Ankara: Orta Doğu Teknik Üniversitesi.
- Pathiranaa, A.P.R.P., Assellab, A.P.N., & Gnanapalac, W.K.A.C. (2021) Re-purposing Tea Estate Bungalows As An Accommodation Option For Tea Tourism With Special Reference To Nuwara Elyya District, Sri Lanka.
- Poruğu, A., Tirpe, O.P., Oroian, C., Mihai, V.C., Chiciudean, G.O., Chiciudean, D., & Poruğu, C. (2021). Analysis on tourists' preferences for rural tourism destinations in Romania. *Societies*, 11(3), 92: <https://doi.org/10.3390/soc11030092>
- TDK, (2023). "*Bungalov nedir?*" <https://sozluk.gov.tr/>. Erişim Tarihi: 22.01.2023
- Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelik* (2019 Haziran). *Resmî Gazete* (Sayı: 30791). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2019/06/20190601-16.pdf>.
- Yenişehirlioğlu, E. ve Salha, H. (2020). Covid-19 pandemisinin türkiye iç turizmüne yansımaları: değişen talep üzerine bir araştırma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(37), 355-368.
- Yıldırđan, R., ve Bilgiçli, İ. (2021). Turizmde kısa süreli konut kiralama: sapanca destinasyonu üzerine bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 1687-1703.
- Yıldırım, A. ve şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırđan, R. Ve Taşçıoğlu, H. (2023). Sapanca'daki bungalov işletmecilerinin sürdürülebilir turizm ve çevre tutumları üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism & Gastronomic Studies*, 11 (2), 969-990.
- Zengin, B. ve Çevrimkaya, M. (2022). Turizm boyutu ile sapanca (İ. Koç, F.Ç. Boz, H. Saraltın, T. Uslu Eds.). *Dünden Bugüne Sapanca içinde*, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Zikmund, W. G. (1997), *Business Research Methods*. Orlando: The Dryden Press.



## Çalışan Kadınların Kariyer Engelleri: Sakarya İli Otel İşletmeleri Üzerinde Bir Araştırma

Zeynep Yener<sup>1</sup>

Berna Ercan<sup>2</sup>

Gülçin Özbay<sup>3</sup>

Aziz Gökhan Özkoç<sup>4</sup>

### Özet

Günümüzde ekonomik şartlar ve başka birçok nedenden dolayı kadınlar iş hayatının bir parçası olmaktadır. Kadın çalışanların iş hayatları boyunca kariyer basamaklarını tırmanırken karşılarına birtakım engeller çıkmaktadır.

**Amacı:** Bu çalışmanın amacı Sakarya iline bağlı otel işletmelerindeki kadın çalışanların üst yönetime geçmekte karşılaştıkları kariyer engellerini tespit etmektir.

**Araştırma Yöntemi:** Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın örneklemini Sakarya ilinde faaliyet gösteren 3, 4 ve 5 yıldızlı otellerde çalışan 126 kadından oluşmaktadır. Kadın çalışanlardan mülakat tekniği ile veriler alınmıştır. Örneklem grubundan alınan veriler, SPSS veri tabanına aktararak her bir kariyer engelinin frekans sıklığına bakılmıştır.

**Bulgular:** Analiz sonuçlarına göre otel işletmelerinde çalışan kadınların kariyer engellerinden en yüksek ikili rol yaklaşımı, cam yürüyen merdiven ve bambu perde engelleri çalışan kadınların üst yönetime geçememeleri nedeniyle maruz kaldıkları engeller olarak ortaya çıkmıştır.

- 1 Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Türkiye, y215026007@subu.edu.tr
- 2 Munzur Üniversitesi, Pertek Sakine Genç Meslek Yüksekokulu Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri, Türkiye, bernaercan@munzur.edu.tr
- 3 Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Türkiye, gozbay@subu.edu.tr
- 4 Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği, Türkiye, aizozkoc@subu.edu.tr

**Sonuç ve Öneriler:** Otel işletmelerinde kadının çalışmasının aile bütçesine katkı ve kadının işteki yerini ikinci planda görmeleri, erkek çalışanların kadınlara oranla hızlı bir şekilde yükseldikleri ve kadınların ekonomik ve sosyal yaşamdan ayrı tutulmasını isteyen kişiler nedeni ile kadınların çalışma hayatından uzak tutulmaya çalışıldıkları yapılan araştırma sonucunda ortaya çıkmıştır.

**Orijinalliği/değeri:** Bu çalışma otel işletmelerinde çalışan kadınlara on kariyer engelini bir araya getirerek mülakat yolu ile yapılmış ilk çalışmadır. Bu çalışmanın sonuçlarından kadın çalışanlar ve lisans ve lisansüstü öğrencileri yararlanabilir.

## 1. Giriş

Sanayileşme süreciyle birlikte tarım toplum düzeninin değişmesi, kadının ev ekonomisi için yaptığı çalışmanın ücretli çalışmaya dönüşmesi, çalışma hayatında kadının yerini almasına zemin hazırlamıştır (Yorgun, 2010). Günümüzde kadınlar maddi özgürlük düşüncesi, eğitim düzeyinin yükselmesi, teknolojik kolaylıklar vs. gibi durumlardan ötürü iş hayatındaki yerlerini almışlardır. Kadınların iş yaşamında psikolojik, sosyolojik ve ekonomik beklentilerine nazaran dikkat edilmesi gereken bir diğer konu ise kadınların çalışma hayatındaki konumudur (Tahtalıoğlu, 2016). İş dünyasında son yirmi yılda kadın çalışan sayısı sürekli olarak artış göstermiştir ancak üst düzey yönetici pozisyonlarındaki kadın sayısında yeterli derecede artış gözlemlenmemektedir. Dünya Ekonomik Forumu tarafından 2010-2011 yılında yayınlanan “Küresel Cinsiyet Eşitsizliği Raporuna göre, raporun uygulandığı 139 ülke arasında Türkiye cinsiyet eşitsizliği açısından 126’ncı sırada, Kadınların ekonomik yaşama katılımı açısından 131’inci sırada, Eğitim yaşamına katılma açısından 109’uncu sırada, politik yaşama katılma açısından ise 99’uncu sırada yer almaktadır. Bu bulgulara da dayalı olarak Türkiye’deki kadınların toplumsal ve ekonomik yaşama katılmalarında çeşitli engellerin bulunduğu gözlenmektedir (<https://www.weforum.org>). Yapılan araştırmalar sonucunda kadın çalışanların üst yönetime geçememelerinin nedenlerinden biri de son yıllarda sıkça kullanılan cam tavan sendromu olarak açıklanmaktadır. (Mızrahi ve Aracı-2010). Bu öğrenilmiş çaresizlik durumu olan cam tavan sendromunun ortaya çıkardığı sosyolojik ve psikolojik durumlar literatürde çeşitli terimlerle adlandırılmıştır. Kadın çalışanlarda oluşan cam tavan sendromu örgüt iklimiyle birlikte kişilerin kendi kendilerine koymuş oldukları psikolojik engellerden de kaynaklanmaktadır (Kazar, 2016). Bu çalışmada kadınların yönetime katılmasındaki toplumsal cinsiyet ayrımcılığının oluşturduğu engeller araştırılmış, konaklama işletmelerinde çalışan kadınların bu engellerden hangilerine maruz kaldığı ölçülmüş, ortaya çıkan terimler ve ölçüm sonuçları çalışmanın devamında aktarılmıştır.

## 2. Literatür Taraması

### 2.1. Kariyer Engelleri

Medeniyetin başlangıcından günümüze kadar olan zaman diliminde kadınların sanayi devriminden önce de bazı mesleklerde faaliyet gösterdiği görülmektedir. Ancak yapılan araştırmalar sonucunda kadınların düzenli olarak ücretli işçi statüsüne girmesinin sanayi devrimiyle başladığı çeşitli literatür kaynaklarında görülmektedir (Korkmaz, 2016).

Cumhuriyetin ilanıyla birlikte kadınların çalışma hayatına katılmasıyla ilgili pek çok yenilik getirilmiş ve haklar kazandırılmıştır. Bu yenilik ve haklar kullanılmaktan ziyade sadece korundukları için de kadınların çalışma yaşamına aktif olarak katılmaları 1950li yıllar ve sonrasında başlamıştır (Kocacık ve Gökçaya, 2005). Kadınların iş hayatına katılımlarının önemi çeşitli kaynaklarda belirtile de Türkiye’de kadın istihdamı günümüze kadar çözülemeyen bir sorun olarak kalmaya devam etmiştir. Bu nedenle kadınların işgücüne katılma oranları düşük yüzdelerle artmaya devam etmektedir (Durmaz, 2016).

Teknolojik gelişmeler, yaşam koşullarının değişimi ve kültürel yaşamın değişmesi kadınların çalışma yaşamına daha çok katılmaya başlamasına neden olmuştur. Kadınların ev hanımlığının da iş hayatına eklenmesi birçok sorunu da beraberinde getirmiştir. Kadınlar çalışma hayatının sağladığı olumlu ekonomik gelişmelerin yanında ev yaşamıyla çalışma hayatındaki çatışmalar sonucundaki sorunlar ortaya çıkmıştır. Kadın çalışanların ev hanımı olarak sahip oldukları sorumluluklarına, iş koşullarının olumsuzluğu ve toplum baskısının da eklenmesi sonucunda daha zor bir hal almaya başlamıştır (Ünlü, 2014).

Günümüzde ise her gün değişen yaşamsal ihtiyaçlar, ailedeki ekonomik sorunlar, maddi özgürlüğe sahip olma düşüncesi gibi durumlar kadınların iş dünyasına katılmalarına neden olmuştur. Ancak yapılan araştırmalara göre bazı kaynaklar kadınların iş hayatında başarılarına değinmiş olsa da bazı kaynaklarda kadınların iş hayatında henüz bir başarı yakalayamamış olmalarından bahsedilmektedir. Kadın çalışanlar mesleki yönden ve eğitim açısından daha bilgili olsalar bile yönetimde erkek çalışanlardan daha fazla görev almaktadırlar (Perçin vd., 2008).

Yapılan çalışmaların sonucunda kadın çalışanların erkek çalışanlara oranla alt düzey kadrolarda daha fazla yer aldığı, üst yönetime yükselmedikleri görülmektedir. Kadın çalışanların üst yönetim kadrolarına geçememelerinin psikolojik birçok farklı nedenleri bulunmaktadır. Bu nedenler literatürde kadın çalışanların örgüt ve toplumsal baskılar sonucunda kendilerinin oluşturmuş

oldukları cam tavan adı altında birleşmiş engeller olarak açıklanmaktadır (Karcioğlu ve Leblebici, 2014).

Cam Tavan kavramı Amerikalı bilim adamı Dr. David J. Schwartz'ın pire deneyinden gelmektedir. Dr.Schwartz pireleri yüksekliği 30 cm. olan ve üzeri cam kapakla kapalı bir fanusun içine koyar ve fanusun zeminini ısıtmaya başlar. Zemin ısıtıldıktan sonra zıplayarak kaçmaya çalışan pireler cam kapağa çarparak tekrar fanusun içine düşerler. Tekrar zıplarlar ve tekrar cama çarparak fanusun içine düşerler. Daha sonra cam kapak alınır ve fanusun tabanı tekrar ısıtılmaya başlar ancak pireler 30 cm. den yukarıya zıplayamaz çünkü zihinlerinde oradan yukarıya çıkamayacakları düşüncesi yerleşmiştir (Öztürk ve Bilkay, 2016).

Kadın çalışanların üst yönetime geçememesindeki engeller literatürde çeşitli kavramlarla açıklanmaktadır.

Bu kavramlar;

### **2.1.1.Cam tavan sendromu**

Kadın çalışanların iş hayatlarında kariyerlerinde ilerlemelerini engelleyen ve görünmeyen psikolojik engeller olarak açıklanmaktadır. Bu engeller görünmediği için şeffaf olarak nitelendirilmiş ve cam tavan adını almıştır (Kulualp, 2015).

### **2.1.2.Cam uçurum**

İşletmelerde iflas veya kriz durumunda yönetime kadın çalışanların getirilmesinde kullanılan bir kavramdır. Kadın çalışanlar önlerindeki engele bakmaksızın cam tavanı kırmanın sevinciyle önlerine gelen tuzak teklifi kabul eder ancak bu durum onların kariyerlerinde bir uçuruma yol açmaktadır (Akbaş ve Taner, 2017).

Örneğin, kadınlar, erkek akranlarına kıyasla, istikrarsızlık ve kriz zamanlarında veya skandalların ardından yönetsel veya siyasi liderlik pozisyonları için daha arzu edilir olarak görülüyor. Bu tür atamalar, kadınları daha yüksek başarısızlık, eleştiri ve psikolojik sıkıntı riskine, dolayısıyla “görünmez” bir uçurumdan düşme tehlikesine maruz bırakır (Kulich ve Ryan, 2017).

### **2.1.3. Cam yürüyen merdiven**

Kadın çalışanların çoğunlukta olduğu mesleklerde erkeklerin yönetim kadrolarına kadın çalışanlardan daha hızlı yükselmesi durumunu ifade eder (Yıldız, 2017). Williams'a (1992) göre erkek yöneticiler hızlı bir şekilde

cam yürüyen merdiven ile yükselirken kadınlar ise kendi mesleklerinde bile erkeklerden daha az hatta çok daha yavaş yükselebilmektedirler. Örneğin, sınıf öğretmenliği, ebelik, anaokulu öğretmenliği gibi meslekler kadınların yoğunlukta olduğu meslekler olduğu halde bu mesleklerde dahi erkeklerin hızlı bir şekilde terfi almaları söz konusudur.

#### **2.1.4.Bambu perde**

Kadınların alışlagelmış kalıplarla sosyal ve ekonomik hayattan uzak tutulmasıdır (Tan, 2008).Çelik ve Mavi (2019)'ye göre liderlik potansiyellerinin olmadığı ya da iletişim yeteneklerinin yetersiz olduğu düşüncesiyle kariyerlerinde yükselmeleri önüne konulan engellerdir.

#### **2.1.5.Sindirella sendromu**

Kadın çalışanların bir gün takdir edileceği düşüncesiyle hiçbir şey yapmayarak terfi beklemesidir. Erkek çalışanlarla eşit hatta daha iyi eğitim aldığını düşünen kadın çalışanlar üst yönetimden bir kariyer beklentisi içerisine girmektedir. Ev hayatını, çocuklarını ve iş düzenini mükemmellik içerisinde yürüttüğü düşüncesiyle bu çabasını birilerinin göreceği ve ödüllendirileceği düşünülmektedir. (Yenici, 2018).

#### **2.1.6.Yapışkan zemin**

Yetenekli kadınların daha düşük seviyedeki işlerde çalıştırılmasıdır. Kadın çalışanların ev ve çocuk sorumlulukları gibi görevleri nedeniyle kariyerlerinde yükselememelerinin nedeni olarak açıklanmaktadır (Biner, 2022).

#### **2.1.7.Tokenizm**

Kadın çalışanları erkek çalışanlarla eşit göstermeye çalışılması durumudur (Yıldız, 2017). Erkek egemen örgütlerin kadın çalışanlara yapılan ayrımcılığı gizleyebilmek için kadınlara grupta sembolik olarak yer verilmesidir. Mecburiyetten yer verme ya da ayrımcılığın gizlenmeye çalışılması olarak da düşünülebilir (Bayat ve Pırıldar, 2021).

#### **2.1.8.İmposter sendromu**

Kadın çalışanların başarılı oldukları halde bu durumu çevrelerine yansıtamadıklarını düşündükleri gizli başarısızlık korkusu olarak açıklanmaktadır (Yenici, 2018). Bu sendromu Vachon (2014), kadınların yeteneklerini gerçekte olduğundan daha kötü olarak değerlendirirken, erkeklerin buldukları durumdan daha iyi olduklarını düşünmesi durumu olarak açıklamıştır. Kadınlar bu metaforla kendilerini küçümseyerek kariyerlerini psikolojik olarak engellemektedir.



### 2.1.9.Kraliçe arı sendromu

Erkeklerin çoğunlukta olduğu işyerlerinde kadın yöneticilerin buldukları konumu kaybedebilecekleri düşüncesiyle kadın çalışanları engellemeye çalışması durumudur. Bundan dolayı kadın çalışanların örgütteki hayatları daha zor hale gelmektedir (Özkan, 2020).Üst yönetimde bulunan kadın çalışanların yerlerini kaybetme korkusuyla alt kademelerdeki kadın çalışanları ezmesi durumu olarak açıklanmaktadır (Karakuş, 2014).

### 2.1.10.İkili rol yaklaşımı

Kadınların aile ekonomisine katkı sağlamak için iş hayatına atılmaları ancak ev sorumluluğuyla birleşince üzerlerindeki artan yük dolayısıyla işyerlerini ikinci planda tutmaları olarak açıklanmaktadır. Bu kuramda iş-aile çatışmasını nasıl yöneteceğini bilmeyen kadın çalışanların yüklerinin daha da arttığı anlatılmaktadır (Karaca, 2007).

## 3. Yöntem

Araştırmanın amacı konaklama işletmelerindeki kadın çalışanların üst yönetime geçememeleri nedeniyle karşılaştıkları kariyer engellerini incelemektir. Kadınların kariyer gelişimlerinin en çok hangi engelle maruz kaldığını ölçmektir.

**Araştırma Sorusu:** Turizm sektöründe görev yapan kadınlar hangi kariyer engelleriyle sıklıkla karşılaşmaktadır?

Araştırmada nitel yöntem kullanılmıştır. Nitel araştırma yöntemi doğal bir ortamda algı ve olayların bütüncül bir şekilde doğal bir ortamda görüşme gözlem ve doküman analiziyle incelendiği ve sözcüklerle ifade edildiği bir araştırma türüdür (Yıldırım ve Şimşek, 2013; Gürbüz ve Şahin, 2018). Çalışan kadınlara yapılandırılmış mülakat yapılarak toplanan veriler SPSS programı ile analiz edilmiştir.

Araştırmanın evreni Sakarya ilinde bulunan otel işletmeciliğinde çalışan tüm kadınları kapsamaktadır. Araştırmanın örneklemini Sakarya ilinde faaliyet gösteren 3, 4 ve 5 yıldızlı otellerde çalışan kadınlardan oluşmaktadır. Çalışan kadınlara demografik özellikleriyle beraber 1 den 5'e kadar derecelendirme sistemiyle kadın çalışanların üst yönetime geçmelerindeki engelleri her bir maddeyi puanlayarak sıralamaları istenmiştir. Mülakat 01.07.2022 ile 01.09.2022 tarihleri arasında uygulanmıştır. Bu doğrultuda 126 kişiye ulaşılabilmektedir. Mülakatta kadınlara hangi kariyer durumlarıyla karşılaştıkları sorulmuştur. Araştırma soruları araştırma kavramlarından elde edilmiştir. Örneklem grubundan alınan ifadeler, SPSS veri tabanına aktarılarak her bir kariyer engelinin sıklığına bakılmıştır.

Araştırmanın dayandığı temel varsayımlar katılan kişilerin mülakat sorularına samimiyetle ve gerçeği yansıtacak bir şekilde cevap vermişlerdir. Örneklemi oluşturan kişiler gönüllü olarak seçilmiştir.

## 4. Bulgular

### 4.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Araştırmaya toplam 126 kadın çalışan katılmıştır. Katılımcıların demografik özelliklerine göre dağılımları tablo 1’de yer almaktadır.

*Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri*

Değişken	Kategori	N	%
Medeni Durum	Evli	64	52,5
	Bekâr	58	47,5
	Toplam	122	100
Yaş	20 yaş altı	14	11,1
	21- 30 yaş	56	44,4
	31-40 yaş	36	28,6
	41 yaş ve üzeri	20	15,9
	Toplam	126	100,0
Eğitim Durumu	İlköğretim	18	14,9
	Lise	30	24,8
	Ön lisans	27	22,3
	Lisans	46	38,0
	Toplam	121	100
Aylık gelir	5500 TL ve altı	60	48,4
	5501-10000 TL arası	55	44,4
	10001 ve üzeri	9	7,3
	Toplam	124	100
Çocuk Sayısı	0	65	51,6
	1-2	48	38,1
	3-4	13	10,3
	Toplam	126	100
İşletme Statüsü	5 Yıldız	63	53,4
	4 Yıldız	34	28,8
	3 Yıldız	21	17,8
	Toplam	118	100
Çalışılan Departman	Housekeeping	48	40,0
	Ön Büro	36	30,0
	F&B	15	12,5
	Muhasebe	3	2,5
	Misafir İlişkileri	6	5,0
	Satış	6	5,0
	Diğer	6	5,0
Toplam	120	100	
Turizm Eğitimi	Evet	58	47,5
Alma	Hayır	64	52,5
Toplam	122	100	

Medeni durum değişkeni açısından bakıldığında araştırmaya katılan kadın çalışanların %52,5lik kısmının evli % 47,5lik kısmının bekâr olduğu görülmektedir. Yaş grubu açısından incelendiğinde araştırmaya katılanların büyük çoğunluğunun 21-30 (%44,4) yaş ikinci olarak ta 31-40 yaş (%28,6) aralığında oldukları görülmektedir. Katılımcıların eğitim durumu incelendiğinde çalışmaya en çok katılım gösterenlerin lisans düzeyinde (%38,0) ikinci sırada ise lise düzeyinde (%24,8) olduğu gözlemlenmektedir.

Araştırmaya katılanların aylık gelirleri göz önünde bulundurulduğunda katılım sağlayanların %48,4 ünün aylık gelirinin 5.500 TL (asgari ücret) ve altı gelire sahip olduğu, %44,4 ünün 5501-10.000 TL arasında aylık gelire sahip olduğu ve (%7,3)'lük kısmının ise aylık gelirinin 10.001 ve 15.000 TL arasında olduğu görülmektedir. Katılımcıların çocuk sayısı değişkeni incelendiğinde katılımcıların (%51,6) büyük çoğunluğunun çocuk sahibi olmadığı gözlemlenmektedir. Katılımcıların çalışılan işletme statüsü değişkeni incelendiğinde çalışmaya katılanların %53,4'ünün 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde, (%28,8)'inin 4 yıldızlı konaklama işletmelerinde, (%17,8)'inin ise 3 yıldızlı konaklama işletmelerinde çalıştıkları görülmektedir. Çalışılan departman değişkeni incelendiğinde en fazla katılımcının House keeping(%40,0) departmanında çalıştığı görülmektedir. Katılımcıların turizm eğitimi alma değişkeni incelendiğinde ise %47,5'inin turizm eğitimi aldığı, %52,5'inin ise turizm eğitimi almadığı görülmektedir.

#### **4.2. Kariyer Engelleri Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri**

'Ortalama, bir veri setindeki değerlerin hangi değer etrafında toplandığını göstermektedir. Gözlemlerin ortalamadan ne kadar uzaklaştığının ortaya koymak amacıyla standart sapma verileri kullanılmaktadır' (Çiçek, 2018, s.52). Kariyer engellerine ilişkin boyutları ve bu boyutlarda yer alan maddelere ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 2'te özetlenmiştir.

Tablo 2. Kariyer Engelleri Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Kariyer Engelleri	İfadeler	$\bar{x}$	ss
Cam tavan sendromu	1. Kadın çalışanlar, ataerkil toplum inancı, toplum baskısı ve kültürel yaşantıları sebebiyle üst yönetime geçemeyecekleri düşüncesiyle kendi kariyerlerine engeller koymaktadırlar.	3,00	1,25
Cam uçurum	2. İşletmelerde iflas ve kriz dönemlerinde özellikle kadın çalışanlar yönetime getirilmektedir.	2,65	1,23
Cam yürüyen merdiven	3. Erkek çalışanlar, çoğunlukta olduğu işletmelerde kadınlardan daha hızlı yükselirler.	3,37	1,16
Bambu perde	4. Kadın çalışanlar sosyo-kültürel sebeplerle çalışma hayatından uzak tutulmaya çalışılmaktadır.	3,25	1,23
Sindirella sendromu	5. Kadın çalışanlar, bir gün takdir edileceği düşüncesiyle kariyerlerinde yükselmek için hiçbir şey yapmayarak terfi beklemektedirler.	2,44	1,32
Yapışkan zemin	6. Yetenekli kadın çalışanlar, ev yaşamı ve çocuk balımı gibi nedenlerden ötürü daha düşük seviyedeki işlerde çalıştırılmaktadır.	3,04	1,30
Tokenizm	7. Kadın çalışanlar, erkek çalışanlarla eşit göstermeye çalışılıp, erkek çalışanlar kayırılmaktadır.	3,17	1,26
İmposter sendromu	8. Kadın çalışanlar, başarılı oldukları halde bu durumu başarısızlık korkusu nedeniyle çevrelerine yansıtamamaktadırlar.	2,94	1,27
Kraliçe arı sendromu	9. Üst yönetime geçebilmiş kadın çalışanlar, yerini koruyabilmek adına işletmedeki kadın çalışanlara karşı kötü davranışlar sergilemektedirler.	2,77	1,25
İkili rol yaklaşımı	10. Aile bütçelerine katkıda bulunmak için çalışan kadınlar, evlerindeki sorumluluklarla birlikte zorlanmakta ve arada kalmaktadırlar.	3,81	1,10

Kadınların üst yönetime geçememe nedenlerine bakıldığında kariyer engellerinden en çok ikili rol yaklaşımı engelinin ( $\bar{x}=3,81$ ;  $ss=1,10$ ) yüksek olduğunu, ikinci olarak kadınların cam yürüyen merdiven ( $\bar{x}=3,37$ ;  $ss=1,16$ ) kariyer engeli üçüncü olarak ise bambu perde ( $\bar{x}=3,25$ ;  $ss=1,23$ ) ile karşılaştıklarını söylemek mümkündür. Kadınların daha düşük olarak algıladığı kariyer engelleri ise cam uçurum ( $\bar{x}=2,65$ ;  $ss=1,23$ ) ve sindirella sendromu ( $\bar{x}=2,44$ ;  $ss=1,32$ ) algılarının düşük olduğu söylenebilir.

## Sonuç ve Tartışma ve Öneriler

Çalışma Sakarya ilinde bulunan 3,4 ve 5 yıldızlı otellerde çalışan toplam 126 kadına mülakat tekniği uygulanmıştır.

Ortalama ve standart sapma değerlerine bakıldığında en yüksek kariyer engeli olarak ikili rol yaklaşımı ortaya çıkmıştır.

İkili rol yaklaşımı aile yaşantısı ile iş yaşantısının bağdaştırılmaya çalışıldığı, kadının çalışması ancak işteki konumunun kendisi açısından ikinci planda görmesiyle kabul edilebilir olarak görülmekte ve kadını hem evde hem de erkeğe tabi olarak kabul ederek bunu normal olarak değerlendirmektedir. Bu nedenle hangi vafsa ve niteliğe sahip olursa olsun kadının birinci görevinin ev içi sorumlulukları ve aile ihtiyaçlarının giderilmesi olarak görmektedir (Erdem ve Şahin, 2008, s. 49).

Bu çalışmada da kadınlarla yapılan mülakatlarda kadınlar kendi kariyerleriyle ilgili en fazla engelin ikili rol yaklaşımının olduğu kısaca kadınlar, evlerindeki sorumluluklarla birlikte zorlanmakta ve arada kaldıkları ortaya çıktığı için üst yönetime geçememe nedeni olarak görülmektedir. Çalışmada ikinci yüksek algılanan ifade cam yürüyen merdivendir. Cam yürüyen merdiven olarak tabir edilen bu durum kadınların, kadın mesleği olarak görülen hemşirelik, öğretmenlik gibi çalışma alanlarında üst düzey yönetici olma veya terfi alma yolunda kariyer basamaklarını normal bir merdivenden çıkarken, erkeklerin daha kolay ve daha hızlı bir şekilde yükselmesidir. (Başak, 2009). Erkekler yeni iş yerlerinde kadınlara göre daha fazla sosyalleştirilmekte, teşvik edilmekte ve kadınlara nazaran daha hızlı terfi ettirilmektedir (Kamberidou, 2010). Bu çalışmada da kadınlara yapılan mülakatta otel işletmelerinde erkeklerin kadınlardan daha hızlı yükseldikleri için kadınlar olarak üst yönetime geçememe nedeni olarak ifade edilmektedir. Çalışmada üçüncü olarak yüksek algılanan ifade cam uçurum engelidir.

Kadınların sosyal ve ekonomik yaşamdan ayrı tutulmaları, kadınların sosyal ve ekonomik hayata katılım şansı bulabilseler bile, aileleri ve erkek egemen toplum sebebiyle yükselmediklerini vurgulamak için kullanılmaktadır. Tüm bunlar nedeniyle dünyanın birçok yerinde kadınlar kurban rolüne düşmeyi reddederek kendileri için fırsat yaratmakta ve girişimci olmaktadır. (Tan, 2018, s.550).

Yapılan mülakatlar sonucunda otel işletmelerinde çalışan kadınlar toplum tarafından ekonomik ve sosyal hayata katılmamaları gibi bir düşüncenin üst yönetim geçmek için bir engel olduğunu fark etmişlerdir.

“Turizm sektöründe görev yapan kadınlar hangi kariyer engelleriyle sıklıkla karşılaşmaktadır?” Araştırma sorusunun cevabına bakıldığında

otel işletmelerinde çalışan kadınların kariyer engellerinden en yüksek ikili rol yaklaşımı, cam yürüyen merdiven ve bambu perde engelleri çalışan kadınların üst yönetime geçememeleri nedeniyle maruz kaldıkları engellerdir. Otel işletmelerinde çalışan kadınlarda aile bütçesine yardım ve kadının işteki yerini ikinci planda görmesi, erkek çalışanların kadınlara oranla hızlı bir şekilde yükseldikleri ve kadınların ekonomik ve sosyal yaşamdan ayrı tutulmasını isteyen kişiler nedeniyle kadınların çalışma hayatından uzak tutulmaya çalışıldıklarını yapılan mülakatlar sonucunda ortaya çıkmıştır. Bunun neticesinde aile ve iş yaşamının erkek ve kadın açısından eşitlenmesi, daha esnek çalışma saatleri, azaltılmış çalışma saatleri, işletmelerde personel alımlarında önyargı yapılmaması, kadın ve erkeklere liyakat usulünce davranılması, kadınlara ekonomik ve sosyal hayatta daha fazla yer verilmesi gerekmektedir.

## Kaynakça

- Akbaş N. & Taner B. (2017). Yönetim ve Cinsiyet: Cam Uçurumun Ötesi. *LEÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 8, (193-204).
- Başak, S. (2009). Cam Tavanlar, *KÖK Araştırmalar KÖK Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, XI(2),119- 132.
- Bayat İ. & Pırıldar B. (2021). Toplumsal Cinsiyet Ayrımcılığının Yarattığı Engeller: Çalışma Yaşamında Var Olmaya Çalışan Kadın. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(3), 745-762.
- Biner S. (2022). *Çalışma yaşamında cam tavan sendromu: Trakya üniversitesi idari personel örneği*. (Yüksek Lisans Tezi, 630115). Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı, Edirne.
- Çelik C. & Mavi G. (2019). *Kadın Yöneticilerde Cam Tavan Sendromu ve Cam Uçurum Olgusu*. E. Kaygın (Ed.) ve Y. Zengin (Ed.). Kariyer Temel Kavramlar, Yönetimi, Güncel Konular İçinde (237-257). Eğitim yayınevi, Konya.
- Çiçek, E.U. (2018). *Tanımlayıcı İstatistikler*. (Ed. Ş. KALAYCI) SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikler (içinde). Ankara: Dinamik Akademi.
- Durmaz Ş. (2016). İşgücü Piyasasında Kadınlar ve Karşılaştıkları Engeller. *Abi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 2(3),37-60.
- Erdem, Z. & Şahin, L., (2008), Ev Hizmetlerinde Yabancı İşgücü İstihdamı, *Kamu-iş Dergisi*, 10(2), 43- 78.
- Gürbüz, S. & Şahin, F. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Kamberidou, I. (2010). The “GlassEscalator” & “GenderFatigue”: Getting Gender Back On The Agenda ,*The 5th International Conference on Interdisciplinarity in Education ICIE’10 June 17-19, Tallinn, Estonia*, 89-98.
- Karaca, A. (2007). *Kadın yöneticilerde kariyer engelleri: cam tavan sendromu üzerinde uygulamalı bir araştırma*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi (217549), Konya.
- Karakuş H. (2014). Kraliçe Arı Sendromu-Pembe Taciz. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(1), 334-356.
- Karacioğlu F. & Leblebici Y. (2014). Kadın Yöneticilerde Kariyer Engelleri: Cam Tavan Sendromu Üzerine Bir Uygulama. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 28(4), 1-20.
- Kazar E.N. (2016). *Uluslararası kuruluşlar açısından çalışma hayatında toplumsal cinsiyet eşitliği politikaları ve Türkiye’de çalışma hayatında yansımaları*.

- (Yüksek Lisans Tezi), Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı, Yalova.
- Kocacık, F. & Gökçaya, V. B. (2005). Türkiye’de Çalışan Kadınlar ve Sorunları. *CÜ İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, 6(1), 195-219.
- Korkmaz, H. (2016). Yönetimde Kadın Ve Cam Tavan Sendromu. Central And Eastern European Online Library (2).
- Kulich C. & Ryan M.K. (2017), *TheGlassCliff*. Oxford ResearchEncyclopedia Of Business and Management.
- Kulualp H.G. (2015). Stratejik İnsan Kaynakları Yönetiminde Cam Tavan Sendromu Engellerini Aşmak. *Kamu-İş*. 14(1), 99-123.
- Mizrahi, R. & Aracı, H. (2010). Kadın Yöneticiler ve Cam Tavan Sendromu Üzerine Bir Araştırma. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(1), 149-156.
- Özkan, E. (2020). Cinsiyete Dayalı Mesleki Ayrımcılık: Cam Tavan ve Kraliçe Arı Sendromu. *Sosyolojik Düşün*, 5(2), 127-138.
- Öztürk, Z. & Bilkay, T. A. (2016). Türkiye Kamu Hastaneleri Kurumunda Çalışan Kadınların Kariyer Engelleri ve Cam Tavan Sendromu Algıları. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(6), 89-102.
- Tahtalıoğlu, H. (2016). Türkiye’de Yükseköğretim Kurumlarında Cam Tavan Sendromunun Kadınlar Üzerindeki Etkileri. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2), 89-105.
- Tan J. (2008). Breakingthe ‘BambooCurtain’ AndThe ‘GlassCeiling’: TheExperienceof WomenEntrepreneurs İn High-Techİndustries İn An Emerging Market. *Journalof Business Ethics*, 547-564.
- Tükel Türk, Ş.A. & Perçin, N.Ş. (2008). Turizm Sektöründe Kadın Çalışanların Karşılaşmış Oldukları Kariyer Engelleri Ve Cam Tavan Sendromu: Cam Tavanı Kırma Yönelik Stratejiler. *Yönetim Bilimleri Dergisi* (6:2).
- Ünlü, B.A. (2014). *Kadınların kariyer engelleri ile kariyer tatmini ve yaşam doyumu ilişkisi*. (Yüksek Lisans Tezi). Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı (364900), Burdur.
- Vachon, C. J. (2014). Tiaras, Queen Bees, İmpostorsAndThe Board Room: Lean İn &Women İn CorporateGovernance. *J. Bus. &Tech. L.*, 9, 279-292.
- Williams, C. L. (1992). TheGlassEscalator: HiddenAdvantagesFor Men İn The “Female” Professions. *Socialproblems*, 39(3), 253-267.
- Yenici H. (2018). *Yöneticilik sendromları ve cam tavan sendromunun örgütlerde uygulanmasına (İstanbul vakıf üniversiteleri kadın akademik personeline) yönelik bir uygulama..* İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi (736762).
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2013). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.



- Yıldız, S. (2017). Toplumsal Cinsiyetin Şirketlere Yansımada Ortaya Çıkan Ayrımcılık Kavramlarının Ardılları Üzerine Bir Model Önerisi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(1), 121-138.
- Yorgun, S. (2010). Sömürü, Koruma Ve Pozitif Ayrımcılıktan Çalışma Hayatının Egemen Gücü Olmaya Doğru Kadınlar: 21. Yüzyıl ve Pembeleşen Çalışma Hayatı. *Sosyoekonomi*, 168-190.

# Kız Öğrencilerde Wellness Farkındalığının Artırılması ve Aktif Yaşam Tarzının Geliştirilmesi: Deneysel Bir Çalışma

Güliz Coşkun<sup>1</sup>

Eminsafa Dilmaç<sup>2</sup>

## Özet

### Amacı

Bu çalışmanın amacı 12-17 yaş aralığındaki kız öğrencilerin yaşadıkları boş zaman engellerini tespit etmek ve bu yaş grubundaki kız öğrencilerin ‘wellness’ konusundaki farkındalığını artırıp içsel engelleri aşmalarını sağlamak için etkili yöntemler geliştirmektir.

### Araştırma Yöntemi

Araştırma deneysel nitelikte olup, nitel ve nicel yöntemler bir arada kullanılmıştır. Güvenilir ve geçerli veriler elde etmek için veri üçgenleme yöntemi kullanılarak mülakat, anket ve gözlemlere dayalı analiz teknikleri uygulanmıştır. Araştırma grubu için farklı sosyo-ekonomik düzeylere ve kişilik yapılarına sahip öğrencilerin seçilmesine özen gösterilmiştir. Elde edilen nitel veriler, nVivo programı kullanılarak analiz edilecektir. Nicel veri analizi SPSS paket programı kullanılacaktır. Ayrıca, eğitim sırasında çekilen fotoğraflar ve videolar görsel analiz teknikleri ile incelenecek, araştırmacıların notları ise nitel veri analiz programı ile değerlendirilecektir.

### Bulgular

12-17 yaş aralığındaki kız öğrenciler boş zaman aktivitelerine katılmalarında yaşanan içsel engelleri aşma açısından eğitim programı olumlu etkiler göstermiştir. Uygulanan eğitim programı sonucunda kız öğrencilerin

1 Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Türkiye, gulizc@subu.edu.tr

2 Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Türkiye, eminsafadilmac@subu.edu.tr

'wellness' kavramı konusunda farkındalığında artış göstermekle birlikte, içsel engellerle baş etme konusunda da iyileşme görülmüştür.

### **Sonuç ve Öneriler**

Proje kapsamında gerçekleşen teorik eğitim ve fiziksel aktivitelerin, fiziksel, ruhsal, sosyal ve zihinsel açıdan kız öğrencilerin wellness düzeylerinin gelişmesine katkı sağladığı, rekreasyon, fiziksel aktivite ve sağlıklı beslenme bilincinin oluşmasına olumlu fayda sağlayacağı söylenebilir. Bu bağlamda kız öğrencilerinin wellness bilincinin artırılması amacıyla genç yaştan itibaren rekreasyon eğitimlerinin verilmesi önerilmektedir.

### **Orijinalligi/değeri**

Literatürde kız öğrencilerin wellness bilincini artırmaya yönelik yapılan deneysel çalışmaların yeterli olmadığı gözlenmiştir. Bu araştırmanın deneysel nitelikte olması ve literatürdeki önemli bir boşluğu doldurması, araştırmanın özgün değerini ortaya koymaktadır.

## **1. Giriş**

Türk toplumunda son yıllarda boş zaman etkinliklerine artan ilgi, rekreasyon sektörünün büyümesine ve toplumun rekreasyon farkındalığının artmasına zemin hazırlamıştır. Yerel yönetimler, spor etkinliklerini teşvik etmek adına parklar düzenlemektedir. Buna ek olarak devlete ait sanat ve mesleki eğitim merkezleri ile spor, kültür, sanat ve eğitim alanında etkinlik tabanlı dersler sunarak kamusal rekreasyon alanında önemli adımlar atılmaya başlanmıştır. Bunun yanı sıra Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 2018 yılında hazırlanan raporlara göre, 2000 yılından 2018 yılına kadar tiyatro salonu sayısı %600 artmış olsa da, seyirci sayısı sadece %190 artarak 2,5 milyondan 7,8 milyona çıkmıştır (TÜİK, 2018a). Opera ve bale salonu sayısı iki katına çıkmıştır, ancak seyirci sayısındaki artış yaklaşık %45'tir (TÜİK, 2018b). Sinema salonu sayısı altı katına çıkmış ve seyirci sayısı dört kat artmıştır (TÜİK, 2018c). Bu raporlar, sosyal ve kültürel etkinliklere katılımın, etkinlik sayısındaki artışla paralel olmadığını göstermektedir. Spor kulüplerinin sayısı 2007'den 2014'e %53 artarken (TÜİK, 2014a), aynı dönemde lisanslı sporcu sayısı %98 artarak, 1,621,349'dan 3,219,324'e çıkmıştır (TÜİK, 2014b). Bu veriler, profesyonel olarak sporla uğraşan kişi sayısında bir artış olduğunu göstermektedir. Sağlık Bakanlığı raporuna göre ise, Türk toplumunda obezite oranı erkeklerde %20, kadınlarda %41, beş yaşın altındaki çocuklarda %8,5 ve 6 ila 18 yaş grubunda %8,2'dir (Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı, 2010). Türkiye'de obezite oranının önemli bir sağlık sorunu olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda, rekreasyonel etkinliklere katılım oranındaki değişimle ilgili güncel istatistiklere ulaşmak zorlu bir görev haline gelmektedir.

Bu bilgilere dayanarak, Türklerin boş zamanlarında daha az aktif etkinlikleri tercih etmeleri, özellikle gençlerin bilgisayar veya telefon gibi teknolojik aletlerle daha fazla zaman harcamaları, sedanter bir yaşam tarzını benimsemelerine yol açmakta ve yüksek obezite oranlarının temel nedenleri olarak kabul edilebilir. Bu durumun önüne geçebilmek adına özellikle obezite oranının daha yüksek olduğu kadınlar ve gençlere yönelik fiziksel aktivite içeren çeşitli boş zaman etkinliklerinin planlanması ve uygulanması gerekmektedir. Türkiye’de yapılan bir çalışma, boş zaman aktivitelerine yönelik engellerin kişilerin yaşam tatminini olumsuz etkilediğini göstermiştir (Turan, Gülşen ve Bilaloğlu, 2019). Diğer yandan, boş zaman etkinliklerine katılan kişilerin yaşamlarından daha fazla tatmin elde ettikleri gözlemlenmektedir (Yerlisu, Ağyar ve Bahadır, 2012). Bu nedenle, rekreasyon etkinliklerine katılımı sınırlayan engellerin tanımlanması ve azaltılması, daha mutlu ve sağlık bilincine sahip bir toplumun oluşması açısından büyük öneme sahiptir.

Crawford ve Godbey (1987), boş zaman etkinliklerine katılımındaki ana engelleri içsel, kişilerarası ve yapısal faktörler olarak üç ana kategoride incelemiştir. İçsel engeller, kişinin kendi psikolojisiyle ilgili engellerdir. Kişilerarası engeller, insanlar arasındaki ilişkilerden kaynaklanan engellerdir. Yapısal engeller ise insanların etkinliklere katılımını sınırlayan fiziksel faktörlerdir. Boş zaman engelleri teorisi ortaya atıldığından bu yana farklı ülkelerden birçok araştırmacının ilgisini çekmiştir. Literatürde boş zaman engellerinin cinsiyet, (Adam, Hiamey ve Afenyo, 2015; Brown, Brown, Miller ve Hansen, 2001; Coble, Selin ve Erickson, 2003; Koca, Henderson, Aşçı ve Bulgu, 2009) ve motivasyon (Hubbard ve Mannell, 2001; Koçak, 2017b) gibi değişkenlerle birlikte incelendiği görülmektedir.

İnsanların iş ve sosyal sorumlulukları dışında kalan zamanlarını değerlendirmesi, yaşam kalitesi açısından büyük bir öneme sahiptir. Bireylerin yaşam kalitesi artmadığı sürece, toplumun genel yaşam kalitesinin geliştiğinden söz etmek mümkün değildir. Toplum, sonuçta bireylerin bir araya gelmesiyle şekillenmektedir. Bu nedenle, Türk ailelerinin boş zamanlarını nasıl değerlendirdikleri, aktif bir yaşam sürdürebilmeleri için karşılaştıkları engelleri tanımlamak ve çözüm önerileri sunmak için detaylı ve kapsamlı bir araştırmaya ihtiyaç vardır. Özellikle daha önceki çalışmalar, kadınların bu konuda daha fazla zorluk yaşadığını göstermektedir. Kadınları bu konuda bilinçlendirmek ve küçük yaşlardan itibaren boş zamanlarını daha verimli bir şekilde değerlendirebilmeleri için rehberlik etmek, sadece kendi yaşam kalitelerini artırmakla kalmayıp aynı zamanda yetiştirecekleri çocukların yaşam kalitesini de olumlu yönde etkileyebilir.

Bu bilgiler çerçevesinde bu araştırmanın 12-17 yaş aralığındaki kız öğrencilerin yaşadıkları boş zaman engellerini tespit etmek ve bu yaş grubundaki kız öğrencilerin ‘wellness’ konusundaki farkındalığını artırıp içsel engelleri aşmalarını sağlamak için etkili yöntemler geliştirmektir.

## 2. Literatür Taraması

### 2.1. Türk Toplumunda Boş Zaman Aktivitelerine Katılımı ve Engeller

Türk toplumunda, yapılandırılmış boş vakit aktiviteleri gelişmiş ülkelerde olduğu kadar yaygın değildir. Çeşitli çalışmalar, Türkler arasında en yaygın boş zaman etkinliğinin evde televizyon izlemek gibi kapalı mekânlarda pasif olarak yapılan aktiviteler olduğunu desteklemiştir (Ekinci, Kalkavan, Üstün ve Gündüz, 2014; Erkip, 2009; Gürbüz ve Henderson, 2014; Hacıoğlu, Avcıkur, Ilban ve Sapar, 2005). Üniversite öğrencileri arasında tercih edilen en yaygın boş zaman etkinlikleri ev içi aktiviteler, spor, sosyal etkinlikler, kültürel aktiviteler, eğitici etkinlikler, açık hava rekreasyonu ve turizm ve seyahat faaliyetleri gelmektedir (Gürbüz ve Henderson, 2014).

Türkiye’de boş zaman etkinliklerine ilişkin yapılan çalışmaların çoğunluğu öğrencileri dikkate almıştır. Öğrencilerin karşılaştığı boş zaman etkinlikleri engelleri arasında tesis eksikliği, maddi sıkıntılar gibi yapısal engeller öne çıkmaktadır (Gürbüz ve Henderson, 2014). Diğer bir çalışmada ise öğrencilerin içsel ve kişilerarası engellerin, yapısal engellere göre daha baskın olduğu bulunmuştur. İlgili eksikliği en yaygın içsel engel olarak sıralanırken, sosyal çevre eksikliği ve arkadaş eksikliği bu sıralamayı takip etmektedir. Yapısal engeller arasında ise tesis eksikliği ve zaman sıkıntısı en son sıralarda yer almaktadır (Demirel ve Harmandar, 2009). Engellerin ciddiyeti, kişilerin yaşadığı bölgeye veya şehre göre değişebilir. Ülke genelinde yapılan bir araştırma, doğu bölgelerinde yaşayan öğrencilerin daha fazla engel yaşadığını göstermektedir (Ayhan vd., 2018). Ayrıca boş zaman etkinliğinin içeriği de dikkate alınması gereken bir faktördür. Örneğin, bisiklet ve rafting gibi beceri gerektiren etkinliklere katılmada daha önce deneyim sahibi olmanın olumlu bir etkisi olduğu gözlenmiştir (Albayrak, Caber ve Crawford, 2007). Gelir düzeyi ise öğrencilerin etkinliklere katılımını etkileyen önemli bir diğer faktördür (Ekinci vd., 2014; Özşaker, 2012). Üniversitelerin öğrencilere boş zaman etkinlikleri için sunulan imkânların yetersiz olduğu yapılan çalışmalar tarafından desteklenmiştir. Spor salonu üyeleri arasında yapılan bir çalışma, fiziksel aktiviteler katılımdaki temel engellerin içsel olduğunu göstermiştir (Koçak, 2017a). Spor salonlarına giden insanların kişilerarası ve yapısal engellerle karşılaşmamları beklenirken, engelleri daha iyi anlayabilmek için

boş zaman etkinliklerine katılmayan kişilerin davranışlarının incelenmesi gerekmektedir. Boş zaman etkinliklerine katılanlar ve katılmayanlar arasında yapılan bir çalışma, boş zaman etkinliklerine katılım engellerinin uygun arkadaş bulamama ve ilgi eksikliği olarak ortaya çıktığını göstermiştir (Kara ve Özdeoğlu, 2017). Ayrıca, düşük gelir seviyesine sahip bireylerin boş zaman etkinliklerine erişimlerinin sınırlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Ustun, Ersoy ve Bişgin, 2017). Türkiye’de milli parkları ziyaret etmek yaygın bir boş vakit etkinliği olmasına rağmen, bu konuda yapılan araştırmalar sınırlı olduğu dikkat çekmektedir. Çetinkaya ve diğerlerinin (2018) tarafından Antalya’da yapılan bir çalışmada, Türklerin milli parkları ziyaret ederken en büyük engellerin bilgi eksikliği, tesis eksikliği, ulaşım ve maddi sorunlar olduğunu tespit edilmiştir. Ayrıca evli bireylerin bekâr bireylere, 65 yaş ve üzerindeki gençlere ve düşük eğitim seviyesine sahip olanların yüksek eğitim seviyesine sahip olanlara göre daha fazla engel yaşadığı bulguları da vurgulanmıştır. Sonuç olarak, Türkiye’de yaşayan bireyler, faaliyetlerine, yaşadıkları yere ve gelir düzeylerine bağlı olarak içsel, kişilerarası ve yapısal engellerle karşılaştığı söylenebilir.

Turan, Gülen ve Bilaloğlu (2019), işçi ve memur olarak çalışan 190 kadının yaşam doyumu ile boş zaman engelleri arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmanın sonuçlarına göre, boş zaman engelleri ile yaşam doyumu arasında negatif bir ilişki olduğunu bulmuşlardır. Ayrıca, yaşam doyumu ile birey psikolojisi, bilgi eksikliği ve ilgi eksikliği alt boyutlarında düşük ve negatif bir ilişki olduğu gözlemlenirken, tesis eksikliği, arkadaş eksikliği ve zaman eksikliği alt boyutlarında anlamlı bir ilişki saptanmamıştır. Bu sonuçlar, kadınların boş zamanlarını etkileyen faktörlerin, ilgi eksikliği ve bireyin psikolojik durumundan kaynaklandığını göstermektedir. Kaya (2011), beş farklı üniversitede gerçekleştirdiği araştırmada, üniversitedeki tesis ve olanakların yetersizliği nedeniyle öğrencilerin rekreatif etkinliklere katılmadığını bulmuştur. Serdar (2021) tarafından yapılan çalışmada fitness merkezini kullanan bireyler üzerinde yaptığı çalışma sonuçlarına göre, bireylerin serbest zaman aktivitelerine katılımını engelleyen en önemli faktörün “tesis” olduğu oraya çıkmıştır. Demirel ve Harmandar (2009) ve Koçak (2017) katılımçıların serbest zaman aktivitelerine katılımını engelleyen en önemli faktörün diğer benzer şekilde tesis eksikliği olduğu ifade edilmiştir. Emir, Küçük Kılıç, Gürbüz ve Öncü’nin (2022) Türk kadınlarının serbest zaman aktivitelerine katılımını incelediği çalışma, en önemli serbest zaman engelinin para, tesis, sosyoekonomik seviye, etnik yapı ve cinsiyetle ilişkilendirilen “yapısal engeller” olduğunu gösterirken, en az önemli faktörün ise insan ihtiyaçları, geçmiş deneyimler ve tutum ve inançlarla ilişkilendirilen “kişiler arası engeller” olduğunu ortaya koymuştur. Akyol ve Akkaşoğlu

(2020), üniversite öğrencileri üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada, boş zaman etkinliklerine katılımı etkileyen en önemli faktörün tesis donanımının yetersizliği olduğunu vurgularken, diğer önemli etkenlerin sağlık problemleri, etkinlik zamanının uygun olmaması ve ev yakınında imkânların bulunmaması olduğunu tespit etmişlerdir. Bu çalışmalar, boş zaman aktivitelerine katılımı engelleyen faktörlerle ilgili bulguları destekler niteliktedir ve daha önceki çalışmaların sonuçlarını doğrular niteliktedir (Çolakoğlu, 2005; Emir, 2012; Gürbüz, Karaküçük ve Sarol, 2010; Öztürk, 2016).

## 2.2. Boş Zaman Engelleri ve Cinsiyet

Boş zaman aktivitelerine katılımın önündeki engeller konusunda önemli bir değişkenin cinsiyet olduğu bilinmektedir. Çerez'in (2014) kadın polislerin rekreasyon etkinliklerine katılımı ve boş zaman engellerini incelediği çalışmasında 68 kadın polisten veri toplanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, kadın polislerin haftada 4 saatten az bir süreyi aktivitelere ayırabildiği gözlenmiştir. Haftalık rekreasyon aktivitelerine katılım süresine göre bakıldığında ise evli kadınların haftada 5 saatten fazla katılım oranının bekarlara göre daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Yılmaz ve Ulaş'ın (2016) 8 katılımcıyla gerçekleştirdiği nitel çalışmada, kadınların rekreatif aktivite alanlarında spor yaparken fiziksel ve çevresel uygun koşullara sahip olmamalarının kadınların bu tür aktivitelere sınırlı katılımına neden olduğunu belirtmiştir. Aktivite alanlarının fiziksel ve çevresel olarak uygun olmamasının, kadınların bu aktivitelere sınırlı katılımına neden olduğu sonucuna varılmıştır. İkinci ve diğerlerinin (2014) katılımcıların boş zaman engellerini cinsiyetlerine göre incelediği çalışma, "bilgi eksikliği", "arkadaş eksikliği" ve "zaman" alt boyutlarında anlamlı farklılıklar olduğunu göstermiştir. Bu sonuçlara göre, çalışmaya katılan kadın katılımcıların boş zaman etkinlikleri ve bu etkinliklerden sağladığı faydalar konusunda yeterince bilgi sahibi olmadıkları, arkadaş ve zaman eksikliği yaşadıkları sonucuna varılmıştır. Solakumur, Özen, Yıldız ve Ünlü'nün (2019) üniversite öğrencilerinin boş zaman engellerini incelediği çalışmanın sonuçlarına göre, cinsiyet ve bölüm değişkenine göre ölçek alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı farklar bulunmuştur. Bu sonuçlara göre, çalışmaya katılan kadın katılımcıların boş zaman etkinlikleri ve katkılarında yeterince faydalanamadıkları, tesis ve hizmetlerden yararlanamadıkları, zaman ve ilgi eksikliği yaşadıkları söylenebilir.

İçsel engeller genellikle kendine güven sorunundan kaynaklanır ve verilen derslerde kız öğrencilerin belli hareketleri yapabildiklerini görmeleri içsel engelleri aşmalarına yardımcı olacaktır. Ödül sistemi ile de bu desteklenecektir. Böylece kız öğrenciler günlük hayatlarında da özgüven

artışıyla birlikte aktivitelere katılma oranları artacak. Hatta kendi aralarında aktivite düzenleyebilecek hala geleceklerdir.

### 2.3. Rekreasyon Farkındalığı

Rekreasyon amaçlı yapılan spor aktivitelerinin bireyler üzerinde sosyal, psikolojik, fiziksel ve zihinsel çeşitli olumlu etkileri bulunmaktadır. Bireyin gelişimi için özellikle ortaokul ve lise yaşlarının rekreasyonel aktivitelere katılımı değerlendirilmesi oldukça önem arz etmektedir. Bireyler rekreasyon aktivitelerine katılırken çeşitli engellerle karşı karşıya kalabilirler. Bunun yanında katılımı etkileyebilecek bir diğer unsur ise rekreasyon farkındalığıdır. Bireyin katıldığı aktiviteden olumlu bir rekreasyon deneyimi yaşayabilmesi için etkinliğin kendisine sağlayacağı risk veya faydaların farkında olması gerekmektedir. Bu faydalar haz/eğlence, sosyal/başarı ve kendini gerçekleştirme boyutları etrafında toplanabilir (Ekinci ve Özdilek, 2019). Katılımcı öncelikle aktivitenin kendisine sağlayacak potansiyel katkısının farkında varmalıdır (Barnett, 2005). Bilişsel bir süreç olan farkındalığın çeşitli rekreasyon eğitimleri ile artırılmasını sağlamak bireyde bilinç disiplini oluşturacaktır. Katılacağı aktivitenin kendisine nasıl bir yarar sağlayacağını bilmeyen bir kişi aktiviteye katılım sürecinde yeterince motivasyona sahip olamayacağı söylenebilir. Özellikle ortaokul ve lise çağındaki öğrenciler için rekreasyon fayda farkındalığının artırılması çeşitli rekreasyon eğitimleri ile teorik ve uygulama alanında desteklenmelidir.

Bu araştırmada bağımsız değişken eğitim programı olup, bağımlı değişkenler ise wellness farkındalığı ve içsel engellerle baş etme becerileridir. Bu bağlamda araştırma hipotezleri aşağıdaki gibi belirlenmiştir:

*H<sub>0</sub>: 12-17 yaş aralığındaki kız öğrenciler boş zaman aktivitelerine katılmalarında engel yaşamamaktadır.*

*H<sub>1</sub>: 12-17 yaş aralığındaki kız öğrenciler boş zaman aktivitelerine katılmalarında içsel, kişilerarası ve yapısal engelleri yaşamamaktadır.*

*H<sub>2</sub>: Uygulanan eğitim programı sonucunda kız öğrencilerin 'wellness' kavramı konusunda farkındalığında bir değişiklik olmamıştır.*

*H<sub>2</sub>: Uygulanan eğitim programı sonucunda kız öğrencilerin 'wellness' kavramı konusunda farkındalığında artış olmuştur.*

*H<sub>3</sub>: Uygulanan eğitim programı sonucunda kız öğrencilerin içsel engellerle baş etme becerileri bir değişiklik olmamıştır.*

*H<sub>3</sub>: Uygulanan eğitim programı sonucunda kız öğrenciler içsel engellerle baş etme becerileri artmıştır.*



### 3. Yöntem

Bu araştırma deneysel nitelikte olup nitel ve nicel yöntemler bir arada kullanılmıştır. Toplanan verinin güvenilirlik ve geçerliliğini sağlamlaştırmak adına veri üçgenlemesi yöntemi kullanılmak suretiyle mülakat, anket ve gözlemlere dayalı analiz tekniği uygulanmıştır. Veri üçgenlemesi bir veri toplama yöntemi ile toplanan verilerin güçlendirilmesi ve bu verideki eksikliklerin başka yöntemlerle toplanan verileri ile tamamlaması tekniğidir (Creswell, 2007). Nitel yöntem kullanılması araştırılan konunun derinlemesine incelenmesine olanak vermekle birlikte nicel yöntem verilerin sayısal olarak test edilebilmesine imkân vermiştir. Ayrıca deneysel yöntem sayesinde katılımcıların zaman içerisinde boş zaman engelleri, rekreasyon farkındalığı ve motivasyon açısından değişimlerini gözlemlemek daha da kolaylaşacaktır.

#### 3.1. Veri Toplama Araçları

Araştırmanın veri toplam sürecinde kullanılan anket formu üç kısımda oluşmaktadır. Birinci kısmın amacı boş zaman engellerini ölçme amaçlı sorulardan oluşmaktadır. Bu kısımdaki sorular Alexandris ve Carroll (1997), Hubbard ve Mannell (2001), ve White (2008) tarafından oluşturulan ölçek Türkçeye uyarlanarak uygulanmıştır. Boş Zaman Engelleri Ölçeği 13 ifadeden yer almaktadır.

İkinci kısımda ise Ekinci ve Özdilek (2019) tarafından geliştirilen Rekreasyon Fayda Farkındalığı Ölçeği (RFÖ) kullanılmıştır. Ölçekte toplam 41 ifade vardır. Ayrıca RFÖ Haz/Eğlence, Sosyal/Başarı ve Kendini Geliştirme olmak üzere 3 alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçeklerde ters puanlanan ifade bulunmamaktadır. Ölçeğe verilen cevap 1'den 7'ye kadar 1=kesinlikle katılmıyorum, 7=kesinlikle katılmıyorum şeklinde olmak üzere 7'li likert tipi üzerinden değerlendirilmektedir.

Anket formunun üçüncü kısmında ise araştırmacılar tarafından geliştirilen demografik bilgiler formu yer almaktadır. Bu kısımda katılımcıların devam ettikleri okul, yaş, kardeş sayısı, ailenin aylık geliri gibi sorular yer almaktadır.

#### 3.1. Verilerin Toplanması

Araştırmanın birinci safhasında Sakarya'nın Sapanca ilçesinde bulunan İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü ile iletişime geçilmiş ve gereken izinler alınmıştır. Daha sonra bölgede bulunan Sapanca Anadolu Lisesi ve Kemalettin Sami Paşa Ortaokulu'nun müdürleri ve rehberlik öğretmenleri ile iletişime geçilmiştir. Her bir okulun rehberlik öğretmeninden çalışmaya katılmaya aday olabilecek öğrenciler seçmeleri istenmiştir. Öğrenci seçiminde farklı

ekonomik ve sosyal yapıları farklı olan ailelerden gelen öğrencilerin seçilmesi istenmiştir. Öğrenci seçimindeki bir diğer kriter de kişilik yapısı olarak belirlenmiş ve çalışmaya hem dışadönük hem de içedönük kişilerin katılımı teşvik edilmiştir. Ayrıca çalışmaya katılacak öğrencilerin birbirlerini yakından tanımaması hususuna da dikkat edilmiştir. Rehberlik öğretmenleri listeyi oluşturduktan sonra aileleri tarafından izin formu doldurulan öğrenciler ile görüşülmüştür.

Her bir öğrenci ile süresi 10 ila 20 dakika arasında değişen mülakatlar yapılmıştır. Mülakatlarda öğrencilerin fikirlerini daha özgürce ifade edebilmeleri için yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılmıştır. Bu teknik ile mülakatı yapan kişi birkaç standart soru sorduktan sonra, katılımcının ifadelerine göre mülakatı yönlendirilmiştir. Yarı yapılandırılmış mülakat tekniğinde önceki çalışmalar temelinde kuramsal sorular sorulmuş ve daha sonrasında da katılımcıların kendilerini ifade etmelerine olanak verilmiştir. Ayrıca mülakat için gelen her bir katılımcıya anket uygulanmıştır. Mülakatların tamamlanmasından sonra veriler araştırmacılar tarafından transkript edilmiş ve 10 lise 5 ortaokul öğrencisi olmak üzere 15 öğrenci kontrol grubu için 15 öğrenci de deney grubu için seçilmiştir.

Veri toplamının ikinci aşamasının amacı, kız öğrencilere boş zamanlarını daha etkili bir şekilde değerlendirmenin önemini anlatmak ve içsel engelleri aşmaları için kullanılacak stratejileri belirlemektir. Bu çerçevede, deney grubundaki öğrencilere 14 haftalık bir eğitim programı uygulanmıştır. Eğitimler, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde gerçekleştirilmiştir. Öğrencilere haftada iki saat olmak üzere toplamda 28 saatlik bir eğitim verilmiştir. Programın ilk üç haftasında, uzmanlar tarafından boş zamanın etkili bir şekilde değerlendirilmesi, wellness, aktif ve sağlıklı yaşamın faydaları ve doğru beslenme konularında teorik bilgi sunulmuştur. Geri kalan 11 hafta boyunca, Turizm Fakültesi bünyesinde kurulan spor salonunda öğrencilere uygulamalı fiziksel aktivite dersleri verilmiştir.

Fiziksel aktivite eğitimi kapsamında, doğru nefes alma, ısınma, soğuma, açma-germe, bel, karın ve kalça egzersizleri, denge, ritim, kuvvet, çeviklik, dayanıklılık, koordinasyon, kondisyon hareketleri, hafif ağırlıklarla çalışma gibi evde yapabilecekleri fiziksel egzersizler öğretilmiştir. Ayrıca, bazı haftalarda dışarıdan gelen uzman eğitimcilerin katılımı ile modern dans, halk oyunları, savunma sporları ve yoga konularında başlangıç seviyesinde eğitimler sunulmuştur.

Eğitimler sırasında, öğrenciler iki araştırmacı tarafından gözlemlenmiş ve gözlemler aynı gün kayda alınmıştır. Ayrıca, gözlem için video ve fotoğraf çekimleri yapılmıştır. Program sona erdiğinde, çalışmada ele alınan

değişkenler açısından anlamlı bir farkın olup olmadığını değerlendirmek amacıyla kontrol ve deney grubundaki öğrencilerle anketler ve mülakatlar yeniden yapılmıştır. Programı düzenli olarak tamamlayan her öğrenciye katılım belgesi sunulmuştur.

### 3.2. Verilerin Analizi

Elde edilen nitel veriler, nVivo programı kullanılarak analiz edilecektir. Boş zaman engelleri ve farkındalık konularındaki literatüre dayalı olarak temalar belirlenip, nitel veri bu temalara göre sınıflandırılacak ve analiz edilecektir. Nicel veri analizi için ise, eğitim verilen grup ile eğitim almayan grup SPSS paket programı aracılığıyla istatistiksel analizle karşılaştırılacaktır. Kontrol ve deney grupları arasında boş zaman engelleri ve farkındalık değişkenleri açısından anlamlı bir farklılık olup olmadığını ölçmek için bu iki grup arasında ortalama analizi yapılacaktır. Ayrıca, eğitim sırasında çekilen fotoğraflar ve videolar görsel analiz teknikleri kullanılarak incelenecek, araştırmacıların notları ise nitel veri analiz programlarıyla değerlendirilecektir.

### 4. Bulgular ve Tartışma

Araştırmanın bu bölümünde, rekreasyon aktivitelerine katılım konusundaki engelleri ve rekreasyon farkındalık ortalamalarını incelemek amacıyla kontrol ve deney gruplarının analizleri sunulmaktadır. Tablo 1’de deney ve kontrol grubunun rekreasyonel aktivitelere katılımındaki engel ve rekreasyonel fayda farkındalığı ortalamaları yer almaktadır.

Tablo 1. Deney ve Kontrol Grubu Karşılaştırılması

Deney-Kontrol Grubu Karşılaştırma		Engel Ortalaması	Farkındalık Ortalaması
Deney Grubu	Ön Test	2,45	5,99
	Son Test	2,15	5,75
Kontrol Grubu	Ön Test	2,18	5,78
	Son Test	1,97	5,23

Tablo 1’de deney ve kontrol grubunun ortalamaları karşılaştırılmaktadır. Rekreasyon aktivitelerine katılıma yönelik engeller incelendiğinde, deney grubunun ön test ortalaması  $\bar{x}=2,45$  ve kontrol grubunun  $\bar{x}=2,18$ ’dir. Bu sonuç, deney grubunun araştırmadan önce rekreasyon aktivitelerine katılım engelleri konusunda daha yüksek bir seviyede olduğunu göstermektedir.

Ayrıca, deney grubunun son test engel ortalaması  $\bar{x}=2,15$  ve kontrol grubunun  $\bar{x}=1,97$ ’dir. Bu sonuç, rekreasyon aktivitelerine katılımındaki engellerin kontrol ve deney grubu arasında anlamlı bir farklılık göstermediğini

işaret edebilir. Ancak, henüz ön analize tutulan nitel bulgu ve gözlemler bu sonucun aksini belirtmektedir.

Daha önce yapılan çalışmalarda kadınların erkeklerden daha fazla engel yaşadıkları ortaya çıkmıştır (Solakumur vd., 2019). Bu bağlamda bu çalışma kadınların boş zaman engelleriyle baş etme konusunda rekreasyon eğitiminin faydalı olabileceğini ortaya koymaktadır. Daha önce ortaokul öğrencileri arasında yapılan diğer bir çalışmada kız öğrencilerin eğitim programı sonucunda erkeklere nazaran daha iyi gelişim gösterdikleri saptanmıştır (Caldwell vd., 2004). Bahsedilen çalışmadaki öğrenci sayısının fazla olması ve uzun sürmesi uygulanan programın başarısı açısından olumlu sonuçlar ortaya koymakla birlikte, bu çalışmada uygulanan eğitim programının etkisinin zayıf olabileceğini de gösterebilir.

Rekreasyon farkındalık ortalaması açısından incelendiğinde, deney grubunun ön test ortalaması  $\bar{x}=5,99$  ve kontrol grubunun  $\bar{x}=5,78$ 'dir. Bu bulgu, deney grubunun kontrol grubuna göre daha yüksek bir rekreasyon farkındalığına sahip olduğunu göstermektedir.

Deney grubu rekreasyon farkındalığı son test  $\bar{x}=5,75$ , kontrol grubu ise  $\bar{x}=5,23$ 'tür. Bu bulgular, her iki grubun rekreasyon farkındalık ortalamasında bir düşüş olduğunu ancak uygulamalı eğitim sonrasında deney grubunun kontrol grubuna göre daha yüksek bir farkındalık düzeyine sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Daha önce yapılan çalışmalar Türk insanların rekreasyon aktivitelerine katılımlarının düşük olduğunu göstermiştir (Ekinci vd., 2014; Erkip, 2009; Gürbüz ve Henderson, 2014; Hacıoğlu, Avcıkur, İlban ve Sapar, 2005). Bu çalışmada da hem deney hem de kontrol grubunda rekreasyon farkındalığının düşük çıkması bu çalışmaları destekler niteliktedir. Diğer taraftan yakın zamanda yapılan bir çalışmaya göre liseye giden kız öğrencilerin rekreasyon farkındalığı erkeklerden daha yüksek çıkmıştır (Cöhçe vd., 2022). Öğrencilerin rekreasyon farkındalıklarının azalmasının sebebi olarak programın süresinin yetersiz olması, özellikle lise öğrencilerinin programa katılımlarında istikrarın sağlanamaması gösterilebilir. Engel ortalamalarındaki azalma ise program kapsamında sağlanan imkânların yeterli ve verilen eğitimin bu yönde etkili olduğu söylenebilir.

Araştırmanın ilerleyen aşamasında nicel verilerin detaylı bir analizi gerçekleştirilecektir. Ayrıca, mülakatlar, gözlemler ve görsel içeriklerin analizi tamamlanarak daha genellenebilir sonuçların elde edilmesine olanak sağlanacaktır. Mülakatlar sonucunda öğrencilerin rekreasyon hakkında sınırlı bilgiye sahip olduğu ve çoğunluğunun düzenli rekreasyon aktivitesi yapmadığı tespit edilmiştir. Ancak, gerçekleştirilen sağlıklı ve dengeli beslenme eğitimi ile uygulamalı fiziksel aktivite eğitiminin ardından yapılan

mülakatlarda, öğrencilerin beslenme alışkanlıklarının kısmen düzenlendiği gözlemlenmiştir. Ayrıca, eğitim sonrasında rekreasyon aktivitelerine yönelik farkındalıklarının arttığı, bu aktivitelerin fiziksel, sosyal ve psikolojik faydaları hakkında bilgi sahibi oldukları görülmüştür. Nitel görüşmelerden elde edilen bulgular arasında, bazı öğrencilerin hayatlarında plan ve programın daha fazla yer tuttuğu, çeşitli içsel engellerle başa çıkabilme düzeylerinin arttığı ve sosyalleşme, iyi hissetme ve kendini gerçekleştirme duygularının hâkim olduğu bulunmaktadır.

## 5. Sonuç ve Öneriler

12-17 yaş arasındaki kız öğrencilere uygulanan sportif rekreasyon eğitimi sonucunda öğrencilerin eğitim programından önce rekreasyonel aktivitelere katılımında daha çok engel yaşadıkları ve uygulama eğitimin ardından yaşanan engellerin düştüğü sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç uygulanan eğitim programının rekreasyon aktivitelerine katılımdaki engellerin ortadan kaldırılması açısından etkili olduğunu göstermektedir.

Deney grubunun eğitim öncesinde daha yüksek farkındalığa sahip olup program sonrasında rekreasyon farkındalık düzeylerinin düştüğü görülmektedir. Bu durumun nedeninin eğitim programının rekreasyonel farkındalık yönünden yetersiz olması veya deney grubunun eğitimlere istikrarlı bir biçimde gelip yeterince odaklanmaması ile açıklanabileceği düşünülmektedir. Fakat bu durumun sebebinin farklı araştırmalar ile araştırılması önem arz etmektedir.

Sportif rekreasyon eğitimi almayan kontrol grubunun da rekreasyon aktivitelerine katılımdaki engel ve farkındalık düzeylerinde düşüş meydana gelmiştir. Bunun yanı sıra boş zaman aktivitelerine katılım önündeki engel açısından deney grubunda kontrol grubuna nazaran daha fazla bir düşüş olduğu gözlenmiştir. Bu sonuç ise eğitim programının çalışmanın hedefleri doğrultusunda yeterli olduğunu göstermektedir.

Bu sonuçlara ek olarak araştırmanın mülakat ve gözlem verilerine göre 12-17 yaş aralığındaki kız öğrencilere uygulanan eğitim programının, rekreasyon aktivitelerine katılımın önündeki engel açısından özellikle deney grubundaki öğrencilerin içsel, kişilerarası ve yapısal engelleri daha etkili bir şekilde aşabildiği gözlenmiştir. Nicel verilerin aksine uygulanan eğitim programının sonucunda kız öğrencilerin 'wellness' kavramına yönelik farkındalıklarında pozitif bir artış meydana geldiği ve bu durumun öğrencileri sağlıklı yaşam tarzına, beslenme alışkanlıklarına ve esenliklerine daha fazla dikkat etmelerine teşvik ettiği düşünülmektedir. Ayrıca yeterince sosyal olmayan ve içe dönük öğrencilerin, bu program sayesinde sosyal

esenlik düzeylerinde artış olduğu gözlenmiştir. Fiziksel aktivite yeterliliği düşük olan öğrenciler ise programın sonucunda kas kuvveti, dayanıklılık, çeviklik ve hız gibi fiziksel parametrelerde iyileşme göstermişlerdir. Ayrıca öğrenciler, eğitim süresince okul stresinden uzaklaşmışlar ve ruhsal açıdan rahatlamışlardır. Bu da eğitim programının çıktıları arasındadır.

Bu sonuçlar, rekreasyon, fiziksel aktivite ve sağlıklı beslenme konularındaki eğitim programlarının kız öğrencilerin fiziksel, ruhsal, sosyal ve zihinsel esenliklerini geliştirmeye katkı sağlayabileceğini göstermektedir. Özellikle içsel ve dışsal engelleri aşma becerilerinin geliştirilmesi, rekreasyon farkındalığının artırılması ve fiziksel aktivitenin teşvik edilmesi, genç kızların daha sağlıklı ve dengeli bir yaşam tarzına yönlendirilmesine yardımcı olabilir.

Aykırı davranış gösteren ve sosyal ortamlarda uyum sağlamakta zorluk çeken öğrenciler için farklı oryantasyon programları düzenlenerek öğrencilerin içsel ve kişilerarası engelleri aşmalarına yardımcı olunabilir. Öğrencilere, sosyal etkileşim becerilerini geliştirme ve sosyal aktivitelerde daha fazla yer alma fırsatı sunulabilir. Fiziksel aktivite bakımından çeşitli sporlarda yetenekleri olan öğrencilere, ilgili branşlarda profesyonel destek sağlanabilir. Bu destek, öğrencilerin fiziksel yeteneklerini daha fazla geliştirmelerine ve spor yapmaya olan ilgilerini sürdürmelerine yardımcı olabilir. Benzer araştırmalarda aileler daha fazla programa dâhil edilebilir ve aile ile öğrencilerin birlikte etkin vakit geçirmesi sağlanabilir. Ailelerin bu tür programlara daha aktif katılımı, öğrencilerin sosyal destek sistemini ve aile içi iletişimi güçlendirmelerine olanak tanıyabilir. Araştırma değişkenleri veya katılımcı grubu özellikleri farklılaştırılarak benzer araştırmalar yapılabilir. Bu, daha geniş bir veri yelpazesi oluşturarak bu tür eğitim programlarının etkilerini daha ayrıntılı bir şekilde incelemeye olanak sağlayabilir.

## Kaynakça

- Adam, I., Hiamey, S. E., & Afenyo, E. A. (2015). Leisure constraints in the university setting in Ghana. *Annals of Leisure Research*, 18(1), 145-158.
- Akyol, C., & Akkaşoğlu, S. (2020). Gençlerin boş zamanlarında rekreasyon faaliyetlerine katılım engelleri üzerine bir araştırma (A research on the obstacles for participations in recreation activities of youth in leisure time). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(3), 2072-2089.
- Albayrak, T., Caber, M., & Crawford, D. (2007). Leisure constraints and the pursuit of adventure activities in Turkey. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 18(2), 243-254.
- Alexandris, K., & Carroll, B. (1997). An analysis of leisure constraints based on different recreational sport participation levels: Results from a study in Greece. *Leisure Sciences*, 19(1), 1-15.
- Ayhan, C., Ekinci, N. E., Yalçın, I., & Yiğit, Ş. (2018). Investigation of constraints that occur during participation in leisure activities by high school students: A sample of Turkey. *Education Sciences*, 8(2), 86.
- Barnett, L. A. (2005). Measuring the ABCs of leisure experience: Awareness, boredom, challenge, distress. *Leisure Sciences*, 27(2), 131-155.
- Brown, P. R., Brown, W. J., Miller, Y. D., & Hansen, V. (2001). Perceived constraints and social support for active leisure among mothers with young children. *Leisure sciences*, 23(3), 131-144.
- Caldwell, L. L., Baldwin, C. K., Walls, T., & Smith, E. (2004). Preliminary effects of a leisure education program to promote healthy use of free time among middle school adolescents. *Journal of Leisure Research*, 36(3), 310-335.
- Coble, T. G., Selin, S. W., & Erickson, B. B. (2003). Hiking alone: Understanding fear, negotiation strategies and leisure experience. *Journal of Leisure Research*, 35(1), 1-22.
- Cöhce, B., Duygun, S., Öztürk, E. N., & Kırşanlıoğlu, A. E. (2022). Lise öğrencilerinin rekreasyonel farkındalık düzeylerinin incelenmesi. *Anatolia Social Research Journal*, 1(1), 52-62.
- Crawford, D. W., & Godbey, G. (1987). Reconceptualizing barriers to family leisure. *Leisure sciences*, 9(2), 119-127.
- Creswell, J.W. (2007) *Qualitative Inquiry and Research Design. Choosing Among Five Approaches* (2. Basım), Thousand Oaks, CA: Sage.
- Çerez, M. (2014, Eylül). Antalya merkez emniyet teşkilatında çalışan kadın polislerin rekreasyon etkinliklerine katılımları ve boş zaman engelleri. Uluslararası Toplumsal Cinsiyet ve Spor Sempozyumu, Ankara, Türkiye, 4 - 05 Eylül, s.1.

- Çetinkaya, G., Yıldız, M., & Özçelik, M. A. (2018). Why do so few local people visit national parks? Examining the constraints on Antalya's national parks in Turkey. *Advances in Hospitality & Tourism Research (AHTR): An International Journal of Akdeniz University, Tourism Faculty*, 6(1), 92-110.
- Çolakoğlu, T. (2005). Üniversite öğretim elemanlarının boş zaman alışkanlıklarını değerlendirmeleri üzerine bir araştırma. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25(1), 247-258.
- Demirel, M., ve Harmandar, D. (2009). Üniversite öğrencilerinin rekreasyonel etkinliklere katılımlarında engel oluşturabilecek faktörlerin belirlenmesi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(1), 838-846.
- Ekinci, N. E., & Ozdilek, C. (2019). Investigation of university students' awareness of recreational activities. *International Online Journal of Educational Sciences*, 11(2), 53-66.
- Ekinci, N. E., Kalkavan, A., Üstün, Ü. D., ve Gündüz, B. (2014). Üniversite öğrencilerinin sportif ve sportif olmayan rekreatif etkinliklere katılmalarına engel olabilecek unsurların incelenmesi. *Sportif Bakış: Spor ve Eğitim Bilimleri Dergisi*, 1(1), 1-13.
- Emir, E., Küçük Kılıç, S., Gürbüz, B., ve Öncü, E. (2022). Türk kadınlarının serbest zaman aktivitelerine katılımı: engeller ve kolaylaştırıcılar. *Türkiye Klinikleri Journal of Sports Sciences*, 14(1).
- Emir, E., Öncü, E., ve Gürbüz, B. (2012, Aralık). Rekreatif etkinliklere katılımın önündeki engellerin belirlenmesi: üniversite öğrencileri örneği Examination of constraints to leisure activities in turkish university students. In Proceedings of the 12th International Sport Sciences Congress, Denizli, Türkiye.
- Erkip, F. (2009). Leisure in the Turkish context: A preliminary account. *World Leisure Journal*, 51(4), 275-281.
- Gürbüz, B., & Henderson, K. A. (2014). Leisure activity preferences and constraints: Perspectives from Turkey. *World Leisure Journal*, 56(4), 300-316.
- Gürbüz, B., Karaküçük, S. ve Sarol, H. (2010, Kasım). Rekreasyonel aktivitelerle katılımın önündeki algılanan engel farklılıklarının incelenmesi. 11. Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi, Antalya.
- Hacıoğlu, N., Avcıkurt, C., Ilban, M. O., & Sapaç, V. (2005). Leisure preferences of residents in Nevşehir, a historical city in central Turkey. *World Leisure Journal*, 47(3), 17-27.
- Hubbard, J., & Mannell, R. C. (2001). Testing competing models of the leisure constraint negotiation process in a corporate employee recreation setting. *Leisure sciences*, 23(3), 145-163.
- Kara, F. M., & Özdedeoğlu, B. (2017). Examination of relationship between leisure boredom and leisure constraints. *Sport Sciences*, 12(3), 24-36.



- Kaya, A. M. (2011). Üniversite öğrencilerinin rekreatif faaliyetlere yönelik tutumları ve boş zaman motivasyonlarının bazı değişkenler açısından incelenmesi. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Cumhuriyet Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Sivas.
- Koca, C., Henderson, K. A., Asci, F. H., & Bulgu, N. (2009). Constraints to leisure-time physical activity and negotiation strategies in Turkish women. *Journal of Leisure Research*, 41(2), 225-251.
- Kocak, F. (2017b). The relationship between leisure constraints, constraint negotiation strategies and facilitators with recreational sport activity participation of college students. *College Student Journal*, 51(4), 491-497.
- Koçak, F. (2017a). Leisure constraints and facilitators: Perspectives from Turkey. *European Journal of Physical Education and Sport Science*, 3(10), 32-46.
- Özşaker, M. (2012). Gençlerin serbest zaman aktivitelerine katılmama nedenleri üzerine bir inceleme. *Selçuk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilim Dergisi*, 14(1), 126-131.
- Öztürk, H. (2016). The obstacles affecting shopping center employees' participation in recreational activities. *Journal of Social Sciences*, 47(1), 41-48.
- Serdar, E. (2021). Serbest zaman engelleri ile ilgilenim arasındaki ilişki: fitness merkezi katılımcıları üzerine bir araştırma. *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 49-61.
- Solakumur, A., Özen, G., Yıldız, N.O. ve Ünlü, Y. (2019). Üniversite öğrencilerinin boş zaman engellerinin incelenmesi (Bartın ili örneği). *Türkiye Spor Bilimleri Dergisi*, 3(1), 33-41.
- Turan, E. B., Gülşen, D. B. A., ve Bilaloğlu, M. (2019). Kadın Çalışanların Yaşam Doyumu İle Boş Zaman Engelleri Arasındaki İlişki: Akdeniz Üniversitesi Örneği. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 4(1), 104-114.
- Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı. "Türkiye'de Obezitenin Görülme Sıklığı". <https://hsgm.saglik.gov.tr/tr/obezite/turkiyede-obezitenin-gorulme-sikligi.html>, Erişim: 10 Ekim 2019.
- Türkiye İstatistik Kurumu. "İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflamasına ve yıllara göre spor kulübü sayısı", 2007 – 2014 [http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?alt\\_id=1087](http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?alt_id=1087), Erişim: 10 Ekim 2019.
- Türkiye İstatistik Kurumu. "Opera ve bale salonu, koltuk, oynanan eser ve seyirci sayısı". [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1086](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1086), Erişim: 10 Ekim 2019.
- Türkiye İstatistik Kurumu. "Sezon yılına göre tiyatro salonu, oynanan eser ve seyirci sayısı". [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1086](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1086), Erişim: 10 Ekim 2019.
- Türkiye İstatistik Kurumu. "Sinema, gösterilen film ve seyirci sayısı". [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1086](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1086), Erişim: 10 Ekim 2019.

- Türkiye İstatistik Kurumu. “Yıllara göre federasyonlara bağlı lisanslı sporcu sayısı, 2007-2014”. [http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?alt\\_id=1087](http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?alt_id=1087), Erişim: 10 Ekim 2019.
- Ustun, U. D., Ersoy, A., & Bisgin, H. (2017). An investigation on perceived constraints of teachers in relation to leisure activities. *Turkish Journal of Sport and Exercise*, 19(2), 157-161.
- White, D. D. (2008). A structural model of leisure constraints negotiation in outdoor recreation. *Leisure sciences*, 30(4), 342-359.
- Yerlisu, L. T., Ağyar, E., ve Bahadır, Z. (2012). Yaşam tatmini, serbest zaman motivasyonu, serbest zaman katılımı: beden eğitimi ve spor öğretmenleri üzerine bir inceleme (Kayseri ili örneği). *Sportmetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 10(2), 53-59.
- Yılmaz, A. ve Ulaş, M. (2016). Kadınların rekreatif alanlarda fiziksel aktivite yapma amaçları ve karşılaştıkları sorunlar. *Hacettepe Journal of Sport Sciences*, 27(3), 101-117.



## Kültürel Miras Bağlamında Tarihi Yapılarda Restorasyon Sorunu: İstanbul'da Bir İnceleme

Gülin Yetim<sup>1</sup>

Ümit Şengel<sup>2</sup>

### Özet

#### Amacı

Çalışma İstanbul'da belirlenen yapılarda gerçekleştirilen restorasyon çalışmalarının başarısı üzerine bir inceleme yapılmasını amaçlamaktadır.

#### Araştırma Yöntemi

Nitel araştırma yöntemlerinde yararlanılarak veriler elde edilmiştir. Veri toplama aracı olarak gözlem ve fotoğraf kullanılmıştır.

#### Bulgular

Araştırmaya göre restorasyonun yapılan eserlerin hem dış cephe hem de içi yapı elemanları bakımından aslında uygun olmayan bazı sonuçları olduğu tespit edilmiştir.

#### Sonuç ve Öneriler

Elde edilen görsellerin bazıları yapıların eski görüntüleriyle karşılaştırılarak restorasyonların aslına uygunluğuyla ilgili değerlendirmeler yapılmış ve başarısızlık durumları ortaya konulmuştur.

#### Orijinalliği/değeri

Bütün toplumların ortak değeri olan kültürel miraslar tarihle ve medeniyetlerle ilişkili olarak geçmişten bugüne gelmeyi başarabilmiş önemli eserlerdir. Bu eserleri koruma ve geleceğe aktarabilme bilinci her toplumun hedeflerinden biridir. Ekolojik sebeplerin yanında doğal afetler, savaşlar, insan kaynaklı diğer faktörler bu eserlerin yok olmasına ve tarihten silinmesine sebep olmaktadır.

1 Bağımsız Araştırmacı, Türkiye, gulinyetim@gmail.com

2 Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği, Türkiye, umitsengel@gmail.com

Bu eserleri geri kazanabilmenin en önemli metodu doğru restorasyondur. Ancak gelişen teknoloji, araştırma ve iletişim özgürlüğüne rağmen bazı restorasyon çalışmalarının başarısız olduğu görülmektedir. Bu çalışma yanlış restorasyon çalışmalarının ortaya çıkardığı zararlara dikkat çekmektedir.

## 1. Giriş

Kültürel miras; geçmiş kuşaklar tarafından, döneminin kriterlerini (mimari anlayış, teknoloji) taşıyan, gelecek nesillerin yararına inşa edilen ve korunarak günümüze kadar aktarılan evrensel değerlere sahip eserler/yapılardır (Hafstein, 2012). Kültür varlıkları, tarihi dönemlere ait sosyal yaşama konu olmuş bilimsel ve kültürel açıdan özgün değer taşıyan varlıklardır ve bunlar soyut, somut ve doğal miraslar olarak üç kategoride ele alınmaktadır. Kültürel miras bağlamında soyut miraslara bölgelere göre değişen diller, gelenekler, danslar folklor veya nevrüz gibi örnekler verilebilir (Hou vd., 2022). Somut miraslar taşınabilir ve taşınamaz olarak ikiye ayrılır. Tablo ve heykeller taşınabilir, antik tiyatrolar ve anıtlar taşınamaz eserlere örnek olarak verilebilir (Dönmez ve Yeşilbursa, 2014). Doğal miraslar, coğrafi oluşumlar ve biyolojik çeşitlilik gibi etkenlerden oluşan, kültürel önem taşıyan miraslardır. Türkiye'den Kapadokya ve Adıyaman'daki nemrut dağı bu miraslara örnektir (Murzyn-Kupisz, 2010). Bu sınıflandırmaya sualtı miraslarını da eklenebilir. Batık alanları, su altında bulunan yerleşke ve yapılar da dâhil edilebilir (Bideci, 2014).

Kültürel miras içerisinde tarihi yapılar oldukça önemli bir yere sahiptir. Bu yapılar geçmişten izler taşır ve insanlara geçmiş dönemlerdeki yaşayış biçimi ile ilgili çok değerli bilgiler sunar. Bütün uygarlıkların ortak mirası olan bu değerli eserler ve doğal varlıklar korunmalı, gelecek nesillere aktarılmalı ve tüm dünyaya tanıtılmalıdır. Tüm dünyada tarihi bilincin insanlığa aktarılmasında bu ölçülerde bir çalışma sistemi oluşturulmalıdır (Hall vd., 2016). Kültürel mirasın ve bu bağlamda tarihi yapıların korunması ile ilgilenen önemli kurumların başında UNESCO gelmektedir. UNESCO (2023) Türkiye Millî Komisyonu'na göre kurum 16 Kasım 1945 de Paris'te kurulmuştur. Türkiye Cumhuriyeti, UNESCO'nun 20 kurucu üyesi arasında yer almaktadır. Türkiye'de 77 kültürel, 4 karma ve 3 doğal olmak üzere toplam 84 miras elemanı koruma altına alınmıştır.

Büyük öneme sahip dünya tarihi ve kültürel mirasın elemanları olan yapılar (özellikle somut) çeşitli nedenlerle bozulmakta, yıkılmakta veya yok olmaktadır. Eserlerin tahribatında başta insanlar olmak üzere doğal afet, savaş vb. faktörler sebep olabilmektedir. İlgili somut kültürel miras eserlerinin topluma geri kazandırılması için yapılabilecek başlıca işlemlerden bazıları arkeolojik kazılar, restorasyon ve konservasyon gibi işlemlerdir

(Vecco, 2010). Buradaki en temel unsur ise eserlerin mümkün olduğunca aslına uygun bir Şekilde yenilenerek geleceğe taŐınmasıdır.

Kültürel mirasın sürdürülebilirliğiyle ifade edilen faaliyetlerden en önemlisi restorasyondur. Restorasyon işlem amacı itibariyle önemli bir olaya, duruma, döneme Őahitlik etmiş tarihi yapıların, özüne en yakın olarak orijinal malzemeleri ve döneminin yapılış tekniği kullanılarak, yapılabilecek en az müdahale ile eserin özünü kaybetmeden onarılması ve topluma uzun vadede geri kazandırılmasıdır (ztrk vd., 2021). Restorasyonun tarihi yapılarda önemi çok büyüktür. Yapılacak restorasyon çalışmasının olumlu ve olumsuz sonuçları kültürel mirasın korunması ve geleceğe aktarılması birbiriyle bağlantılıdır.

Restorasyon yalnızca yapılardaki hasar görmüş kk detayların onarılması değil, aynı zamanda büyük müdahalelerde gerektirebiliyor. Bu çalışmaların doğruluğunun kanıtlanmış verilere, eserlerden alınan izlerle, aksonometrik çizimlerle, fotoğraf gibi belgelere dayanarak doğru malzeme ve teknikler ile yapılması Őarttır. Bu süreçte yapıların hasar alma nedenleri araŐtırılıp teŐhis konulduktan sonra, bozulmanın engellenmesi ve yapının korunması için gereken müdahaleler yapılmalıdır. Restorasyonla yenilenen eserlerin geleceğe taşınması sürecinde ise turizm aktif bir rol üstlenmektedir (Kler, 2009). Bununla birlikte, turizmin sürdürülebilirliği konusunda da kültürel varlığı korumanın önemli bir payı vardır. Bu bilgiler ışığında, çalışmada kültürel mirasın ve turizmin sürdürülebildiği için önemli bir yer sahip olan restorasyon süreçlerinin başarısızlığı sonucu ortaya çıkan olumsuz görüntünün incelenmesi amaçlanmaktadır.

## 2. Literatür Taraması

Kültürel mirasın korunması ve bu kapsamda gerçekleşen restorasyon ve konservasyon işlemlerinin durum analizine ilişkin zengin bir literatür mevcuttur. Bu makalelerin yoĐunlaŐtıĐı konular itibariyle rezervasyon ve restorasyon çalışmalarının olumlu veya olumsuz katkıları veya bu bağlamdaki sonuçlarına yoĐunlaŐtıĐı görülmektedir. Bununla birlikte ilgili çalışmaların turizme katkılarına ilişkin çalışmaların gerçekleŐtiĐine de rastlanmaktadır.

Tüm dünyayı ilgilendiren evrensel niteliğe sahip tarihi, doğal veya kültürel sitelerin/geleneksel değerlerin dünyaya tanıtılması gerekmektedir. Dünyanın bu evrensel değerlere sahip çıkması gerektiğinden, bu bağlamda bir kültür bilincinin oluşturulması, önemsenmesi gereken konulardan biridir. Bu bağlamda dünyanın her bir noktasında unutulmuş veya unutulma tehlikesi olan, yok olmuş veya yok olmaya yüz tutmuş mirasların korunması veya yeniden kazanılması oldukça önemlidir. Restorasyon işlemi özellikle

geleneksel ve eski dönem mimari yapıların yeniden kazanılmasında kritik bir öneme sahiptir. Bu bilgiler ışığında, 1972 yılında UNESCO'nun Paris'teki toplantısında Kültürel ve Doğal Mirasın Korunmasına Dair Sözleşme'nin kabulüyle kültürel mirasın korunmasına yönelik çabaların karşılık bulmaya başladığı söylenebilir. Burada ifade edilen kültürel mirasla ilgili çalışmalarda zaman zaman anıt kavramının da kullanıldığına rastlanmaktadır. Avrupa Mimari Mirasının Korunması Sözleşmesi'ne göre anıt tarihsel, sanatsal, arkeolojik, sosyal, bilimsel ve teknik gibi bazı unsurlar bakımından önem taşıyan dikkate değer bina veya diğer yapılar veya tamamlayıcı kısımlarını açıklamak için kullanılan kavramdır (Madran ve Özgönül, 2005). Anıt eserler kültürel mirasın doğal elemanlarından olup bu yapıların da restorasyonunun istenilen düzeylerde yapılması oldukça önemlidir.

Dünyanın ortak mirası olan eserlerin korunması ve onarılması tüm milletlerce edinilmiş ortak bir amaç olmasının yanında, tarihi yapıların onarılması bağlamında yapılması gereken çalışmaların bilincinde olunması da önemli bir durumdur. Bu bağlamda önemli bir yeri olan restorasyon sürecinde planlanan ile uygulanan sırasında uyumsuzluklar olabilmektedir. Bu durum herhangi bir ülkeye özgü olmayıp dünyanın birçok yerinde benzerdir. Tarihi ve sanatsal değeri olan eserler bazen restorasyon sürecinin sonunda daha çok hasar alıp orijinalliğini kaybedebilmektedir (Ünver, vd., 2014). Dolayısıyla restorasyon çalışmalarının en önemli kriteri aslına uygunluk olup, yapıların maksimum düzeyde orijinalliklerinin korunması hedeflenmektedir.

Restorasyon süreci önemli bir işlem olduğundan, restorasyona başlanmadan önce ilgili kurumlardan izinlerin alınması gerekmektedir. Onarılmak istenen yapının görselleri alınmakta, rölövesi, restitüsyon ve restorasyonun projeleri hazırlanarak kurumlara sunulmaktadır. Bu prosedürlerin tamamlanmasıyla birlikte restorasyon süreci gerçekleşmektedir. Restorasyonun başarısı ile doğrudan ilgili olan çağdaş restorasyon ilkeleri aşağıda verilmektedir (Tellioglu ve Satıcı, 2023);

- Sağlamaştırma
- Bütünleme
- Yenileme
- Yeniden yapma
- Temizleme

Restorasyon ilkelerinin bir veya birkaçının ihlal edildiği durumlarda sorunlar ortaya çıkmaktadır. Bu sorunlardan en kritik olanı ise yapıların veya eserlerin aslına uygun olmadan restore edilmesidir. Konuyla ilgili

uzmanların görüşlerinin alınmaması veya görüşleri alınsa bile, belli niteliklere sahip olmayan kişilerin, uygun olmayan prosedür ve gerekli koşulların sağlanmadığı araştırmaların bu sorunu derinleŐtirdiğı söylenebilir. Dünyanın birçok noktasında aslına uygun olmayan ve restorasyonları yapılan tarih, sanat veya mimari eserlere rastlamak mümkündür. Bu kısımda bu değerlendirmeye uygun bazı eserler aşağıda verilmektedir.



*Görsel 1-2-3-4. İspanya'nın Palencia Kentindeki Tarihi Bir Binanın Restorasyondan rnekler*



*Görsel 5-6-7. İspanya'da İsa Freskinin Orijinal, Eskimiş ve "Restore Edilmiş" Hali*





*Görsel 8-9. İzmir Foça'da Cenevizlilerin İnşa Ettiği Kalenin Restorasyonu*

*Fotoğraf 1. Kötü ve İyi Retorasyon ve Konservasyon Örnekleri*

*Kaynak: (Erbil, 2014; Yılmaz, 2014; Arkeofili, 2018; TheLocal, 2020)*

Restorasyon veya konservasyon işlemlerinin olumlu veya olumsuz pek çok örneğine rastlamak mümkündür. Fotoğraf 1'deki Görsel 1-2-3-4'te İspanya'dan Palencia'nın kentinin en sembolik binalarından birinin restorasyon çalışmalarının sonuçları dört görsel olarak yer almaktadır. Bu görseller yapılan işlemin ne kadar kötü olduğunu gözler önüne sermektedir. Görsel 5-6-7'de ise bir İsa freski yer almaktadır. Görselde İsa freskinin orijinal, eskimiş ve restore edilmiş(!) halini gösteren üç farklı fotoğraf yer almaktadır. En son fotoğraf İsa freskinin çok başarısız ve aslından oldukça farklı bir onarım gördüğünü ortaya koymaktadır. Görsel 8-9'da ise başarılı bir restorasyon öne çıkmaktadır. İzmir Foça'daki Osmanlı Ceneviz Kalesinde yapılan çalışma aslında uygun ve başarılı kabul edilen bir onarımdır. Eserlerin yapısına aykırı mermer, çimento gibi malzemelerin kullanılması onarımın yanlış ilerlemesine ve özgünlüğün bozulmasına neden olabilmektedir. Bu örnekte doğru araştırma ve gerekli malzemelerin tahsis edilmesi sayesinde başarılı bir eser ortaya çıkmıştır.

Türkiye açısından da restorasyon en önemli konulardan biridir. Çünkü; ülke, tarihin ilk dönemlerinde bu yana insanlığa ve pek çok medeniyete ev sahipliği yapmış Anadolu coğrafyası üzerinde kurulmuştur. Paleolitik dönemle başlayan Anadolu insanlık tarihi, Neolitik dönemle devam etmiş ve tarihin farklı dönemlerinde de bölgede yerleşim süreçleri devam etmiştir. Tarih boyunca Hititler, Urartular, Frigler, Lidyalılar gibi uygarlıklara ev sahipliği yapmış Anadolu, aynı zamanda yakın sayılabilecek coğrafyalarda kurulan Mısır, Mezopotamya, Akdeniz ve Yunan medeniyetleriyle de güçlü ilişkiler içerisinde olmuştur. İlerleyen dönemlerde ise Selçuklu devleti ve dünyanın iki büyük imparatorluğu olan Roma ve Osmanlı imparatorluklarına ev sahipliği yapmıştır.

Anadolu'nun tarihi geçmişi ve bu coğrafyadaki uygarlıklar, Türkiye'yi kültürel miras/anıtsal mimari açısından en gözde ülkelerden biri haline getirmektedir. Bu zenginliğe rağmen, ilgili zenginliklerin zaman içerisinde tahrip olduğu ve yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kaldığı görülmektedir. Yaşanan süreçte doğal veya yapay pek çok faktörün rol oynadığı söylenebilir. Bu bağlamda ülkede restorasyon kritik bir işleve sahiptir. Cumhuriyetin ilk dönemlerin yaşanan krizler nedeniyle koruma ve restorasyon çalışmaları istenilen düzeylerde olmasa da ilerleyen dönemlerde bu konulara yönelik çalışmaların ağırlık kazandığı görülmektedir. Bu bağlamda Cumhuriyet tarihine bakıldığında Ayasofya, Sultan Ahmed, Manisa Muradiye Camii, Edirne Selimiye, Üç Şerefeli Camii, Beylerbeyi Camii ve Konya Mevlana Türbesi restorasyonları Cumhuriyet döneminde Mimar Kemalettin tarafından yapılan ilk örnekler olarak ifade edilebilir (Binan, 2005). Bu çalışmaların kamu otoritelerince denetleniyor olması başarıyı doğrudan etkilemektedir.

### 3. Yöntem

Bu çalışmanın amacı restorasyonu yapılan tarihi binalardaki restorasyon kaynaklı sorunları tespit etmektir. Dünyanın giderek tek tipleştiği bir ortamda, kültürel miras sağladığı farklılıklar ve ortaya koyduğu büyük zenginlik nedeniyle son yılların en değerli olgularından biri haline gelmiştir. Zamana direnen yapıların zaman zaman çeşitli sebeplerle tahrip oldukları bilinmektedir. Bu tahribatları en aza indirmek veya ortadan kaldırmak için koruma ve onarım süreçlerine tabi olmaları gerekmektedir. Yanlış restorasyonların önüne geçmek, tüm kamuoyunun üzerinde durması gereken bir konudur. Bu bilgiler ışığında, bu çalışmanın toplumsal farkındalığı canlandırması bakımından önemli olduğu düşünülmektedir.

Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden yararlanılmıştır. Veri toplama aracı olarak gözlem ve doküman incelemesinden faydalanılmıştır. Gözlem önemli veri toplama araçlarından biri olmasına rağmen objektif olamama gibi bir risk içermektedir. Bu nedenle gözlem yapıldığında mümkün oldukça, gözlenen nesne, özne, olay veya olguların kayıt altına alınması gerekmektedir. Kayıt sürecinin belli kriterleri olmasına rağmen, gözlenen unsurun bina olması konuyla ilgili araştırma sürecini etkileyecek kriterleri azaltmaktadır. Bu bağlamda araştırmacılar gözlemledikleri binaların fotoğraflarını çekerek veri toplama süreci için hem veri hem de kanıt elde etmişlerdir.

Çalışmanın veri toplama sürecinin ilk aşamasında bir restoratör/akademisyenden İstanbul'da kötü restorasyonun etkilerinin gözlemleneceği 3 yapının bilgisi istenmiş ve bu bağlamda 2 aşamada veri toplanacak yapılar

belirlenerek, araştırmaya dâhil edilen yapılara ziyaretler gerçekleştirilmiştir. 11 Eylül 2022 tarihinde yapılar ziyaret edilerek restorasyonlar fotoğrafla kayıt altına alınmıştır. Akabinde doküman incelemeleri yapılarak yapıların orijinal görünmelerini içeren veriler elde edilmiştir. Restorasyon öncesi ve sonrası süreç gözlem ve doküman incelemesi sonucu elde edilen veriler ışığında karşılaştırılmış ve kötü restorasyonların doğurduğu sonuçlar tespit edilmiştir. İlgili tespitler bulgular kısmında raporlanmış ve sonuç kısmında tartışılmıştır.

#### 4. Bulgular ve Tartışma

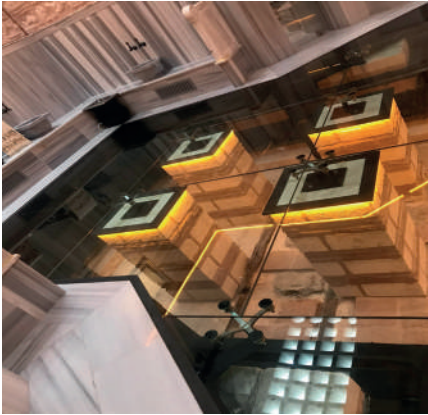
Bulguların elde edilmesinde kullanılan fotoğraf sonucu elde edilen görsellerin bazıları yapıların dokümanlardan elde edilen görselleriyle karşılaştırılarak değerlendirmeler yapılmaktadır. Üç farklı yapının restorasyon çalışmaları neticesinde ortaya çıkan olumsuz durumlar bulgularda raporlanarak, çalışmanın amacına uygun sonuçlara ulaşılmaya çalışılmıştır.



*Restorasyon Öncesi*



*Restorasyon Sonrası*



*Müze Olarak Kullanılan Hamam*



*Restorasyonda Mermer Kullanımı*



*Yenilenmeden 1 Sene Sonraki Tabrihatlar*

*Kullanılan Malzemelerin zgnliğ Bozması*

**Fotoğraf 2. Selimiye Hamamı-Üsküdar/İstanbul**

Tarihi hamam 3 yıl süren çalışma sonucu restore edilip 2021 yılında yeniden topluma kazandırılmıştır. Günümüzde taş yapı içinde müze olarak hamam bulunuyor. Ahşap yapı içinde kütüphane ve bahçesi de restore edilerek, restoran olarak kullanıma açılmıştır. Mekn içerisinde kullanılan malzemelerin, cam platform, prizler ve kapatılmaya çalışılan bölgeler yapının aslından çok uzaklaşmasına ve orijinalliğini yansıtamamasına sebep olmuştur. Hedeflenen amaç güzel olsa da restorasyonun henüz yeni olduğu dönemde tekrar bozulmaların oluşması tespit edilmiştir.



*Atik İbrahim Paşa Camii Dış Cephe Restorasyonu*

*Atik İbrahim Paşa Camii İ Bölüm Restorasyonu*

**Fotoğraf 3. Atik İbrahim Paşa Camii-Fatih/İstanbul**

Fotoğraf 3 İstanbul Fatih'teki Atik İbrahim Paşa Camii restorasyonunu göstermektedir. Yapıyla ilgili kaynaklar caminin 1492 yılında yapıldığını belirtmektedir. Ancak 1492-93 tarihi caminin kitabesinden anlaşıldığı üzere binanın yapımına başlanan tarihtir. Kitabeye göre yapının 1494-95 yıllarında bitmiş olduğu düşünülmektedir. Eminönü'nde bulunan bu camiyi ziyaret sürecinde yapının restorasyonunda vahim hatalar gözlenmiştir. İç bölüm restorasyonunda sorunların olduğu açık olmasına rağmen, dış kapı ve son cemaat yerinin pimapen camla kaplanmış olması yapıyı aslından ve tarihi görüntüsünden oldukça uzaklaştırmıştır.



*Üsküdar Ahmediye Camii Eski Görüntü*



*Restorasyon Sonrası Yeni Görsel*



*Taş Üstüne Kaplanmış Duvar*



*Avlunun Dış Kenar Görüntüsü*

*Fotoğraf 4. Ahmediye Camii-Üsküdar/İstanbul*

1722 yılında yapılmış Üsküdar'daki Ahmediye camii'nin restorasyon görselleri Fotoğraf 4'te yer almaktadır. Cami ibadete açık cemaat tarafından kullanılmaya devam etmektedir. Ancak çok başarısız bir restorasyonun yapıda kullanıldığı gözlenmektedir. Özellikle beyaza boyanan ahşap kapısı ve taş duvarlar üzerine yapılan beyaz renkli kaplamalar yapıyı özgünlüğünden olabildiğince uzaklaştırmıştır. Bu örneklerle caminin 1722'de yapıldığını söylemek imkânsız bir hale gelmektedir.

## 5. Sonuç ve Öneriler

Kültürel yapıların restore edilmesinin ortak amacı geleneksel yapıyı ortaya koyan öğeler taşıması ve geleceğe aktarılmasını sürdürülebilmektir. İstanbul birçok tarihi esere ev sahibi yapmakta ve dönem dönem eserler onarıma ve bakıma alınmaktadır. Ancak, gün geçtikçe yapıların onarılmasından ziyade bozulmaları ve yok olmalarını önlemek ve onları korunmasını sağlanması kamuoyunda öncelikli hedef olmakta ve bunun devamlılığının olması önem taşımaktadır. Türkiye turistik açıdan oldukça önemli ülkedir. Yalnızca mevsimselliğin büyük oranda azaldığı ülkede, tarihi yapıların ve kültür turlarının bunda payı çok büyüktür. Bu bağlamda durumun devamı için eserlerin yapısının bozulmaması onların topluma ve turizme kazandırılması için daha büyük hassasiyet gerektiren çalışmalar yapılmalıdır.

Tarihi eserlerin ve mimari yapıların restorasyon süreci ve sonrasında sürdürülebilirliklerinin sağlanması sürecinde özellikle görsel medyanın gücünden yararlanılabilir. Çünkü medyanın gücü gün geçtikçe artıyor ve bunun yaratacağı olumlu sinerjinin kültürel mirasın korunmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Sadece Türkiye’de değil diğer pek çok ülkede de kültürel yapılara verilen değerün dünyaya doğru yansıtılabilmesi için başarılı restorasyonların artması ve bu konuda çeşitli çalışmaların yapılması. Doğal afet gibi etkenlere yeteri kadar engel olunamasa da eserlerin hasar görmesine ve yok olmasına sebep olan yapay afetlerin veya diğer etkenlerin önüne geçilmesi için toplumun bilinçlendirilmesi gerekmektedir.

Yapılan çalışmanın sonuçları bazı eserlerin restorasyon sonrasında farklı amaçlar için kullanıldığı ortaya koymuştur. Örneğin bir tarihi hamam kütüphaneye çevrilebilmektedir. Kütüphanede öğrencilere kaynak, internet ve yemek sağlanması iyi niyetli bir proje olsa da yapılan bu restorasyon başarısı olması ve aslına uygun olmaması gibi durumlar söz konusu olmaktadır. Eserler restorasyon sonrasında çık kısa bir zamanda bile, restorasyonun başarısızlığı nedeniyle hasar almakta ve olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir.

Restorasyonlardaki başarısız sonuçların gözlendiği önemli bir konu ise tarihi mekanların restorasyonun, tarihte kullanılan malzemelere aykırı olabilecek yapı malzemelerinin kullanılmasıdır. Örneğin bir caminin restorasyonunda ahşap kapı ve pençelerin yerine pvc/plastik kapı ve pencerelere rastlamak mümkündür. Zaman zaman Kültür ve Turizm Bakanlığının ilgili birimleri veya vakıflar konuyla ilgili aykırılık kararları almasına rağmen bu durum sürmektedir. Yapılardaki süslemeler, taş duvarlar veya diğer orijinal bölgeler boyanmakta veya elektrik tesisatları ile deforme hale getirilebilmektedir. Farklı nitelikteki tarihi yapılar için benzer şekilde çok farklı yanlış restorasyon örnekleri vermek mümkündür.

İstanbul gibi dünyadaki önemli turizm destinasyonlarından olan bir şehrin çok sayıda kültürel mirasa ev sahipliği yaptığı bilinen bir durumdur. Bu durum, restorasyon çalışmalarını İstanbul için çok önemli bir faaliyet haline getirilmektedir. İstanbul'da bulunan binlerce yapı ve eserin restorasyon işlemleri sayesinde yok olmaktan kurtulacağı söylenebilir. Bu konuda kamu otoriteleri ve özellikle Sivil Toplum Kuruluşlarının sorumluluk alarak hassas tercihler yapmaları, onarımları yapacak firmaların araştırılarak konuyla ilgili deneyimli firmaların tercih edilmesi, uzmanlarla ve doğru yöntemlerle, gerekli çalışmaların yapıldığı ve restorasyon işlerinin geciktirilmeden zamanında yapılması sağlanmalıdır. Konuyla ilgili başarılı sonuçların üretilmesi hem kültürel mirasın hem de turizmin sürdürülebildiğine önemli katkılar sağlayabilmektedir.

Restorasyon durumunda bir araya gelip çalışmalar yapacak olan restoratörler, mimarlar, inşaat mühendisleri, arkeologlar vb. alanlarda eğitimin önceliğe alınması, proje için geçici değil kalıcı çözümlerin bulunması, ayrılacak olan bütçenin doğru belirlenmesi ve doğru kullanılması ve daha fazla restorasyon hatasının önüne geçilmesi bu çalışma kapsamında önerilebilecek önemli çıkarımlardır.

## Kaynakça

- Arkeofili. (2018). İspanya’da 500 Yıllık Heykelin Restorasyonuna Tepki. <https://arkeofili.com/ispanyada-500-yillik-resmin-restorasyonuna-tepki/>. Erişim: 15.09.2023
- Bideci, Ç. (2014). *Turizm ürün farklılaştırılmasında sualtı kültürel miras alanlarının turizm ürünü olarak kullanımı, Replika Gemi Batığı projesi: Side örneği* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Akdeniz Üniversitesi.
- Binan, C. (2005). Cumhuriyet döneminde Türkiye’de mimari koruma üzerine yorumlar. *Sinan Genim’e Armağan*, 25, 197-208.
- Dönmez, C., ve Yeşilbursa, C. C. (2014). Kültürel miras eğitiminin öğrencilerin somut kültürel mirasa yönelik tutumlarına etkisi. *İlköğretim Online*, 13(2), 425-442.
- Hafstein, V. T. (2012). Cultural heritage. *A companion to folklore*, 500-519.
- Hou, Y., Kenderdine, S., Picca, D., Egloff, M. ve Adamou, A. (2022). Digitizing intangible cultural heritage embodied: State of the art. *Journal on Computing and Cultural Heritage (JOCCH)*, 15(3), 1-20.
- Kler, B. K. (2009). Tourism and restoration. J. Tribe (Ed.), *İçinde Philosophical issues in tourism*, (pp. 117-134), Bristol: Channel View publications
- Madran, E., ve Özgönül, N. (2005). *Kültürel ve doğal değerlerin korunması*. Ankara: TMMOB Mimarlar Odası.
- Murzyn-Kupisz, M. (2010). Sustainable approaches to natural environment and cultural heritage. Two sides of the same coin?. *Economic and Environmental Studies*, 10(4), 379-397.
- Öztürk, S., Işınkaralar, Ö., ve Yılmaz, D. (2021). Restorasyon çalışmaları sonrası yerel halkın algı ve tutumları (Kayseri Kalesi Örneği). *Doğu Coğrafya Dergisi*, 26(45), 183-194.
- Telloğlu, S., ve Satıcı, B. (2023). Tarihi Yapılarda Restorasyon Tekniklerine Göre Uygulanacak Malzemelerin Belirlenmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Teknoloji ve Uygulamalı Bilimler Dergisi*, 6(1), 37-49.
- TheLocal. (2020). Spain laughs (and groans) at yet another botched art restoration. <https://www.thelocal.es/20201110/a-grotesque-cartoon-spain-laughs-and-groans-at-yet-another-botched-art-restoration>, Erişim: 15.09.2023
- UNESCO. (2023). *UNESCO Dünya Mirası Listesi*. UNESCO Türkiye Millî Komisyonu, <https://www.unesco.org.tr/Pages/125/122/UNESCO-D%C3%BCnnya-Miras%C4%B1>, Erişim: 26.08.2023
- Ünver, H., Yamaçlı, R., ve Tokman, L. Y. (2014). Mimari Tasarımda Restorasyon ve Ulaşılabilirlik: Akreditasyon İhtiyacı. *Düzce Üniversitesi Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 2(2), 295-306.



- Vecco, M. (2010). A definition of cultural heritage: From the tangible to the intangible. *Journal of cultural heritage*, 11(3), 321-324.
- Yılmaz, E. T. G. (2014). Restorasyon Böyle Yapılır. <https://www.arkitera.com/haber/restorasyon-boyle-yapilir/>, Erişim: 15.09.2023
- Erbil, Ö. (2014). Restorasyon Böyle yapılır. <http://mimdap.org/2014/11/restorasyon-boyle-yapilylr/>, Erişim: 15.09.2023
- Hall, C. M., Baird, T., James, M., ve Ram, Y. (2016). Climate change and cultural heritage: conservation and heritage tourism in the Anthropocene. *Journal of Heritage Tourism*, 11(1), 10-24.

## “Visit Afyon” Mobil Uygulamasının Geliştirilmesine Yönelik Bir İnceleme

Zeynep Utkan<sup>1</sup>

Melisa Ateş<sup>2</sup>

### Özet

#### Amacı

Bu çalışmanın amacı, “VisitAfyon” adlı mobil uygulamanın içerik açısından incelenerek, destinasyonun turizm potansiyeli doğrultusunda eksik yönlerinin saptanması ve buna yönelik uygulama içerik önerilerinin geliştirilmesidir.

#### Araştırma Yöntemi

Çalışmada, betimsel analiz araştırma yöntemi kullanılmıştır. Mevcut mobil uygulamada elde edilen veriler ilk olarak sistematik ve açık biçimde betimlenmiştir. Sonrasında segmentasyonlarına göre irdeleyici bir şekilde incelenen Visit Afyon mobil uygulaması değişiklikler ve ihtiyaçlar paralelinde yenilikler kazandırılması ve turistler tarafından tercih edilebilirliğini artırılması için Mockitt Design programı üzerinden mobil uygulama tasarım modeli sunulmuştur.

#### Bulgular

Çalışmada VisitAfyon mobil uygulaması inceleme sonucunda uygulamanın logosunun yalnızca Afyonkarahisar Kalesi olduğu ve pembe rengin ağırlıkta olduğu görülmektedir. Uygulamanın kategorileri incelendiğinde Yakınım, Etkinlik, Görmelisin, Alışveriş, Müzeler ve Konaklama kategorilerinden oluştuğu tespit edilmiştir. Bu kategorilerin dışında uygulamanın ara yüzünde Termal Başkenti, Gastronomi Şehri, Mili Mücadeleye Tanıklık Eden Kent, Afyon Sucuğu, Gizemli Frigya Türündeki Yerel Lezzet Durakları, Lokumun En İyileri, Hediyelik Eşya Dükkanları şeklinde sıralandığı görülmektedir.

1 Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Türkiye, zeyneputkan@aku.edu.tr

2 Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği, Türkiye, mates@aku.edu.tr

### Sonuç ve Öneriler

Bu çalışma sonucunda mevcut uygulamada yer alan kategoriler ve ara yüz irdeleyici olarak incelenmiştir. Uygulamanın genel bağlamda karmaşık olduğu, bazı turistik çekicilerin eklenmediği saptanmıştır. Uygulamanın turistlerin kullanımına yönelik daha anlaşılır ve istek ihtiyaçları doğrultusunda daha kolay rehber olması niteliğinde güncelliğini koruyarak uygulamanın geliştirilebilmesi için birtakım önerilerde bulunulmuştur. Uygulama içeriğinin “Afyonkarahisar”, “Tarih ve Kültür”, “Termal Başkenti”, “Gastronomi”, “Rekreasyon Alanları”, “Doğa”, “Konaklama”, “Alışveriş”, “Tur Rotaları” ve “Bize Soru Sor” ve “Sık Sorulan Sorular” şeklinde kategorize edilmesi önerisinde bulunulmuştur.

### Orijinalliği/değeri

Bu çalışmanın yapılması mevcut olan VisitAfyon uygulamasının geliştirilmesini sağlayacaktır. Çalışma turistlere, turistlerle etkileşimde olan yerel halka ve turizm sektöründeki paydaşlara, destinasyon yöneticilerine yol gösterici olma niteliğindedir. Böylelikle Afyonkarahisar destinasyonunun tanıtımının ve tercih edilebilirliğini arttırmaya yönelik olan bu çalışma, turizm alan yazınına da farklı açılardan katkıda bulunacaktır.

## 1. Giriş

20. yüzyılın sonlarından itibaren hızla gelişen iletişim ve teknoloji etkisi ile insan, değişen tüketim kalıpları, alışkanlıkları ve teknolojik gelişmeler ile sıkı bir ilişki içerisinde olmaya başlamıştır (Civelek ve Dalgın, 2013). 21. yüzyılın başlangıcında kullanımı etkin hale gelen mobil cihazlar ve internet sayesinde sosyal, fiziksel ve sanal alanların mevcut yakınlaşması, insanların çevreleriyle etkileşim kurma biçimlerinde bir değişikliği de beraberinde getirmiştir (Bloem, Van Doorn ve Duivestein, 2009). Giderek artan insan sayısı, teknoloji desteğinin avantajlarından yararlanmakta ve hayatın büyük bir bölümüne entegre olan akıllı cep telefonları sayesinde, bilgiye erişimde bir dönüşümü yaşamaktadır (Siewiorek, 2012). Akıllı telefonların kullanımıyla birlikte artan mobil uygulamalar aracılığıyla farklı coğrafyalardaki insanlar diğer insanlarla kolayca iletişim kurabilmekte ve bilgi alışverişi yapabilmektedir. Ayrıca, bu platformlar aracılığıyla haber, eğlence ve eğitim gibi çeşitli içeriklere erişim de mümkün olmaktadır (Saraçaydın, 2019; Eröz ve Doğdubay, 2012). Küresel bir noktadan bakıldığında faal olarak akıllı telefon kullanıcı sayısının 6,92 milyar olduğu bu da dünya nüfusunun %85,88’inin akıllı telefona sahip olduğunu göstermektedir (Statista, 2023).

Turizm sektörü, her geçen gün değişen teknolojik gelişmeler ve yenilikler paralelinde, dünya turizm pazarındaki mevcut trendlere yüksek dinamizm ve esneklik göstermektedir. Başlangıçta turizmde mobil cihazlar esas olarak

bilgi alma, rezervasyon ve ödeme amacıyla kullanılırken, akıllı telefonlar ile mobil performansın artmasıyla, geliştirilen mobil uygulamalar kullanıcıların spesifik ihtiyaçlarının dikkate alındığı bir dizi bilgi ve hizmet erişimine imkân sağlamaktadır (Wang, Xiang ve Fesenmaier, 2014; Tairov, 2017). Geliştirilen mobil turizm uygulamaları ile turistlerin istek ve ihtiyaçlarına göre erişebilecekleri bilgiyle, seyahat öncesi teorik bir alt zemin oluşturarak yer ve zaman sınırı olmaksızın vakıf olmaları mümkün olabilmektedir. Destinasyon bazında oluşturulan mobil uygulamalar, seyahat öncesi birkaç ekran dokunuşuyla turistler için istenilen yolculuğu sistematik hale getirerek işlevsellik katmaktadır.

Türkiye turizminde özellikle termal turizm ve gastronomi turizminin önemli lokomotiflerinden biri olan Afyonkarahisar ili coğrafi konum ve sahip olduğu doğal ve kültürel turizm çekicikleriyle turizm gelişimine katkısı yüksek orandadır. Bu çalışmada destinasyonun turistik faaliyetlerini tek bir noktada buluşturan mevcut bir mobil uygulama örneği olan “VisitAfyon” uygulamasının eksik yönleri saptanmış ve Afyonkarahisar destinasyonunun turizm potansiyelinin incelenip geliştirilmesine yönelik öneriler sunulmuştur. Mobil uygulamanın daha çok turist ve yerel halk etkileşimi kapsamında geliştirilmesi, hem ulusal hem de küresel düzeyde destinasyon tanınırlığını ön plana çıkartacak ve destinasyonu daha akıllı hale getirerek turistik deneyim öncesi soru işaretlerini gidererek destinasyonu ziyaret edecek olan turistler için daha irdeleyici bir alt zemin oluşturacaktır.

## 2. Kavramsal Çerçeve

Günümüzde yaşanan küreselleşme, bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan değişimler şehirler, ülkeler ve işletmeler arasında rekabetin oluşmasına neden olmuştur. İnsanların istek ve ihtiyaçlarında meydana gelen değişiklikler hem işletmelerin hem de destinasyonların bu değişime kayıtsız kalmalarını imkânsız bir hale getirmiştir ve ayak uydurmak için farklı yollar aramaya yöneltmiştir (İşbilir Yüceşık ve Özer, 2019: 139). Bu değişime ayak uydurmaya çalışan sektörlerden bir tanesi de turizm sektörüdür. Turizmi en çok etkileyen faktörler arasında teknoloji alanında yaşanan gelişmeler gelmektedir. Teknolojide yaşanan gelişmelerin hızı, turizm arzını oluşturan ürün ve hizmet sunucuları açısından hayati önem taşımaktadır (Sarı ve Kozak, 2005: 249).

Destinasyon tanıtımı, destinasyon imajı oluşturma ve destinasyona turistleri çekme açısından turizm talebinin en önemli unsurlarından bir tanesidir. Destinasyon tanıtımında kullanılan araçlar ve yöntemler oldukça önem arz etmektedir. Bu araçların doğru seçilmesi ve etkili kullanılması da

bu araçların önem düzeyini daha da artırmaktadır (Güllü, 2018: 38). Mobil uygulamalar da destinasyon tanıtımında önemli bir araç kullanılmaktadır. Turistler mobil turizm uygulamalarını seyahatlerini planlarken, seyahatleri sırasında ve sonrasında kullanmaktadır. Mobil uygulamalar sayesinde turistler seyahat öncesinde gidecekleri destinasyon hakkında bilgi edinebilmekte, tur rotalarını belirleyebilmekte ve rezervasyon işlemlerini de gerçekleştirebilmektedir (Eris, 2021: 127). Turistler seyahat esnasında farklı promosyon teklifleri, mobil rehberlik hizmeti, yol tarifi, festival, şenlik, konser, tiyatro gibi faaliyetler hakkında bilgi sağlama, turistik çekicilikler hakkında bilgi alma ve önemli kurumların iletişim bilgilerine erişme gibi birçok hizmetten faydalanabilmektedir. Seyahat sonrasında ise, ziyaret ettiği yerler hakkında geri bildirimde bulunma, gezemediği yerlerin listesini çıkarma ve geri bildirimler sayesinde destinasyondaki güncel gelişmelerden haberdar olma şansı yakalayabilmektedir (Erdem vd., 2020: 2).

Türkiye’de olan mobil uygulamaların kullanımının da gittikçe yaygınlaştığı görülmektedir. Yazılı basın reklamlarında kampanya ve bilgilere ulaşma olanağı sağlayan QR kodlar yer almaktadır. Bunların yanı sıra özellikle toptan pazarlama olanaklarına sahip büyük seyahat acentelerinin ve zincir otellerinin de mobil uygulamalar geliştirdikleri ve reklamlarında bu uygulamaları da kullanıma sundukları görülmektedir (Şanlıöz vd., 2013: 254). Destinasyonların tanıtımı bazında da birçok mobil uygulamalar (Visiturfa, Visitafyon, Visitizmir, Bir Nefes Çanakale vb.) bulunmaktadır. Afyonkarahisar ili tanıtım faaliyetleri açısından incelendiğinde, destinasyonda yer alan paydaşların (yerel yönetim, yerel halk, turizm işletmeleri vb.), tanıtım faaliyetleriyle hedef pazar belirlenmesi arasında net bağları kurmadığı tespit edilmiştir (Kırova vd., 2023: 334). Paydaşlar arasında yer alan yerel halkın turistlerle olan iletişimi destinasyonların tanıtımında önemli bir rol oynamaktadır. Yerel halkın turistlerle olan iletişimsizliği, misafirperver olmayışı hem destinasyon imajının olumsuz olmasına hem de tekrar ziyaret etme ve turistlerin çevresine tavsiye etmelerinde olumsuz bir etki yaratacaktır.

Yerel halk, çevrelerine hâkim olmaları ve bölgedeki sosyal, ekonomik ve çevresel dinamikler hakkında bilgi sahibi olmaları nedeniyle, bölgenin günlük yaşantısını ve eşsiz özelliklerini en iyi şekilde anlayan kişilerdir. (Tayfun, 2002). Yerel halk ve turistler arasındaki etkileşim kaliteli turizm deneyimleri yaratmaktadır. Turistlerin ziyaret ettikleri bölgelerde yerli halkla güçlü bir etkileşim içinde olmaları, bölgenin gerçek kültürünü, geleneklerini ve yaşam tarzını daha derinlemesine anlamalarına yardımcı olmaktadır. Yerel halk, turistlere misafirperverlikleriyle özgün bir deneyim sunmakta, geleneksel el sanatları, yerel lezzetler ve folklorik etkinlikler ile kültürel miraslarını paylaşmaktadırlar. Bu tür etkileşimler, turistlerin sadece bir ziyaretçi olarak

değil, yerel halkla iç içe bir misafir olarak hissetmelerini sağlamaktadır. Bunun yanı sıra yerel halk da turistlerle olan etkileşimlerinde farklı kültürleri, düşünce biçimlerini ve yaşam tarzlarını anlama fırsatı bulmaktadırlar. Bu etkileşimler, topluluklar arasında anlayış ve saygı temelinde kurulan köprülerin inşasına yardımcı olmakta ve yerel halkın da dünya çapında farkındalık kazanmasına katkı sağlamaktadır (Kozak ve Taşçı, 2005; Kastenholz vd., 2013). Sonuç olarak, yerel halk ve turistler arasındaki etkileşim, kaliteli turizm deneyimlerinin oluşmasında kritik bir rol oynamaktadır. Bu etkileşimler, kültürel ve sosyal alanda karşılıklı anlayış ve saygının gelişmesine, ekonomik ve sosyal açıdan kalkınmaya ve sürdürülebilir turizm uygulamalarına katkı sunmaktadır. Bu nedenle, turizm sektörü paydaşları arasındaki sağlıklı ve olumlu etkileşimin teşvik edilmesi, turizm destinasyonlarının daha çekici ve unutulmaz hale gelmesini sağlamaktadır.

Destinasyonda bulunan yerel halk ile turist arasındaki iletişim ve gerçekleşen sosyal etkileşimler turistik ortamı hazırlayan en önemli kriterlerden birisidir ve turizm gelişimini doğrudan etkilemektedir (Şentürk, 2019). Yerel halkın turizme, turiste karşı olan tutumu, algısı ve değerlendirme boyutu başarılı bir şekilde kalkınma, mevcut faaliyetler, pazarlama, geleceğe yönelik programları tamamlama ile planlama ve politika konularının şekillendirilmesi gibi pek çok faktörde önemli rol oynamakta ve aynı zamanda hizmet kalitesini önemli derece de etkilemektedir (Yousapronpaiboon ve Johsan, 2013; Avcıkurt, 2015: 97). Ev sahibi toplumun turistlere yönelik genel bakışı turistlerin destinasyonu tekrar ziyaret edip ya da etmeyecekleri konusunda önemli bir etmendir (Nicholas vd., 2009).

## 2.1. İlgili Çalışmalar

Destinasyon tanıtımında bir araç olarak mobil uygulamalar önemli bir rol oynamaktadır. Bu kapsamda yerli ve yabancı literatür incelenerek turizm sektöründeki destinasyon bağlamında mobil uygulamalar ile ilgili yapılan çalışmalara yer verilmiştir.

Kuo, Huang, Thang ve Hung (2019), turistlerin mobil turizm uygulamalarına yönelik destinasyonlarını ziyaret etme niyetlerini ölçmek için bu uygulamaları nasıl kullandıklarına ilişkin bir değerlendirme yaptıkları 630 uygulama kullanıcılarına yönelik yapılan çalışma sonucunda, e-hizmet ortamı ve e-ağızdan ağıza iletişimin, turizm uygulamalarını benimseme ve turizm destinasyonlarını ziyaret etme niyetlerini belirlemede önemli rol oynadığını ortaya çıkartmışlardır.

Erdem, Kayran Şanlı ve Şeker (2020) tarafından “Visiturfa Gezi Rehberi” mobil uygulamasını 13 akademisyen ve 4 profesyonel turist rehberi

tarafından görüşme metinlerine dayanılarak yapılan içerik analizi ve betimsel analiz ışığında yapılan çalışma sonucunda, en önemli sorunlar arasında eksik bilgilendirme olduğu ve yapılacak müdahaleler ile güncelleştirmeler sayesinde destinasyonu ziyaret eden turistlerin deneyim kalitesini artıracak potansiyele sahip olduğunu saptamışlardır.

Eris (2021), İzmir’in akıllı turizm uygulaması olan “visitizmir”i incelediği çalışmada, turizm işletmeleri ve şehir yöneticilerinin daha ayrıntılı, kişiselleştirilmiş, bilgi ve iletişim teknolojileriyle bütünleşik hizmetler sunmaya başladığı, ancak akıllı turizm destinasyonu olma yolundaki çalışma uygulamalarına yeni başladığı ve yolun başında olduğu sonucuna ulaşmıştır.

### 3. Yöntem

Araştırmanın amacı, Afyonkarahisar Valiliği tarafından geliştirip turistlere sunulan “Visit Afyon” adlı mobil uygulamanın içerik açısından incelenerek, destinasyonun turizm potansiyeli doğrultusunda eksik yönlerinin saptanması ve buna yönelik uygulama içerik önerilerin geliştirilmesidir. Çalışmada, betimsel analiz araştırma yöntemi kullanılmıştır. Betimsel analiz doğrudan alıntılara yer verilerek elde edilen verilerin ilk olarak sistematik ve açık biçimde betimlenmesi, daha sonra ise yapılan betimlemeler açıklanır ve yorumlanarak, neden-sonuç ilişkileri ele alınarak ortaya çıkan temaların ilişkilendirilmesi, anlamlandırılması ve ileriye dönük tahminlerde bulunarak bazı sonuçlara erişilmesidir (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 224). Visit Afyon mobil uygulaması segmentasyonlarına göre irdeleyici bir şekilde incelenmiş, değişiklikler ve ihtiyaçlar paralelinde yenilikler kazandırılması ve turistler tarafından tercih edilebilirliğinin artırılması için Mockitt Design programı üzerinden mobil uygulama tasarım modeli sunulmuştur.

### 4. Bulgular ve Tartışma

Görsel 1’de VisitAfyon uygulaması logosuna yer verilmiştir. Uygulama logosu incelendiğinde, logoda Afyonkarahisar Kalesi’nin olduğu ve pembe rengin ağırlıkta olduğu görülmektedir. Renkler insanların zihinsel, fiziksel ve duygusal olarak etkilemektedir ve tüketicilerin satın alma, tercih etme kararlarında da etkili olabilmektedir (İçli ve Çopur, 2008). Logoda kullanılan Afyonkarahisar kalesi tek başına yeterli değildir, Afyonkarahisar termal turizm, gastronomi turizmi potansiyeline sahip bir destinasyondur. Bundan dolayı logoda bu unsurlarda sentezlenerek daha dikkat çekici bir görüntü oluşturulabilir.



Görsel 1. Visitafyon Uygulaması Logosu

VisitAfyon uygulama kategorileri Görsel 2’de yer almaktadır. Kategoriler incelendiğinde, Afyonkarahisar’da gerçekleştirilen/gerçekleştirilecek olan etkinlikler, görülmesi gereken yerler, alışveriş yerleri, müzeler, konaklama ve bireylerin konumlarına göre yakınında olan yerler hakkında kategoriler bulunmaktadır. Uygulamada yer alan kategoriler yeniden düzenlenerek birtakım öneriler getirilmiştir. Bu kategoriler “Afyonkarahisar”, “Tarih ve Kültür”, “Termal Başkenti”, “Gastronomi”, “Rekreasyon Alanları”, “Doğa”, “Konaklama”, “Alışveriş” ve “Tur Rotaları”, “Bize Soru Sor” ve “Sık Sorulan Sor” şeklinde sınıflandırılabilir. Bu kategoriler alt kategorilere de ayrılabilir.



Görsel 2. Visitafyon Uygulama Kategorileri

Görsel 3’te VisitAfyon uygulamasının ara yüzüne yer verilmiştir. Uygulamanın ara yüzü incelendiğinde, Termal Başkenti, Gastronomi Şehri, Mili Mücadeleye Tanıklık Eden Kent, Afyon Sucuğu, Gizemli Frigya Türündeki Yerel Lezzet Durakları, Lokumun En İyileri, Hediyeelik Eşya Dükkanları şeklinde sıralandığı görülmektedir. Uygulamanın ara yüzünde ilk olarak dikkat çeken hususun verilen turistik çekiciliklerin bütünleşik bir yapıda olmadığı, şehirdeki turistik ürünlerin eksik ve güncel olmadığı aynı zamanda kullanıcılar için karmaşık bir kategorileşmenin söz konusu olduğu saptanmıştır. Bu durum paralelinde;



Birinci sırada yer alan “Termal Başkenti” temasının içeriğinin yetersiz olduğu burada tüm konaklama işletmelerinin karışık bir şekilde sıralandığı görülmektedir. Bu karışıklığı gidermek ve daha hedefe yönelik bir temanın oluşturulması için Termal Başkenti içerisinde “Termal Oteller” “Kaplıcalar” ve “Hamamlar” şeklinde yüzeysel olmayan alt kategoriler şeklinde sıralanması uygulamaya daha açıklık getirecektir. Uygulamada hiç yer verilmeyen hamam kategorisinin eklenmesi geleneksel Türk hamamının uzandığı tarihsel yapısı ile hem kültürel hem de mimari yapısıyla orijinal motifleri barındırmasıyla (Bozok, 2005) şehrin turistik bileşenleri arasında yer almasının önemli bir husus olduğuna dikkat çekmektedir. Termal başkenti içerisinde yer alan otellerin yanı sıra diğer konaklama işletmelerinin yer alacağı konaklama işletmelerinin “Konaklama” teması bünyesinde yer verilmesi ve Afyonkarahisar destinasyonundaki diğer konaklama işletmelerinin konuma göre uygulama temasına sentezlemek, uygulama kullanıcılarına daha geniş bir ürün yelpazesi sunulmasını sağlayacaktır.



**Termalin Başkenti**

*Görsel 3. Uygulama Teması I*

İkinci sırada yer alan gastronomi kapsamında Musakka, Salim Usta, Aşçı Bacaksız, İkbâl Lokantası, Mihrioğlu Konağı, Afyon Kale Konak, Numan Usta, Nur Lokantası, Osmanlı & Hacıbey Lokantası şeklinde lokanta işletmelerine yer verilmiştir. Burada yer alan tarihi işletmelerin yanı sıra diğer yiyecek içecek işletmeleri de eklenerek “Afyon Lezzet Durakları” şeklinde ayrı bir tema olarak değerlendirilmesi önerilmektedir. Gastronomi şehri kapsamında yer alan temada ise, “Afyon Sucuğu”, “Lokumun En İyileri” ve destinasyona özgü keşkek, ağzı açık, haşhaş, bükme, patatesli ekme vb. “Yöresel Lezzetler” şeklinde kategorize edilip tek bir segmentte toplanması uygulamayı daha irdeleyici ve sistematik hale getirmektedir.



**Gastronomi Şehri**



**Afyon Sucuğu**



**Lokumun En İyileri**

*Görsel 4. Uygulama Teması II*

Uygulama ara yüzünün üçüncü sırasında yer alan “Gizemli Frigya Turu” ve bir altında yer verilen “Frigya Turundaki Yerel Lezzet Durakları” kategorilerinin “Gizemli Frigya Turu” çatısı altında tek segmentte destinasyon bazında toplanması VisitAfyon kullanıcıları için daha anlaşılır uygulamayı da daha bütünleşik kılacaktır.



**Gizemli Frigya Turu**



**Frigya Turundaki Yerel Lezzet Durakları**

*Görsel 5. Uygulama Teması III*

Uygulama ara yüzünün dördüncü sırasında “Milli Mücadeleye Tanıklık Eden Kent” yer almaktadır. Bu bölüm altında Kocatepe Anıtı, Yüzbaşı Agah Efendi Şehitliği, Büyük Taarruz ve Mustafa Kemal Atatürk Anıtı, Albay Reşat Çiğiltepe Şehitliği, Yıldırım Kemal Şehitliği, Anıtkaya Şehitliği, Hava Şehitliği ve Giresunlular Şehitliği noktaları yer almaktadır. Bu kategorinin “Başkomutanlık Tarihi Milli Parkı” şeklinde değiştirilmesi önerisinde bulunulabilir. Ayrıca bu kategori altında Şuhut Atatürk Evi, Şuhut Kurtuluş Savaşı Şehitliği ve İstiklal Tanıtım Merkezi gibi noktalar da eklenebilir.



*Görsel 6. Uygulama Teması IV*

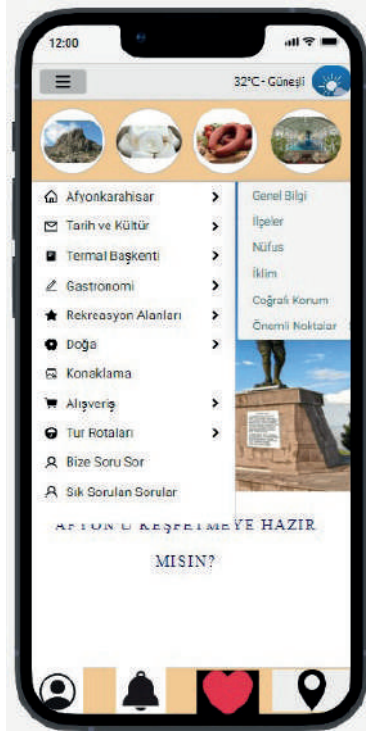
VisitAfyon uygulamasına yönelik önerilen yeni ara yüz Görsel 7’de sunulmaktadır. Uygulamaya kafa karışıklığına mahal vermeyecek bir ara yüz ve kullanıcıların dikkatini çekebilecek bir yazı eklenecektir. Sol üst köşede tüm turistik çekiciliklerin sıralandığı bir panel ve güncel hava durumu bilgisi bulunacaktır. Uygulamanın alt bölümünde ise uygulama kullanımına kolaylık ve işlevsellik katacak “Konum” “Bildirimler” “Beğendiklerim” ve “Kullanıcı Girişi” şeklinde segmentler yer alacaktır. “Konum” bilgisi ile Afyonkarahisar destinasyonundaki turistik çekim merkezlerine harita üzerinden erişim sağlanacaktır. “Beğendiklerim” segmentinde turistler uygulamada beğendikleri turistik çekicilikleri ekleyebileceklerdir. Uygulamaya eklenen “Bildirimler” özelliği sayesinde uygulamada yapılan güncellemeler ve eklemeler hakkında bilgilendirme bildirimleri, ayrıca soru sor butonundan sorulan sorulara gelen cevaplar direkt olarak kullanıcılara bildirim olarak düşecektir. “Kullanıcı Girişi” segmentinde ise kullanıcıların uygulamaya üyelik girişi ve diledikleri zaman çıkış yapılabilecek bir özellik eklenmesiyle uygulama sistematiklik kazanacaktır.



Görsel 7. VisitAfyon Uygulamasına Önerilen Yeni Ara Yüz

VisitAfyon uygulamasına yönelik önerilen kategoriler Görsel 8'de yer almaktadır. Kullanıcıların panele bir dokunuşuyla tüm kategoriler bir dizi şeklinde yer alacaktır. Afyonkarahisar ilinin tüm turistik çekicilikleri "Afyonkarahisar", "Tarih ve Kültür", "Termal Başkenti", "Gastronomi", "Rekreasyon Alanları", "Doğa", "Konaklama", "Alışveriş", "Tur Rotaları" ve "Bize Soru Sor" ve "Sık Sorulan Sorular" şeklinde kategorize edilmiştir. Örneğin "Afyonkarahisar kategorisine tıklandığı zaman şehrin tarihçesini içerecek kısa ve öz "Genel Bilgi", "İlçeler", "Nüfus", "İklim", "Coğrafi Konum" ve Önemli Noktalar (hastane, banka, eczane, emniyet, kütüphane vb.) bilgiler yer alacaktır. Uygulama içeriğinde yer alacak olan "Bize Soru Sor" aracılığıyla turistler aklındaki soru işaretlerini giderme ve merak ettiği başka hususları da öğrenme fırsatı yakalayacaktır. Turistlerin sorduğu cevaplara kullanıcı olan yerel halk cevap verebilecek ve destinasyona ait spesifik bilgileri paylaşabilecek ayrıca turistik deneyim öncesi her iki taraf için de güzel bir turizm deneyimi kazandıracaktır. "Sık Sorulan Sorular" bölümünde ise belirli dönemlerde en fazla sorulan sorular cevapları ile

birlikte sıralanacak ve bu liste gelen sorular bağlamında güncellenecektir. Böylelikle turist ile yerel halk arasında da iletişim rahatlıkla kurulabilecektir. Atsız (2022) tarafından yapılan çalışmada da bu durum desteklenmiştir. Çalışmada Konya ve Çanakkale destinasyonlarının akıllı şehir ve destinasyon uygulamalarını karşılaştırılmıştır ve çalışma sonucunda “Çanakkale Gezisi AR” ve “Bir Nefes Çanakkale” uygulamalarının ortak sorununun gelen turiste yönelik yeterince bilgilendirilmenin yapılmaması, “Konya” uygulamasında destinasyonda yaşayan halka ve gelen ziyaretçilerin yaşam kalitesini artırmaya, istek ve ihtiyaçlara cevap verme olanağının yüksek olduğu ancak akıllı turizm destinasyonu bağlamında değerlendirildiğinde konaklama, güvenlik, sağlık, bankacılık, kültür-sanat gibi alanlarda oldukça sınırlı kaldığı sonucuna ulaşmıştır.



Görsel 8. VisitAfyon Uygulamasına Önerilen Kategoriler

Uygulama genel itibariyle değerlendirildiğinde, Afyonkarahisar ilinin tanıtımı için gerekli bir uygulama olduğu ancak birtakım eksikliklerin olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca uygulamanın tanıtımının yeterli yapılmaması, destinasyon tanıtımı konusunda da sorun teşkil etmektedir. Bu eksiklikler iyileştirilerek uygulama daha iyi bir duruma getirilebilir ve destinasyon tanıtımında önemli bir rol oynayabilir.

## 5. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada, Afyonkarahisar destinasyonunun tanıtımı için geliştirilen VisitAfyon mobil uygulamasına yönelik bir değerlendirme yapılarak VisitAfyon mobil uygulama içeriğinin iyileştirilmesine yönelik önerilerde bulunulmuştur. VisitAfyon mobil uygulaması Afyonkarahisar Valiliği tarafından destinasyonun tanıtımına yönelik geliştirilen bir mobil uygulamadır. Uygulamanın 2019 yılında oluşturulduğu, sadece aynı yıl uygulamada iyileştirmeler yapıldığı tespit edilmiştir. Uygulama içeriğine yönelik yapılan değerlendirme sonucunda öncelik olarak eksik olan turistik çekicilikler ve güncel olmayan bilgilerin yer aldığı görülmektedir. Destinasyonu tercih edecek turistler açısından bir dezavantaj oluşturacak olan bu durum turistleri yanlış yönlendirebilir ve destinasyona karşı turistlerin aidiyet ve güven duygusunun azalmasına mahal verebilir. Mobil uygulamalarda görülen en büyük eksiklik uygulamanın içeriğinin yetersiz olmasıdır ve VisitAfyon uygulamasında da bu durum yaşanmaktadır. Cavia ve López (2013) tarafından yapılan çalışmada da bu durum desteklenmiştir. Yapılan çalışmada İspanyol destinasyon uygulamalarının bir örneği, uluslararası destinasyonlar ve ticari markalardan oluşan iki karşılaştırmalı örnekle birlikte incelenmiştir. Çalışma sonucunda mobil uygulamaların sağladığı kaynakların yetersiz kullanıldığı, spesifik olmayan içeriklerin olduğu ve etkileşimli seçeneklerden yoksun olduğuna ulaşılmıştır.

Uygulama içeriğinde mevcut olan kategoriler turistler için anlaşılır ve daha hedefe yönelik şekilde kullanılacak boyutta tekrar kategorize edilip alt kategoriler eklenmiş olup, ekseriyete olarak farklı kategorilerin eklenmesi önerisinde bulunulmuştur. Bu kategoriler “Afyonkarahisar”, “Tarih ve Kültür”, “Rekreasyon Alanları”, “Tur Rotaları”, “Bize Soru Sor” ve “Sık Sorulan Sorular” şeklindedir. Önerilen kategorilerden ilki “Afyonkarahisar”dır. Bu kategoride öncelikle il hakkında kısa ve öz olan genel bilgi, ilçeleri, ilin nüfusu, coğrafi konumu, iklimi ve turistlerin ihtiyaçları doğrultusunda gereksinim duyacakları önemli noktalar (hastane, emniyet, eczane, banka vb.) olan bilgiler yer alacaktır. İkinci öneri olan “Tarih ve Kültür” kategorisinde Frig kültürü, Frigya Afyonkarahisar Bölgesinde görülmesi gereken noktalar (Ayazini ve çevresi, İhsaniye bölgesi), Afyonkarahisar kalesi ve destinasyonda yer alan müzelerden (Afyonkarahisar Müzesi, Yumurta Müzesi, Güzel Sanatlar Fakültesi İbrahim Alimoğlu Müzik Müzesi) bahsedilmelidir. Bir diğer kategori önerisi “Rekreasyon Alanları”dır. Bu kategori içerisinde Akarçay, Suçikan parkı (Dinar), Afyonkarahisar Motor Sporları Merkezi, Masal Dünyası parkı, parklar ve lunaparklar yer almalıdır ve bu noktalar hakkında kısa bilgiler verilmesi destinasyonu tercih edecek turistlere de yol gösterecektir. “Doğa” kategorisi bir başka kategori önerisidir. Doğa

kategorisinde Afyonkarahisar’da yer alan Akdağ Tabiat parkı, 26 Ağustos Tabiat parkı, Emre gölü, Eber gölü, Karamık gölü, Acıgöl Kuş Cenneti gibi çekiciliklere değinilebilir.

Mevcut mobil uygulamada yer alan “Alışveriş” kategorisi birtakım iyileştirmeler yapılarak düzenlenebilir. Örneğin mevcut alışveriş kategorisinde yalnızca alışveriş merkezleri ve bedestene yer verilmiştir. Alışveriş kategorisi giyim ve hediyelik eşyalar şeklinde alt kategorilere ayrılarak turistlerinde ihtiyaçlarına yönelik kolaylıkla ulaşabilecekleri işletmeler bulmalarına olanak sağlayacaktır. Yerel halkı turizm gelişim sürecine dahil etmek, turizm gelişimi hakkında görüş ve önerilerini almak, fikir alışverişinde bulunmak ve gelecekteki turizm gelişmesini teşvik yönünde karşılıklı fikir alışverişi yapmak yerel halkın karar merkezlerini etkileyebilmesi ve kendilerini turizmin bir parçası olarak hissetmeleri açısından oldukça önemlidir (Alaeddinoğlu, 2007).

Mevcut mobil uygulamada eksik görülen bir diğer nokta ise tur rotalarının olmayışıdır. Destinasyona gelecek olan turistler seyahat acenteleri vasıtasıyla ya da turist rehberi olmadan gezmek isteyebilir, münferit olarak tur rotası oluşturabilir. Böylelikle uygulamada yer alacak olan tur rotaları sayesinde turistler kendi tercihlerine uygun olan bir rota seçebilirler. VisitAfyon mobil uygulamasında iki ya da üç tane tur rotası oluşturulabilir. Bunlardan ilki Frigya Afyonkarahisar Bölgesi’dir. Bu rota Ayazini ve çevresi, İhsaniye ve Kayıhan bölgesinden oluşmaktadır. İkinci tur rotası da Başkomutanlık Tarihi Milli Parkı’dır. Bu rota kapsamında da Kocatepe Atatürk Anıtı, Şuhut Atatürk Evi ve şehitlikler yer almaktadır. Üçüncü bir rota olarak da Afyonkarahisar merkezi verilebilir. Bu kapsamda Afyonkarahisar Kalesi, Ulu Cami, Mevlevihane, Millet Hamamı, Taşhan, Anıt Park ve konaklar dahil edilebilir.

Konuyla ilgili gelecekte çalışma yapacak araştırmacılar, destinasyon tanıtımında önemli bir araç olan mobil uygulamaların oluşturulması ve geliştirilmesine yönelik çalışmalar gerçekleştirilebilir. Benzer şekilde iki farklı destinasyonda var olan mobil uygulamalar karşılaştırılabilir. Böylelikle eksiklikler giderilebilir ve iyileştirmeler yapılabilir. Çalışma turistlere, turistlerle etkileşimde olan yerel halka ve turizm sektöründeki paydaşlara, destinasyon yöneticilerine yol gösterici olma niteliğindedir. Böylelikle Afyonkarahisar destinasyonunun tanıtımının ve tercih edilebilirliğini arttırmaya yönelik olan bu çalışma, turizm yazınına da farklı açılardan katkıda bulunacaktır.

## Kaynakça

- Alaeddinoğlu, F. (2007). Van halkının turisti ve turizmi algılama şekli. *Coğrafya Bilimler Dergisi*, 5(1), 1-16.
- Atsız, N. (2022). Akıllı turizm destinasyonu kapsamında Konya ve Çanakkale. *Kamu Yönetimi Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(3), 239-272.
- Avcıkurt, C. (2015). *Turizm Sosyolojisi Genel ve Yapısal Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bloem, J., Van Doorn, M. & Duivestein, S. (2009). Past, Present and Future of the Third Media Revolution. J. BLOEM, M. VAN DOORN. ve S. DUIVESTEIN içinde. *Me the media-rise of the conversation society* (1-50 ), Amsterdam: Uitgeverij kleine Uil.
- Cavia, J. F & López, M. (2013). Communication, destination brands and mobile applications. *Communication & Society*, 26(2), 95-113.
- Civelek, M. ve Dalgın, T. (2013). Turizm pazarlamasında sosyal medya, turizm işletmeleri üzerine bir araştırma: Muğla örneği. 14. *Ulusal Turizm Kongresi* (s. 266-282). Kayseri: Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi Yayınları.
- Erdem, A., Şanlı Kayran, S. C. ve Şeker, F. (2020). Mobil turizm uygulaması olarak Visiturfa Gezi Rehberi'nin değerlendirilmesi. *Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 1-12.
- Eris, T. (2021). Akıllı turizm kapsamında İzmir'in akıllı turizm uygulamalarının incelenmesi: 'Visitizmir' örneği. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, Özel Sayı, 126-134.
- Güllü, K. (2018). Destinasyon tanıtımında yerel yönetimlerin rolü: Belediyelerin web siteleri üzerine bir araştırma. *Reforma*, 3(79), 38-51.
- İçli, G. E. ve Çopur, M. E. (2008). Pazarlama iletişiminde renklerin rolü. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 22-33.
- İşbilir Yücecişik, N. ve Özer, Ç. (2019). Destinasyon pazarlaması ve kapsamı. B. SUNA içinde. *Destinasyon yönetimi ve pazarlaması* (s.139-162), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kastenholz, E., Carneiro, M. J., Eusebio, C. & Figueiredo, E. (2013). Host-Guest Relationships in Rural Tourism: Evidence from Two Portuguese Villages, *An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 24(3), 367-380.
- Kırova, S., Sel, Z. G. ve Tepeci, M. (2023). Destinasyon pazarlaması: Afyonkarahisar termal turizm örneği., *Yönetim ve Ekonomi*, 30(2), 321-341.
- Kozak, M. & Taşçı, A. D. (2005). Perceptions of foreign tourists by local service providers: The case of Fethiye, Turkey. *International Journal of Tourism Research*, 7(4-5), 261-267.
- Kuo, T. S., Huang, K. C., Thang, N. Q. & Hung, N. P. (2019). Adoption of mobile applications for identifying tourism destinations by travellers:



- An integrative approach. *Journal of Business Economics and Management*, 20(5), 860-877.
- Nicholas, N. L., Thapa, B. & Ko, Y. J. (2009). Residents' perspectives of a worldheritage site: the pitons management area, st. Lucia. *Annals of Tourism Research*, 36(3), 390-412.
- Sarı, Y. ve Kozak, M. (2005). Turizm pazarlamasına internetin etkisi: Destinasyon web siteleri için bir model önerisi. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 9, 248-271.
- Siewiorek , D. (2012). Generation smartphone. *IEEE Spectrum*, 49(9), 54-58.
- Statista. (2023). *Number of Smartphone Mobile Network Subscriptions Worldwide from 2016 to 2022, with Forecasts from 2023 to 2028*. <https://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide/> Erişim: Eylül 2023.
- Şanlıöz, H. K., Dilek, S. E. ve Koçak, N. (2013). Değişen dünya, dönüşen pazarlama: Türkiye turizm sektöründen öncü bir mobil uygulama örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(2), 250-260.
- Şentürk, B. (2019). Edremit İlçesi Yerel Halkının Turizm Gelişimine Yönelik Algısı. *Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tairov, I. (2017). Tourism Mobile Applications – Development Benefits and Keyfeatures, *7th International Conference on Application of Information and Communication Technology and Statistics in Economy and Education*. Sofia: UNWE.
- Tayfun, A. (2002). Turist yerli halk etkileşimi üzerine bir araştırma. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(1), 1-12.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. İstanbul: Seçkin Yayıncılık.
- Yousapronpaiboon, K. & Johnson, W. C. (2013). Out-patient service quality perceptions in private thai hospitals. *International Journal of Business and Social Science*, 4(2), 57-66.
- Wang, D., Xiang, Z. & Fesenmaier, D. (2014). Smartphone use in everyday life and travel. *SAGE Journals*, 55(1).

## Araç Kiralama ve Araç Paylaşımının Öncülleri ve Ardılları

Bayram Akay<sup>1</sup>

### Özet

**Amacı:** Bu çalışmanın amacı araç kiralama ve araç paylaşımı çalışmalarında hangi öncüllerin ve sonuçların daha çok çalışıldığını tespit etmektir. Bu amaçla Scopus veri tabanındaki araç kiralama ve paylaşımı konulu makaleler öncül ve sonuç değişkenleri açısından incelenmiştir.

**Araştırma Yöntemi:** Araştırmada 1952-2022 yılları arasındaki 125 araç kiralama ve 1978-2022 yılları arasındaki 348 araç paylaşımı ile ilgili makaleler üzerinde içerik analizi yapılmıştır.

**Bulgular:** Araç kiralama ve araç paylaşımı ile ilgili çalışmalar çevresel faktörler, seyahat davranışı, yönetsel faktörler, iş modeli ve farklı metodolojik yaklaşımlarla ilişkili değişkenler öne çıkmaktadır. Ayrıca bu çalışmalarda örgütsel, müşteri ve sosyal faktörler gibi sonuçların ortaya çıktığı görülmüştür. Araç paylaşımı ile ilgili yayınlarda en verimli ülke Çin iken araç kiralama yayınlarında Amerika Birleşik Devletleri'dir.

**Sonuç ve Öneriler:** Araç paylaşımı araştırmalarında mevcut çerçeveyi daha da pekiştirmek için kültürel farklılıklar, iş hacmi, ulaşım modu/türü incelenebilir. Araç kiralama araştırmalarında çevresel faktörlere ve sürdürülebilirliğe değinilebilir. Hem araç paylaşımı hem de araç kiralama araştırmalarında kiralama davranışı, inovasyon, girişimcilik, kıyaslama ve kümelenme üzerine çalışmalar yapılabilir.

**Orijinalliği/değeri:** Çalışma ile araç kiralama ve araç paylaşımı konusundaki akademik çalışmalara genel bir perspektif sunması nedeniyle literatüre önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

1 Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Turizm İşletmeciliği, Türkiye, bakay@mehmetakif.edu.tr

## 1. Giriş

Araç paylaşımı üzerine yapılan araştırmaların, araç kiralama araştırmalarına kıyasla uzun bir geçmişi yoktur. Robeson (1952), halk sağlığı hemşirelerinin ABD'deki kırsal alanlara taşınması için araç kiralama hizmetlerini tanıtmıştır. Hyatt (1953), Hertz, Avis ve ulusal araç kiralama işletmelerini karayolu taşımacılığındaki önemini incelemiştir. İsviçre'de 1948'den beri araç paylaşımı mevcut olmasına rağmen ilk akademik çalışma olarak (Green (1978), Britanya'da araç paylaşımının olası fayda ve zararlarını değerlendirmek için bir literatür taraması yapmıştır. Vincent ve Wood (1979), Britanya'da araç paylaşımının son durumunu ve potansiyelini araştırmıştır. Daha sonraki yıllarda Avrupa ve Kuzey Amerika'da araç paylaşımının geçmişi, bugünü ve geleceği incelenmiştir (Shaheen vd., 1998; Shaheen vd., 1999; Orski, 2001).

Son yıllarda ulaşım, işletme, yönetim, çevre ve enerji gibi çeşitli alanlarda araç paylaşımı üzerine araştırmalar artmıştır (Nansubuga ve Kowalkowski, 2021). Bu çalışmalar araç emisyonları (Chapman vd., 2020), küresel ısınma (Ding vd., 2019), düşük maliyetli kiralama ve yeşil kalkınma (Dong vd., 2020), kentsel sürdürülebilirlik (Roblek vd., 2021), trafik sıkışıklığı, park sorunları (Ke vd., 2019), hava kirliliği (Nijland ve Meerkerk, 2017) ve iş modellerine (Meijer vd., 2019; Sarasini ve Langeland, 2021) odaklanmaktadır. Araç kiralama araştırmaları ise seyahat, hizmet kalitesi (Zhang vd, 2014), mobilite, sürdürülebilirlik, rekabet, fiyatlandırma (Wei-Chiang vd., 2007), gelir yönetimi (Geraghty ve Johnson, 1997; Beatriz vd., 2017), talep tahmini (Zhu, 2006; Menezes ve Uzagalieva, 2013), lojistik yönetimi (Fink ve Reiners, 2006; Haensel ve Schmidt, 2012) ve filo planlaması (Pachon, 2006) konuları üzerinedir. Şehir ulaştırması ve turizm ulaştırmasında araç paylaşımı ve araç kiralama yaygın uygulamalar olmakla birlikte, bu konuda henüz bir bilgi sentezi sunulmamıştır. Bu çalışmada, farklı dinamiklere sahip araç paylaşımı ve araç kiralama araştırmalarının öncüllerini ve sonuçlarını belirlemek için içerik analizinin yanı sıra bibliyometrik analiz yapılmıştır.

## 2. Literatür Taraması

Araç kiralama, ABD'de büyük firmaların taşıma araçlarını kiralaması ile başlayan, 1960'lı yıllarda İngiltere ve Almanya ile birlikte tüm Batı Avrupa Ülkelerinde, daha sonra ise Japonya ve tüm Uzakdoğu ülkelerine yayılan yeni bir iş kolu modelidir (Güneş, 2005). Araç kiralama işletmeleri daha çok havaalanı veya anakentlerde büyük kiralama acenteleri ve çok sayıda yerel şubeler olarak hizmet vermektedir (Borba, 2007). Araç kiralamada kiraya veren ve kiralayan olarak iki taraf vardır. Araç kiralama hizmeti, kısa dönemli

ve uzun dönemli olmak üzere iki temel sınıflandırmadan oluşmaktadır. Kısa dönemli araç kiralama günlük ve bir yıldan az kiralamaları içermektedir. Uzun dönemli araç kiralama ise finansal ve operasyonel kiralama hizmetidir.

Son yıllarda motorlu araç sayısındaki büyük artış ve yolcu hacmindeki sürekli büyüme, özellikle büyük şehirlerde trafik ve park sorunları ile kişisel otomobil sahibi olmanın masrafları 2000 senesinde araç paylaşım işletmelerinin doğmasına neden olmuştur (Loose vd., 2006). Araç paylaşımında Robin Chase ve Antje Danielson kentli sürücülerin araba sahibi olmak yerine, saatlik/gecelik kiralama ihtiyaçlarının olduğunu görebek bu pazar sorununu çözmüşlerdir (Craig vd., 2008).

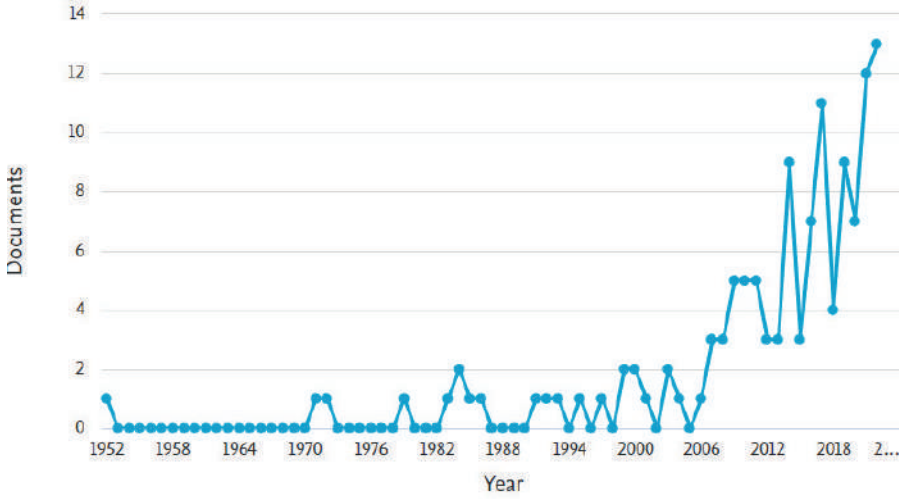
Araç paylaşımının geleneksel araç kiralamadan farkı tüketicinin araca erişimini sağlayan ağ, kısa süreli kiralama, benzin ve sigorta dâhil fiyatlarla kiralama sağlamasıdır. Bunlara ek olarak araç paylaşımının öncelikli amacı araba sahibi olmanın alternatifi olmasıdır. Özellikle havaalanı ve şehir merkezi acentelerinde olduğu gibi aracın kontrolü için personel gerektirmez ve 24 saat minimum kiralama zorunluluğu yoktur. Sonuç olarak, kiralama firmaları iş seyahati, turizm ve ikame araç sağlarken araba paylaşım operatörleri yerel sakinlerin kısa süreli seyahatlerine hitap etme eğilimindedir (Brown, 2005).

### 3. Araştırmanın Yöntemi

Günümüzde internetin ve sosyal medya kullanımının hızla gelişmesi nedeniyle veri madenciliği önemli veri toplama yöntemlerinden biri haline gelmiştir. Araştırmacılar için sanal yorumlar, forumlar, seyahat blokları, web siteleri, sosyal medya siteleri yaygın bir veri toplama yöntemidir (Kim vd., 2017; Doğan vd., 2016). Bu çalışma 10.08.2023 tarihinde Scopus veri tabanındaki sadece makaleler araç kiralama (car rental, rent a car, vehicle rental) ve araç paylaşımı (carsharing) kelimeleri sadece makale başlığında arama yapılarak gerçekleştirilmiştir. 1952-2022 yıllarını kapsayan 125 araç kiralama ve 1978-2022 yıllarını kapsayan 348 araç paylaşımı ile ilgili makaleler nitel içerik analizi yapılarak incelenmiştir.

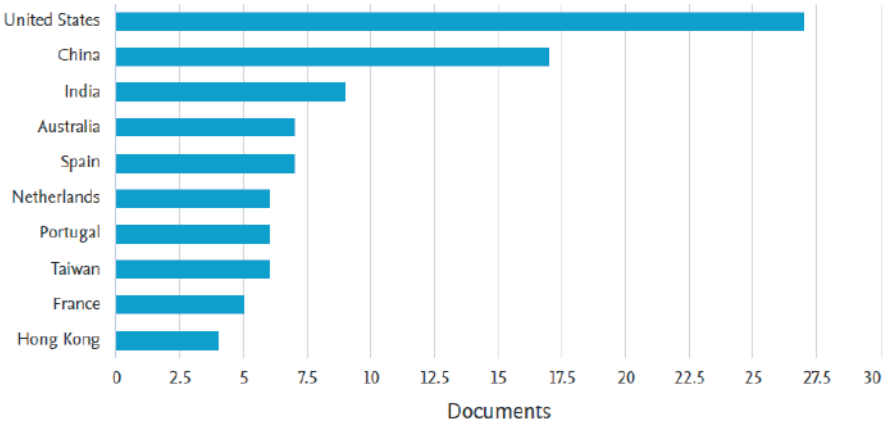
### 4. Araştırmanın Bulguları

Şekil 1'de araç kiralama alanında 1952-2006 yılları arasında en düşük yayın sayısı görülürken 2007 yılından sonra artış görülmüş, 2017 yılında 11 yayın sayısına ulaşmıştır. İnişli çıkışlı bir süreç geçiren araştırma alanı geçmişten günümüze 2023 yılına kadar 125 yayın sayısına ulaşmıştır.



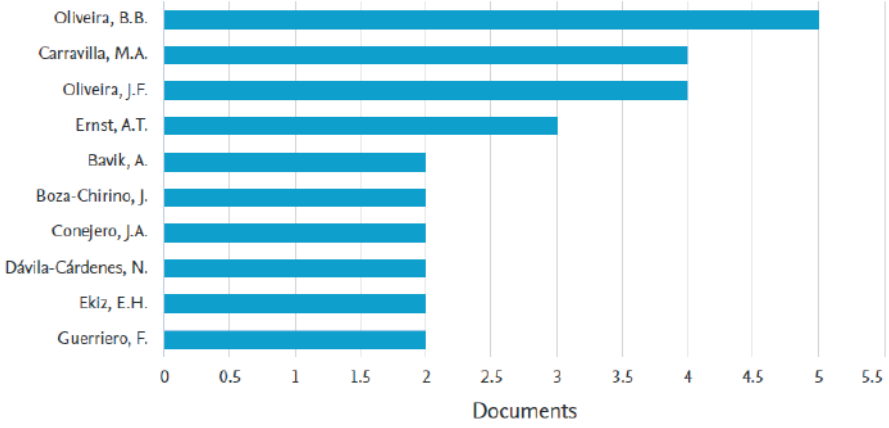
Şekil 1: Araç Kiralama Araştırmalarının Yıllara Göre Dağılımı

Araç kiralama alanında en çok makale yayın yapan on ülke sırası ile ABD, Çin, Hindistan, Avustralya, İspanya, Hollanda, Portekiz, Tayvan, Fransa ve Hong Kong olmuştur. Araç kiralama faaliyetinin başladığı ülke olması sebebiyle ABD bu alanda en çok yayına sahip ülke konumundadır.



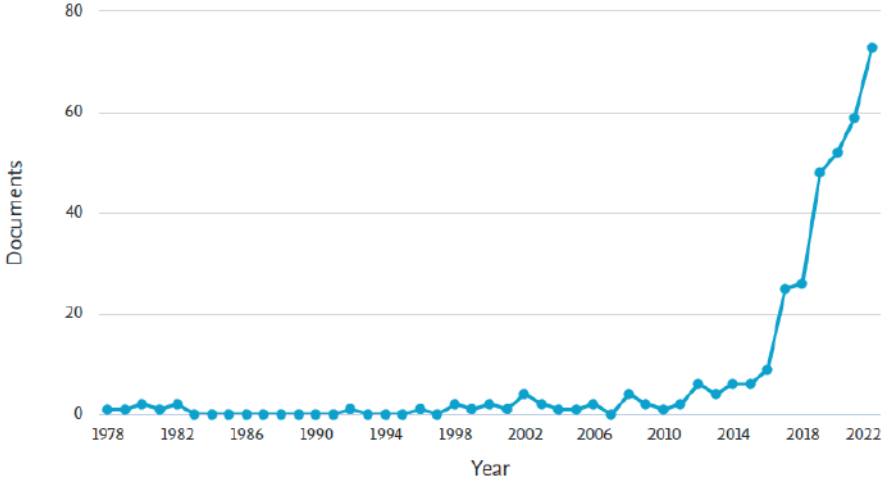
Şekil 2: Araç Kiralama Araştırmalarının Ülkelere Göre Dağılımı

Araç kiralama araştırmalarında en üretken yazar olan Oliveira, B. B. (5 makale), Carravilla, M. A. ve Oliveira, J. E. 4'er adet makale yayınlamıştır. Oliveira, B. B. ise araç kiralama alanındaki fiyatlandırma ve rezervasyon problemleri konusunda çalışmalar yapmış olup çalışmalarını sırası ile 2014-2018-2019-2021 yıllarında yayınlamıştır.



*Şekil 3: Araç Kiralama Araştırmalarının Yazarlara Göre Dağılımı*

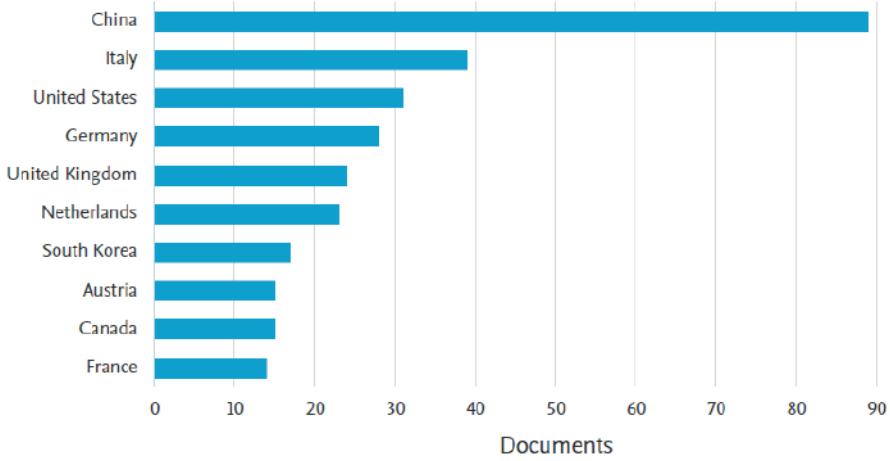
Araç paylaşımı alanında 1978-2011 yılları arasında en düşük yayın sayısı görülürken, 2016 yılından sonra artış görülmüş 2017 yılında yayın sayısı 25'e ulaşmıştır. Bu tarihten günümüze doğru artarak 2022 yılında 73 yayın ile ciddi bir artış görülmüştür



*Şekil 4: Araç Paylaşımı Araştırmalarının Yıllara Göre Dağılımı*

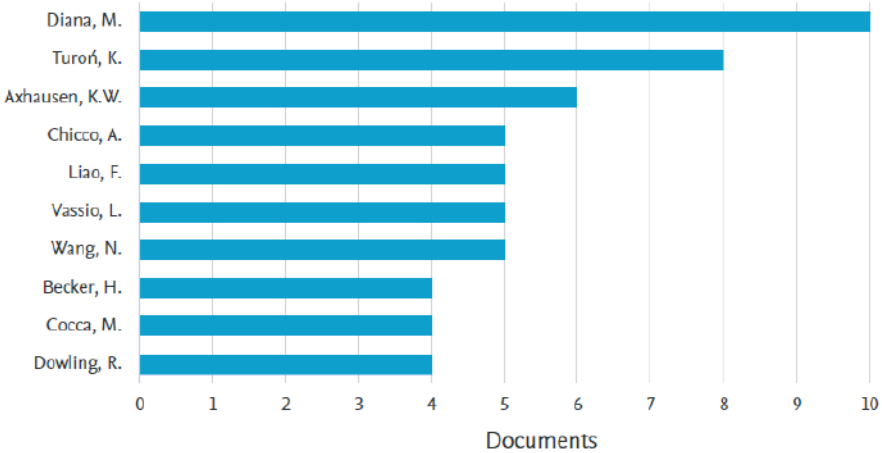
Araç paylaşımı alanında en çok makale yayınlayan ülkeler sırası ile Çin, İtalya, ABD, Almanya, İngiltere, Hollanda, Güney Kore, Avustralya, Kanada ve Fransa gelmektedir. Çin'in araç paylaşımı alanında en çok yayına sahip ülke olmasında dünyanın en kalabalık (nüfusu 1 milyar 426 milyon)

ülkesi olmasından ve Beijing, Shanghai, Chongging, Tianjin, Guangzhou, Shenzen gibi dünyanın en kalabalık şehirlerin trafik sorunlarının çözümüne odaklanmasından kaynaklanabilir. Türkiye’de de kalabalık şehirlerde (İstanbul, Ankara, İzmir, Antalya) araç paylaşımı geliştirilebilir.



Şekil 5: Araç Paylaşımı Araştırmalarının Ülkelere Göre Dağılımı

Araç paylaşımı araştırmalarında en üretken yazar olan Diana, M. 10 adet, Turon, K. 8 adet ve Axhausen, K. W. 6 adet makale yayınlamıştır.



Şekil 6: Araç Paylaşımı Araştırmalarının Yazarlara Göre Dağılımı

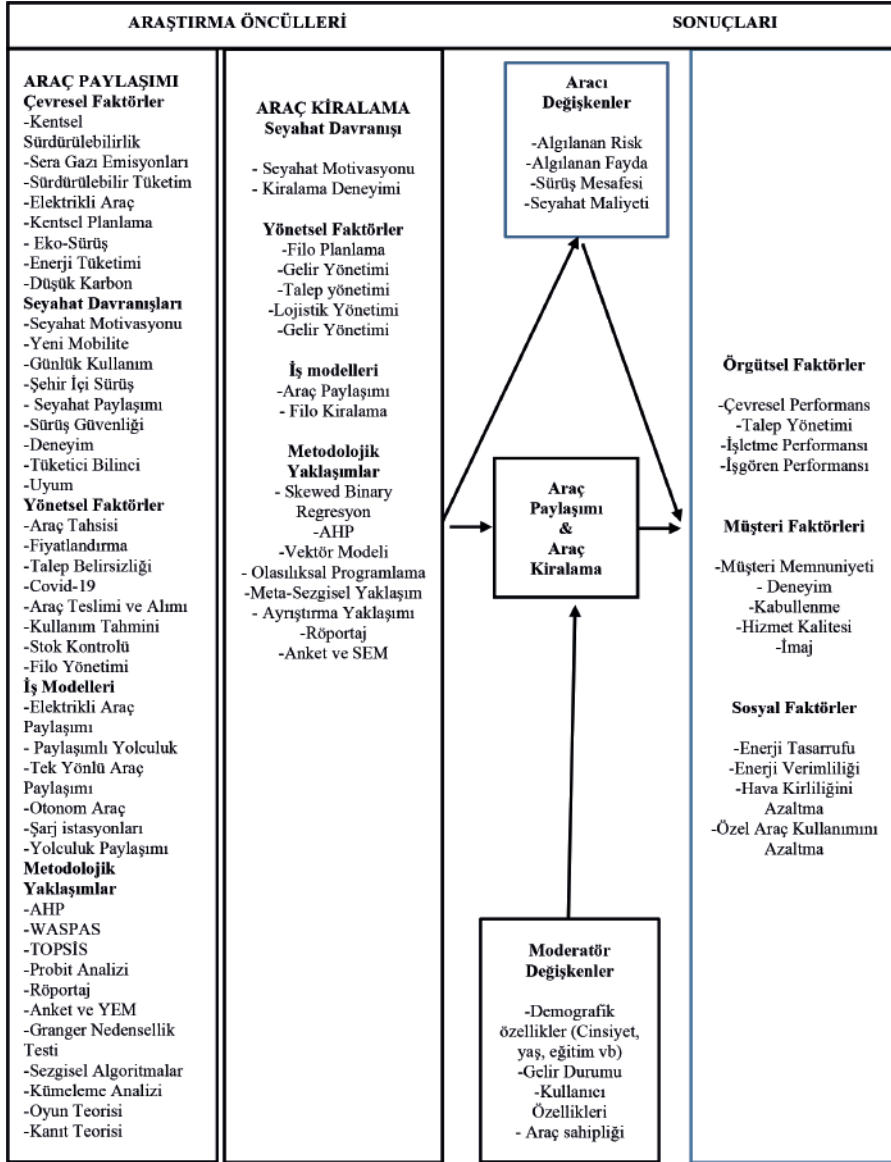
## Araştırma öncülleri, arabulucu- moderatör değişkenler ve sonuçları

Literatürde araç paylaşımı çalışmaları değişik metodolojik yaklaşımlar kullanılarak çevresel faktörlere, seyahat davranışlarına, yönetsel faktörlere, işletme modellerine odaklanmıştır. Bununla birlikte, önceki araştırmalar araç paylaşımının benimsenmesinde kültürel farklılıklar, iş hacmi, ve ulaşım modunu gözden kaçırmış olabilir. Bu bağlamda, mevcut çerçeveyi daha da pekiştirmek için kültürel farklılıklar, iş hacmi, ulaşım modu/türünün moderatör ve arabuluculuk etkileri incelenebilir (Kim ve Jan, 2021; Yu vd., 2016; Acheampong ve Siiba, 2020). Literatürde şimdiye kadar yapılan araştırmalar, araç kiralamanın birçok itici gücünü ortaya çıkarmıştır (seyahat davranışı, iş modeli, yönetsel faktörler). Ancak araç paylaşımındaki gibi çevresel faktörlere ve sürdürülebilirliğe değinilmemiştir (Nancy vd., 2021). Hem araç paylaşımı hem de araç kiralama araştırmalarında kiralama davranışı, inavasyon, girişimcilik, kıyaslama ve kümelenme üzerine çalışmalar yapılabilir.

Son yıllarda araç paylaşımı işletmeciliği yeşil avantajları nedeniyle popülerlik kazanmıştır (Sai vd., 2020). Araç paylaşımı özel araç sayısını, trafik sıkışıklığını (Li vd., 2021), araç emisyonunu (Jung ve Koo, 2018), enerji tüketimini (Akimoto vd., 2022) ve karbon salınımını (Silvestri vd., 2021) azaltmaya yardımcı olur. Tüm bunlar çevre ve şehir sürdürülebilirliğine katkı sağlayan önemli unsurlardır (Roblek vd., 2021). Literatürde araç kiralama ve çevre ilişkisi konuları ihmal edilmiştir. Araç kiralama ve çevre ilişkisi üzerine araştırmalar yapılabilir.

Araç paylaşımı yalnızca insanların çeşitli seyahat ihtiyaçlarını karşılamakla kalmayıp aynı zamanda insanların tercihlerini, mutluluğunu ve yaşam tarzını da bir dereceye kadar etkilemiştir (Hu vd., 2020). İyi tasarlanmış araç paylaşım hizmetleri şehir sakinleri için sürdürülebilir ve esnek hareketlilik çözümü sağlar (Svennevik vd., 2021). Bu hizmetlerin benimsenmesinde güvenlik, tüketici bilinci, çevreye duyarlılık ve eğitim seviyesi etkili olmaktadır (Jenn vd., 2018). Araç kiralamada seyahat davranışları olarak kullanıcı motivasyonu (araç özellikleri, kaçış-rahatlama, ego geliştirme ve yenilik) ve deneyim (kaçış, keşif, sosyalleşme ve manzara) ön plana çıkmaktadır.





Şekil 7: Araç Paylaşımı ve Araç Kiralama Araştırmalarının Kavramsal Çerçevesi

Araç paylaşımının ortaya çıkışı ve gelişimi ile birlikte yöneticiler araç tahsisi, fiyatlandırma, talep belirsizliği, covid-19, araç teslimi ve alımı, talep tahmini, stok kontrolü ve filo yönetimi gibi çeşitli sorunlarla karşılaşmıştır (Ilgen ve Höck, 2018). Araç yer değiştirme işlemlerini benimseyerek, bölgelerdeki arz-talep boşlukları azaltılabilir (Li vd., 2022). Sektör en iyi fiyatlandırma için otomobil üreticileri kazan kazan stratejisi uygulayabilir

(Liang vd., 2021), talep tahmini için doğrusal trend modeli, sabit büyüme modeli ve regresyon modeli kullanılabilir (Cocca vd., 2020). Araç kiralamada ise hizmet kalitesi, filo planlama, gelir yönetimi, talep tahmini, lojistik ve gelir yönetimi gibi yönetsel faktörlerle karşılaşılmaktadır. Araç paylaşımı, klasik araç kiralamanın evrimi olan iş modelidir (Cocca vd., 2020). Bu yeni iş modelleri, farklı mobilite çözümleri sunan yeni oyuncularla dolu bir sektöre dönüştürmüştür (Gilibert ve Ribas, 2019). Bunlar yolculuk paylaşımı, tek yönlü araç paylaşımı, gidiş-dönüş araç paylaşımı, B2C, B2B, P2P ve şarj istasyonu işletmeleridir.

## 5. Sonuç ve Öneriler

Araştırmada araç kiralama ve araç paylaşımı çalışmalarında hangi öncüllerin ve sonuçların daha çok çalışıldığı incelenmiştir. Ayrıca yıllara göre yayın sayısı, en çok yayın yapılan ülke ve yazar gibi araştırmaların bibliyometrik analizi yapılmıştır. Araştırma sonuçları araç paylaşımı çalışmalarının değişik metodolojik yaklaşımlar kullanarak çevresel faktörlere, seyahat davranışlarına, yönetsel faktörlere ve işletme modellerine odaklandığını göstermektedir. Ancak araç paylaşımının benimsemesinde kültürel farklılıklar, iş hacmi ve ulaşım türü gözden kaçırılmıştır. Bu bağlamda mevcut çerçeveyi daha da pekiştirmek için kültürel farklılıklar, iş hacmi, ulaşım modu/türü incelenebilir. Literatürde şimdiye kadar yapılan araştırmalar, araç kiralamanın birçok itici gücünü ortaya çıkarmıştır (seyahat davranışı, iş modeli ve yönetsel faktörler). Ancak araç paylaşımındaki gibi çevresel faktörlere, sürdürülebilirliğe değinilmemiştir (Nancy vd., 2021). Hem araç paylaşımı hem de araç kiralama araştırmalarında kiralama davranışı, inovasyon, girişimcilik, benchmarking, kümelenme üzerine çalışmalar yapılabilir.

Araç kiralama alanında yayın sayısı 125'e ulaşmış ve istikrarlı bir büyüme göstermemiştir. Araç kiralama turizmin önemli bir parçası olmasına rağmen üzerinde çok fazla durulmamaktadır. Araç paylaşımı alanında araştırmalar günümüze doğru artarak önemli bir büyüme (348 makale) göstermiştir. Araç paylaşımı trafik sıkışıklığı, park sorunu, hava kirliliği, sürdürülebilirlik, CO2 emisyonları gibi kentlerdeki şehir ulaşımı sorunlarının çözümünde yeni bir ulaşım seçeneği haline gelmiştir (Ke vd., 2019; Nijland ve Meerkerk, 2017). Araç kiralama alanında en çok makale yayınlayan ülkeler ABD, Çin, Hindistan, Avustralya, İspanya, Hollanda, Portekiz, Tayvan, Fransa ve Hongkong iken araç paylaşımı alanında ise Çin, İtalya, ABD, Almanya, İngiltere, Hollanda, Güney Kore, Avustralya, Kanada ve Fransa ön sıralarda yer almaktadır. Araç kiralama konusunda en üretken yazarlar Oliveira Beatriz Brito, Carravilla Maria Antónia ve Oliveira José Fernando iken araç paylaşımında Diana Marco, Turon Katarzyna ve Axhausen W. Kay'dır.

Araç paylaşımı ve araç kiralama araştırmalarında algılanan risk, algılanan fayda, sürüş mesafesi ve seyahat maliyeti gibi dört aracı değişken kullanılmıştır. Bu, gelecekteki araştırmalarda daha fazla aracı değişkenlere odaklanılması gerektiğini göstermektedir. Yeşil hizmet (Low vd., 2001), yeşil ulaştırma (Shah ve Shah, 2022) ve yeşil tüketim (Codini vd., 2018) gibi değişkenler aracı değişken olarak kullanılabilir. Ayrıca, araç paylaşımı ve araç kiralama ile sonuçları arasındaki ilişkide yeşil imaj ve yeşil memnuniyet gibi değişkenler aracı olarak kullanılabilir.

Araç paylaşımı ve araç kiralama literatüründe moderatör değişkenlerin sınırlı kullanıldığı bulunmuştur. Gelecekteki araştırmalarda coğrafi dağılım, araç türü, çevre bilinci ve yaşam tarzı moderatör değişken olarak kullanılabilir (Sweet ve Scott, 2021). Araştırmada örgütsel faktörler; çevresel performans, talep yönetimi, işletme performansı ve çalışan performansı müşteriye yönelik faktörler; müşteri memnuniyeti, deneyim, kabullenme, hizmet kalitesi ve imaj sosyal faktörler; enerji tasarrufu, enerji verimliliği, hava kirliliğini azaltma ve özel araç kullanımını azaltma olarak saptanmıştır. Gelecekteki çalışmalarda araç paylaşımı ve araç kiralamanın sonuçlarının daha fazla vurgulanması gerekir. Önceki çalışmaların sonuçları her iki hizmet hakkında çok sınırlı bir iç gözü sağlamıştır. Gelecekteki araştırmalar, rekabet avantajı, müşteri bağlılığı, firma karlılığı ve sosyal performans gibi sonuçları içerebilir.

## 6. Kaynakça

- Acheampong, R. A. & Siiba, A. (2020). Modelling the determinants of car-sharing adoption intentions among young adults: the role of attitude, perceived benefits, travel expectations and socio-demographic factors, *Transportation*, 47(5), 2557-2580.
- Akimoto, K., Sano, F. & Oda, J. (2022). Impacts of ride and car-sharing associated with fully autonomous cars on global energy consumptions and carbon dioxide emissions”, *Technological Forecasting and Social Change*, 174, 1-27.
- Beatriz B. O., Maria, A. C. & José F. O. (2017). Fleet and revenue management in car rental companies: A literature review and an integrated conceptual framework, *Omega*, 71, 11-26.
- Borba, D. (2007). Marketing Plan for Action Rent a Car A Brazilian Car Rental Brand, <http://www.actioncriacoes.net/marketing>, Accessed: 12 Augustos 2023.
- Brown, S. (2005). *Role of Car Sharing Transportation Sustainainability*, Canada: Vancouver.
- Chapman, D. A., Eyckmans, J. & Van Acker, K. (2020). Does Car-Sharing Reduce Car-Use? An Impact Evaluation of Car-Sharing in Flanders, Belgium, *Sustainability*, 12, 8155.
- Cocca, M., Teixeira, D., Vassio, L., Mellia, M., Almeida, J. M. & Couto, A. P. (2020). On Car-Sharing Usage Prediction with Open Socio-Demographic Data, *Electronics*, 9, 72.
- Codini, A. P., Miniero, G. & Bonera, M. (2018). Why not promote promotion for green consumption? The controversial role of regulatory focus, *European Business Review*, 5, 554-570.
- Craig, S.; Phil, M. & Meerman, S. D. (2008). *Tuned In: Uncover the Extraordinary Opportunities That Lead to Business Breakthroughs*, Hoboken, USA: John Wiley Inc.
- Ding, N., Pana, J., Zhanga, Z. & Yang, J. (2019). Life cycle assessment of car sharing models and the effect on GWP of urban transportation: A case study of Beijing, *Science of The Total Environment*, 688, 1137-1144.
- Doğan, S., Güngör, M. Y. & Tanrıverdi, A. (2016). Content analysis of online consumer reviews: a case study on food & beverage enterprises in Kuşadası, *International Refereed Journal of Marketing and Market Researches*, 19, 1-22.
- Dong, X., Cai, Y., Cheng, J., Hu, B., & Sun, H. (2020). Understanding the Competitive Advantages of Car Sharing from the Travel-Cost Perspective, *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 17, 1-28.

- Fink, A. & Reiners, T. (2006). Modeling and solving the short-term car rental logistics problem, *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 42(4), 272-292.
- Geraghty, M. ve Johnson, E. (1997). "Revenue Management Saves National Car Rental", *INFORMS*, 27(1), 107-127.
- Gilibert, M., & Ribas, I. (2019). Synergies between app-based car-related shared mobility services for the development of more profitable business models, *Journal of Industrial Engineering and Management*, 12(3), 405-420.
- Green, G. K. (1978). Car-sharing and car-pooling - a review, *TRRL Suppl Rep.* 358.
- Güneş, İ. H. (2005). Finansal Kiralama İşlemlerinde Kiracının Muhasebe Kayıtları, *Mevzuat Dergisi*, 18, 80-95.
- Haensel, A., Mederer, M. & Schmidt, H. (2012). Revenue management in the car rental industry: A stochastic programming approach, *Journal of Revenue Pricing Management*, 11, 99-108.
- Hu, B., Sun, Y., Sun, H., & Dong, X. A (2020). Contrastive Study on Travel Costs of Car-Sharing and Taxis Based on GPS Trajectory Data, *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 17, 1-28.
- Hyatt, M. R. (1953). There's a Car in The Picture, *Challenge*, 1 (9), 55-58.
- Ilgen, S. & Höck, M. (2019). Literature review of the vehicle relocation problem in one-way car sharing networks, *Transportation Research Part B.*, 120, 193-204.
- Jenn, A., Laberteaux, K. & Clewlow, R. (2018). New mobility service users' perceptions on electric vehicle adoption, *International Journal of Sustainable Transportation*, 12(7), 526-540.
- Jung, J. & Koo, Y. (2018). Analyzing the Effects of Car Sharing Services on the Reduction of Greenhouse Gas (GHG) Emissions, *Sustainability*, 10, 539.
- Ke, H., Chai, S. & Cheng, R. (2019). Does car sharing help reduce the total number of vehicles? *Soft Computer*, 23, 12461-12474.
- Kim, H., Chio, H. K., Kim, K. J. & Park, E. (2017). From owning to sharing: understanding the emergence of social sharing services, *Program: electronic library and information systems*, 51(2), 102-115.
- Kim, H. & Jan, U. I. (2021). Consumption value factors as determinants of use intention and behavior of car-sharing services in the Republic of Korea, *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, <https://doi.org/10.1080/13511610.2021.1890551>.
- Li, X., Gao, J., Wang, C. & Huang, X. (2022). Data-Driven Approach for Vehicle Relocation in Car-Sharing Services with Balanced Supply-Demand Ratios, *Int. J. ITS Res.* 20, 75-89.

- Li, Y; Long, J. C. & Yu, M. (2021). A time-dependent shared autonomous vehicle system design problem, *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, 124, 11-26.
- Li, J., Ma, M., Xia, X. & Ren, W. (2021). The Spatial Effect of Shared Mobility on Urban Traffic Congestion: Evidence from Chinese Cities, *Sustainability*, 13(24), 1-19.
- Low, K. M., Lamvik, T., Walsh, K. & Myklebust, O. (2001). Manufacturing a Green Service: Engaging the TRIZ Model of Innovation, *IEEE Transactions On Electronics Packaging Manufacturing*, 24(1), 10-17.
- Loose, W.; Mohr, M. & Claudia, N. (2006). Assessment of the Future Development of Car Sharing in Germany and Related Opportunities, *Transport Reviews*, 26 (3), 365-382.
- Meijer, L. L. J., Schipper, F. & Huijben, J. C. (2019). Align, adapt or amplify: Upscaling strategies for car sharing business models in Sydney, Australia, *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 33, 215-230.
- Menezes, A & Uzagalieva, A. (2013). The Demand of Car Rentals: a Microeconomic Approach with Count Models and Survey Data, *Review of economic analysis*, 5(1), 25-41.
- Nancy, D. C., Pérez-Sánchez, J., Gómez-Déniz, E., & Boza-Chirino, J. (2021). Skewed Regression to Study Rental Cars by Tourists in the Canary Islands. *Journal of Risk and Financial Management*, 14: 541.
- Nansubuga, B. & Kowalkowski, C. (2021). Carsharing: a systematic literature review and research agenda, *Journal of Service Management*, 32(6), 55-91.
- Nijland, H. & Meerkerk, J. (2017). Mobility and environmental impacts of car sharing in the Netherlands, *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 84-91.
- Orski, C. K. (2001). Car sharing, *Transportation Quarterly*, 55(4), 13-15.
- Pachon, J., Iakovou, E. & Chi, I. (2006). Vehicle fleet planning in the car rental industry, *Journal Revenue Pricing Management*, 5, 221-236.
- Robeson, K.A. (1952). Car rental for public health nurses in rural areas, *Public Health Nursing*, 44 (3), 132-133.
- Roblek, V.; Meško, M. & Podbregar, I. (2021). Impact of Car Sharing on Urban Sustainability, *Sustainability*, 13, 1-19.
- Sai, Q., Bi, J. & Chai, J. (2020). Optimal Model for Carsharing Station Location Based on Multi-Factor Constraints. *Algorithms*, 13, 43.
- Sarasini, S. & Langeland, O. (2021). "Business model innovation as a process for transforming user mobility practices, *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 39, 229-248.
- Shah, R. T. & Shah, T. T. (2022). Innovative m-car rental service quality in India, *International Journal of Innovation Science*, 14 (4), 588-607

- Shaheen, S., Sperling, D. & Wagner, C. (1999). Carsharing and partnership management: An international perspective, *Transportation Research Record*, 1666, 118 – 124.
- Shaheen, S., Sperling, D. & Wagner, C. (1998). Carsharing in Europe and North America: Past, present, and future, *Transportation Quarterly*, 52(3), 35 – 52.
- Silvestri, A., Foudi, S., Galarraga, I. & Ansuategi, A. (2021). “The contribution of carsharing to low carbon mobility: Complementarity and substitution with other modes, *Research in Transportation Economics*, 85, 100-108.
- Svennevik, E., Dijk, M. & Arnfalk, P. (2021). How do new mobility practices emerge? A comparative analysis of car-sharing in cities in Norway, Sweden and the Netherlands, *Energy Research & Social Science*, 82, 102-135.
- Sweet, M. N. & Scott, D. M. (2021). Shared mobility adoption from 2016 to 2018 in the Greater Toronto and Hamilton Area: Demographic or geographic diffusion? *Journal of Transport Geography*, 96, 103-119.
- Vincent, R.A. & Wood, K. (1979). Car-sharing and carpooling in Great Britain: the recent situation and potential, *United Kingdom Transport & Road Research Laboratory Report*, 893, 121-144.
- Wei-Chiang, H., Young-Jou, L., Ping-Feng, P. & Shun-Lin, Y. (2007). An improved support vector model in car-rental revenue forecast, *Journal of Statistics and Management Systems*, 10:3, 427-437.
- Zhang, M., Xie, Y., Huang, L. & He, Z. (2014). Service quality evaluation of car rental industry in China, *International Journal of Quality & Reliability Management*, 31(1), 82-102.
- Zhu, J. (2006). Using turndowns to estimate the latent demand in a car rental unconstrained demand forecast. *Journal of Revenue Pricing Management*, 4, 344–353.

## Düzce Destinasyonunun Yeni Trend Olan Apiturizm Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi

Mehmet Akif Öncü<sup>1</sup>

Taner Kömür<sup>2</sup>

Zeynep Kömür<sup>3</sup>

### Özet

### Amaç

Bu araştırmada, Düzce destinasyonunun apiturizm potansiyelinin belirlenmesi ve apiturizm kapsamında ileride yapılacak çalışmalara yol gösterici öneriler geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Çünkü apiturizmin, bölgeye özgü arı ürünleri, uygun doğa ve iklim koşullarına sahip olan destinasyonlar için kırsal kalkınmanın itici bir gücü olarak kullanılabilme potansiyeli bulunmaktadır.

### Yöntem

Apiturizm, Düzce’de aktif olarak yapılmamaktadır. Bu sebeple Düzce destinasyonundaki apiturizm potansiyelinin ortaya çıkarılması için literatür taraması yapılmış, ilgili resmi kurum ve kuruluşların resmi internet siteleri incelenerek istatistikî ve teknik verilere ulaşılmış ve son olarak destinasyonda apiturizm konusunda bilgi ve yetki sahibi olan kurum yetkilileri ile görüşülmüştür. Örneklemin belirlenmesinde amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

### Bulgular

Düzce destinasyonunda arıcılık faaliyetlerinin, tescilli Yığılca arısı, üretimi yapılan arı ürünlerinin ve zengin doğası ile apiturizmin uygulanması açısından yeterli potansiyelin olduğu ortaya çıkarılmıştır.

1 Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Türkiye, mehmetakifoncu@duzce.edu.tr

2 Düzce Üniversitesi, Gölyaka Meslek Yüksekokulu, Türkiye, tanerkomur@duzce.edu.tr

3 Düzce Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Türkiye, zeynepkomur@duzce.edu.tr



### **Sonuç ve Öneriler**

Araştırma sonucunda destinasyonda apiturizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi için ilgili paydaşlar tarafından bir yol haritası belirlenmesi gerektiği tespit edilmiştir. Araştırma sonuçları ışığında bu yol haritasına katkı sağlamak için bölgenin apiturizm potansiyeli değerlendirilmiş, destinasyon yöneticilerine ve sektör temsilcilerine çeşitli öneriler sunulmuştur.

### **Orijinallik**

Apiturizm, kırsal kalkınmanın gerçekleştirilmesinin argümanlarından biri olmaya adaydır. Bu araştırma, literatürde apiturizm ile ilgili olası boşluğun doldurulması ve apiturizme yönelmek isteyen destinasyonlar açısından bir rehber olunmasına katkı sağlaması açısından önemlidir. Buna ek olarak araştırma, Düzce destinasyonunun sahip olduğu apiturizm potansiyelinin kırsal kalkınmada kullanılabileceğini göstermiştir.

## **1. Giriş**

Turizm sektörü, dinamik bir özelliğe sahiptir. Bu nedenle zaman içinde toplumun değişmesi ve gelişmesi ile bireylerin önceliklerine ve ihtiyaçlarına bağlı olarak turizm anlayışında çeşitli eğilimler oluşmaktadır. Son zamanlarda önem kazanan eğilimlerden biri doğayla iç içe ve yöresel değerlerin tatilin merkezinde olduğu sürdürülebilirliğin değerinin arttırıldığı turizm faaliyetleridir. Bu sebeple doğa temelli gerçekleştirilen arıcılık faaliyetleri, doğaya verilen önemin de anlaşılmasına fayda sağlamasıyla sürdürülebilir bir özelliğe sahiptir.

Bununla birlikte kitle turizminin toplum ve çevre üzerindeki olumsuz yansımalarına ilişkin farkındalığın oluşturulması, alternatif turizm türlerine olan talebi artırmaktadır (Gülbahar, 2009). Toplumun sağlıklı beslenmesi, doğayı korumaya ilişkin gelişen ve günden güne artan farkındalıkları, doğa temelli turizm türlerinin önem kazanmasını sağlamıştır (Çoban ve Karakuş, 2019). Doğa temelli turizm türleri, doğadaki kaynakların ve doğal çevrenin korunması, yerel halkın turizmden ekonomik anlamda fayda sağlaması ve sürdürülebilir turizmin uygulanmasına katkı sağlaması sebepleriyle destinasyonlar açısından hayati öneme sahiptir (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2011). Türkiye’de doğa temelli turizm imkânları açısından oldukça zengin bir ülkedir. Başta Doğu Karadeniz Bölgesi olmak üzere Karadeniz Bölgesinin tümü, Akdeniz ve Ege Bölgeleri sahip oldukları flora ve fauna çeşitliliği, benzersiz doğal güzellikleri ve yaylalarıyla doğa temelli turizm bakımından ciddi bir potansiyele sahiptir (Şimşek, 2023).

Türkiye, sahip olduğu eşsiz doğal güzellikleri, bitki örtüsü ve iklimi ile arıcılık konusunda ve arı yetiştiriciliği ile arı kovan sayısı bakımından

da dünyada ilk sıralarda yer almaktadır (Çevrimli, 2019). Söz konusu özellikleri sebebiyle arıcılık faaliyetleri sadece tarımsal alanda değil turizm sektörü açısından da katkı sağlama potansiyeline sahiptir. Genellikle tarım turizminin bir türü olarak anılan apiturizm (arı turizmi), arıcılık sektörünü geliştirerek üretimin çoğaltılmasına katkı sağlaması, insanlarda farkındalık oluşmasını sağlayarak arı ürünlerinin sağlık amaçlı kullanımının artırılması ve doğaya sahip çıkma kültürünün geliştirilmesi amaçları açısından büyük önem arz etmektedir.

Arı ürünlerinin turizmde bir pazarlama aracı olarak kullanılabilir hale getirilmesi ancak arı ürünleri konusunda insanların farkındalığının ve bilincinin artırılması ve arıcılık işletmelerinin turizm döngüsüne kazandırılmasına yönelik çalışmalar ile gerçekleştirilebilir. Apiturizm, kırsal kalkınmanın gerçekleştirilmesinin argümanlarından biri olmaya adaydır. Fakat bugüne kadar apiturizme ilişkin yeterli çalışma yapılmamıştır. Bu araştırma, literatürde apiturizm ile ilgili olası boşluğun doldurulması ve apiturizmi uygulamak isteyen destinasyonlara rehber olunmasına katkı sağlaması açısından önemlidir. Dolayısıyla bu çalışmada, Düzce destinasyonunun apiturizm potansiyelinin belirlenmesi ve apiturizm kapsamında ileride yapılacak çalışmalara yol gösterici öneriler geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Çünkü apiturizm, bölgeye özgü arı ürünlerini uygun doğa ve iklim koşullarına sahip olan destinasyonlar için kırsal kalkınmanın itici bir gücü olarak kullanabilme potansiyeline sahiptir.

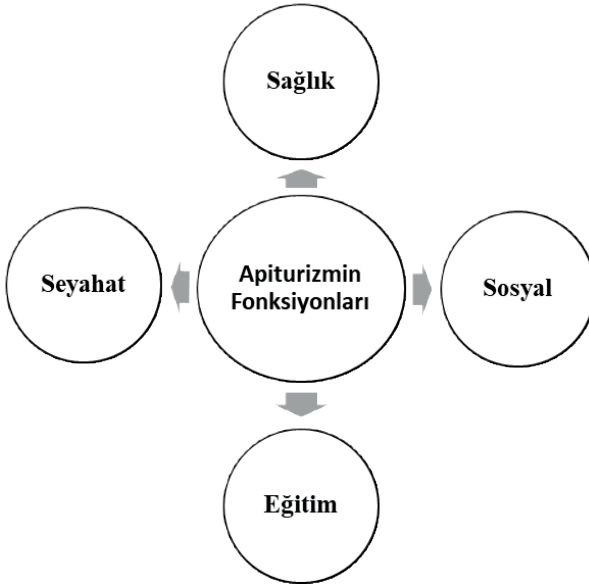
## 2. Literatür Taraması

### 2.1. Apiturizm Kavramı

Apiturizm kavramı ile ilgili çeşitli tanımlar yapılmıştır. Kırsal alanları görme, tarımsal alanlarda vakit geçirme aktivitelerini içermesi ve doğayı koruma farkındalığı sebebiyle doğa temelli bir turizm türü olarak ele alan çalışmaların (Saner vd., 2018; Şeker, 2020; Baycar vd, 2021; Çukur ve Çukur, 2021; Kılıç ve Güler, 2021; Şahin ve Aydın, 2021; Uzun vd, 2022; Yılmaz, 2022; Dönmez ve Helvacıoğlu, 2023; Şimşek, 2023) yanı sıra sunduğu apiterapi uygulaması ve sağlığa faydalı diğer arı ürünleri sebebiyle sağlık turizmi kapsamında inceleyen çalışmalar (Suna, 2018; Baycar vd., 2021; Şahin ve Aydın, 2021; Yılmaz, 2022; GEKA, 2023; Metin ve Koçyiğit, 2023) bulunmaktadır. Apiturizm, sahip olduğu çeşitli özellikleriyle farklı turizm türlerini bir arada uygulama imkânı veren bir kavramdır. Bu kapsamda; sadece arı ya da bal odaklı değil, birçok turizm işletmesini de birleştirici bir özelliğe sahiptir. Yiyecek-içecek işletmeleri, konaklama işletmeleri bunlardan bazılarıdır (Aliyeva vd., 2019). Ayrıca

eğitim kurumları, tıp merkezleri, kozmetik ve bakım ürünleri üreticileri de bu kapsamda yer almaktadır.

Apiturizm; arıcılık ile başlayıp insan yaşamının sorumlu davranışı, seyahat, eğitim deneyimlerini kapsayan bir turizm türüdür. Bu turizm türü, yeşil ekonominin bir unsuru olarak turizm sektöründe ortaya çıkmış ve gelişmektedir (Korosec, 2016). Dolayısıyla apiturizm; arı kültürünü benimseyen niş bir kitlenin, hayatlarını daha sağlıklı devam ettirmek ve tedavi olmak amacıyla arıların yaşamını sürdürdüğü doğal çevreyi ziyaret ettiği ve bu çevrede konakladığı süreç içerisinde oluşan faaliyetlerin tümüdür (Suna, 2018). Saltık vd. (2019)'e göre; ilham alma, gelişim ve seyahat etme gibi amaçlarla gerçekleştirilen arıcılık faaliyetlerinin sürdürülebilir seyahat yaklaşımıyla bir araya getirilmesi sonucunda oluşan sürdürülebilir turizm çeşididir. Bu kapsamda arıcılık müzesi, bal üretim, yapım ile tadım atölyeleri ve çiçek bahçelerinin gezip görülmesi ve arı ve bal ürünlerinin satışı yapılmaktadır. Kılıç ve Güler (2021) ise apiturizmi, alternatif ve sürdürülebilir turizm kapsamında incelemişlerdir. Bu bakımdan ele alındığında; bal üretimi, doğal zenginliklerin korunmasıyla turizm geliri elde edilmesini de sağlayan bir turizm çeşididir. Bal ürünlerinin satılması için satış noktalarının oluşturulması, apiterapi masaj mekanları, bal yapım atölyeleri, çiçek bahçeleri, festivaller, bal hasat ve bal tadım aktiviteleri, yarışmalar, workshoplar, eğitime yönelik etkinlikler ve arıcılık müzesi apiturizm kapsamında sunulan unsurlardır. Apiturizmin genel olarak fonksiyonları ise Şekil 1'de gösterilmiştir.



*Şekil 1. Apiturizmin Fonksiyonları*

*Eğitim fonksiyonu*; arıların dünya için önemi hususunda farkındalık oluşturmaktır. Eğitim kapsamında arıcılıkta yapılan faaliyetler, arı ürünleri, arıcılık ile ilgili oyunlar, sağlık konusunda apiterapi uygulamaları ve bunların olası etkileri hakkında bilgiler verilmektedir (Arih ve Korosec, 2015). Bu bağlamda doğada bal üretim aşamaları, bal çeşitliliği, bu kaynakların insanlık için önemi, korunması gerektiği ve sağlıklı yaşamdaki yerinin önemi vurgulanmaktadır (Wos, 2014). Burada sadece yetişkinlere hitap eden değil aynı zamanda arıcılık konusunda eğitim verilmesi yoluyla çocuklara ve gençlere de hitap edilen eğitimlerden bahsedilmektedir.

*Seyahat fonksiyonu*; arıcılık faaliyetlerinin yapıldığı destinasyonların benzersiz değerlerini görmek amacıyla seyahat etmektir. Seyahatin amacı, ziyaret edilen destinasyonda bal çeşitlerinin tadına bakmak, bal ve diğer arı ürünlerini satın almak, arı kovanlarını görmek ve arıcılık ile ilgili etkinliklere katılmaktır (Wos ve Bien, 2013).

*Sağlık fonksiyonu*; propolis, arı sütü, polen, bal mumu gibi arı ürünleri ile beraber arı havası soluma, bal masajı gibi apiterapi uygulamaları ile tedavi tekniklerini içermektedir (Şimşek, 2023; Wos and Bien, 2013).

*Sosyal fonksiyonu*; turizm sektörü ile arıcılık üretimini birleştirerek yerel halka fayda sağlamaktadır. Turistler, arı üreticilerinin bilgisi ve deneyiminden faydalanmaktadır. Bu yönüyle kırsalda yaşayan halka yarar sağlamakta, tarım turizmi ve ekoturizm aktivitelerinin çeşitlenmesini desteklemektedir (Wos, 2014; Şimşek, 2023).

Apiturizm kapsamında seyahat eden bir turistin deneyimleyeceği turistik ürünler ise şunlardır (Wos, 2014):

- Arıcılık faaliyeti yapan işletme ziyareti ve bal üretiminin öğrenilmesi,
- Balla pişirilen yemeklerin ve balmumundan bal yapımının öğrenilmesi,
- Bal üretimi yapan bitki bahçelerinin gezilmesi,
- Arı müzesi ziyaretinin gerçekleştirilmesi,
- Apiterapi kapsamında tedavi olunması,
- Arı ve arıcılık hakkında eğitimler verilmesidir.

## 2.2. Apiturizmin Türkiye’de Gelişimi

Arıcılık, Türkiye’de son zamanlarda ciddi gelişim gösteren bir sektör konumuna erişmiştir. Türkiye; floral ve kovan miktarının zengin olması, çeşitli iklim alanlarının varlığı, tarıma açık olmayan alanların çokluğu, tarımsal mücadele ilaçlarının azlığı, arı gen kaynakları bakımından zenginliğe sahip

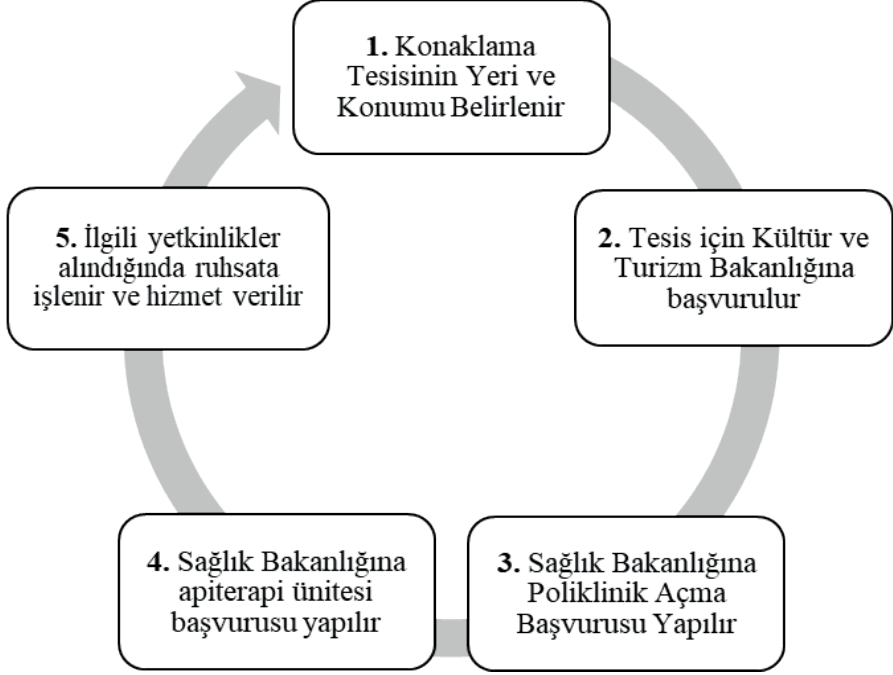
olması ile gezginci ve sabit arıcılığa elverişli olması gibi özelliklere sahiptir. Bunların yanı sıra T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından uygulanan Bal Ormanı Eylem Planıbirlikte, 296 bal ormanının kullanıma açılması arıcılığın daha avantajlı bir konuma ulaşmasını sağlamıştır (Sancak vd., 2013).

Arıcılık ve turizm kavramlarını birleştiren apiturizm; dünyada Slovenya, Almanya, Polonya, Çek Cumhuriyeti, Ukrayna, İspanya ve Litvanya gibi ülkelerde uygulanmaktadır. Bu uygulamalar; arıcılık ile ilgili gerçekleştirilen faaliyetleri gidip yerinde görme, bal tadımı, arıcılık müzesi ziyareti, apiterapi uygulamaları ve bal mumu yapımını kapsamaktadır (Burucu, 2021). Bu ülkeler aynı zamanda apiturizm yatırımı ve tanıtımı konusunda istikrarlı olarak gelişmektedirler (GEKA, 2020). Bal üretilmesi, arı kovanı adedi, zengin bal çeşitliliğine sahip olma özellikleri ile dünyada ilk sıralarda yerini alan Türkiye’de ise apiturizm kapsamındaki faaliyetler daha yeni başlamaktadır (Dönmez ve Helvacıoğlu, 2023). Apiterapi uygulamaları (arı ürünleri ile tedavi) bazı sağlık kuruluşlarının özel bölümlerinde sunulmaktadır. Apiterapi, Türkiye’de Sağlık Bakanlığının onayladığı bir apiterapi biriminde veya apiterapi uygulama merkezinde bu alanda uzmanlık sertifikasına sahip tabiplerce uygulama imkânı bulmaktadır. Fakat yurtdışında ise ziyaretçilerin arı kovanlarını gözleyebildikleri, arı havası ve arı sesinin tedavi amaçlı kullanıldığı odaları bulunan arı masajı gibi hizmetlerin sunulduğu apiturizm tesisleri bulunmaktadır (GEKA, 2020).

Dünyada apiturizm faaliyeti gerçekleştiren ülkeler, üzerinde çeşitli etkinliklerin yapılabileceği arı rotaları oluşturmuşlardır. Apiterapi merkezleri, arıcılık müzesi, bal çeşitleri ve arı ürünlerinin satışa sunulduğu işletmeler, çeşitli çiçek bahçelerinden oluşan floralar ve hem çocuk hem de yetişkinlere yönelik olarak aktivite düzenleme ve bal yapım atölyeleridir (Wos, 2014). Türkiye’de ise son yıllarda az sayıda gerçekleşen apiturizm örneği olmaya aday yerlerden biri Bursa’dadır. Bu ilde faaliyet göstermekte olan bir çiftlikte “arı sevme alanı” vardır. Kovan içindeki hayatı gözleme ve arıları sevme, şeffaf ve dışı yumuşak dokuya sahip kovan sayesinde mümkün olmaktadır (TRT Haber, 2019).

Türkiye’de apiterapi turizm tesisinin kuruluş işlemleri için “Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliği” geçerlidir. Bu yönetmeliğe göre böyle bir işletme iki şekilde hizmete açılabilir. Birincisi, en az 10 uzman hekim kadrosuyla bir tıp merkezi şeklinde açılabilir. İkincisi, ise apiterapi turizm tesisi olarak açılmasıdır. Bu şekilde açıldığında 10 doktora ihtiyaç bulunmadığından konaklama tesisi bünyesinde bir poliklinik olarak açılmaktadır. Bu durumda 2 apiterapi uzmanı kadrosu bulunması gerekmektedir. Ayrıca konaklama tesisi içerisinde böyle bir poliklinik için hasta bekleme salonları ve acil

müdahale odası da bulunması gerekmektedir. (Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliği, 2015). Dolayısıyla eğer bir konaklama işletmesi apiturizm kapsamında faaliyet göstermek istiyorsa tesisin kuruluş aşamasında yönetmelikte belirtilen şartları sağlayan düzenlemeleri yapması ve aşağıdaki şekilde belirtilen adımları izlemesi gerekmektedir.



Şekil 2. Apiterapi turizm tesisi yatırım süreci

### 2.3. Apiturizmin Düzce'de Gelişimi

Düzce; % 50'nin üzerindeki ormanlık alanları, coğrafi yapısı ve bitki örtüsü açısından arıcılık konusunda avantaja sahiptir. Destinasyondaki kestane ağacının tarihi bir geçmişi bulunmaktadır. Bununla birlikte bölgeye özgü bir arı ekotipinin varlığı, bölgenin arı ve arıcılık çalışmalarının gelişimine elverişli niteliklere sahip olduğunu kanıtlamaktadır. Bölgede bulunan Yığılca arısı ise kışa dayanıklı, bölgesine çok iyi uyum sağlayabilen ve diğer ekotiplerin yaklaşık üç katı kadar bal verimliliğine sahip olan bir arı türüdür (Düzce Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023).

Tarım ve Orman Bakanlığının hazırlayarak kamuoyunun bilgisine sunmuş olduğu Türkiye Arıcılık Haritası verilerine göre Düzce'de sırasıyla en fazla üretimi yapılan bal çeşitleri şunlardır: kestane, ıhlamur, orman gülü, çiçek,

kekik, pürendir. Türkiye’de coğrafi işaretli 22 adet bal çeşidi bulunmaktadır. Bu ballardan birisi, 06.09.2021 tarihinde tescillenmiş olan Düzce Kestane Balıdır (Türkiye Arıcılık Haritası, 2023). Buna ek olarak Düzce’de 5’i Akçakoca’da olmak üzere toplam 13 adet bal ormanı bulunmaktadır (ogm.gov.tr, 2023). Öte yandan Düzce Üniversitesinin özverili çalışmalarıyla 2009’da açılan Düzce Üniversitesi Arıcılık Araştırma Geliştirme ve Uygulama Merkezi (DAGEM), Yığılca arısına ilişkin araştırmalar yürütmekte ve bu kapsamda arıcılığın bölgede bilime daha uygun ve verimli olacak şekilde gelişmesine katkı sağlamaktadır (Düzce Ticaret Borsası, 2020).

DAGEM, yaptığı başarılı çalışmalarla birçok ilke imza atmış bir araştırma ve uygulama merkezidir. 2011 yılında arıcılık konusunda hazırladığı proje ile Türkiye’ye ilk Avrupa Girişimcilik ödülünün alınmasını sağlamıştır. Bu projenin amacı, yöreye has eşi bulunmayan gen kaynağının bölgede yaşayan halkın sosyoekonomik olarak gelişmesinde bir güç olarak kullanılması ve halkın girişimcilik özelliğinin ortaya çıkarılmasıdır (DAGEM, 2023). 2011 ile 2018 arasında gerçekleştirilen “Arı Biziz Bal da Bizdedir” isimli Türkiye’nin arı-çocuk projesinin amacı; arı ve çevre farkındalığı oluşturma, bal haricindeki arı ürünlerinin sağlık için kullanılması, arı sevgisinin daha yaygın hale gelmesi, arının polinasyon ve sürdürülebilir çevre için ne kadar değerli olduğunun anlaşılmasıdır. Bununla birlikte kestane propolisi üretimi yapan ilk ve tek merkezdir (DAGEM, 2023). 2019 yılında ilk arı zehri çalışmayı düzenlenmiş ve arının sağlık ve kozmetikte birçok kullanım alanının bulunduğu altı çizilmiştir (DAGEM, 2023). DAGEM; astım, bronşit, amfizem ve KOAH gibi çeşitli hastalıkların tedavi edilmesi maksadıyla apiair’e (kovan havası) ilişkin dünyadaki ilk bilimsel altyapıyı meydana getirmiş ve bilimsel çalışmaların gerçekleştirilmesine de ön ayak olmuştur (DAGEM, 2023).

DAGEM, apiturizm konusunda ise şu açıklamayı yapmıştır: “Son günlerde apiturizm oldukça popüler hale gelmiştir. Yığılca Hoşafoglu köyündeki DAGEM arılığı; Avusturalya, Kore, Amerika, Çin, Makedonya, Romanya, Yunanistan ve Suudi Arabistan olmak üzere çok sayıda yabancı misafire ev sahipliği yaptı. Bu ziyaretçiler, farklı ırk ekotipleri görmek, arı ve arı ürünleri ile tedavi olmak için ülkeler arası gezmektedir. Bizim Merkezimizi de özellikle kas hastaları, arı zehiri ile tedavi için aramaktadır. Bu nedenle apiterapi (arı ve arı ürünleri ile tedavi) ve apiair (kovan içi havanın solunması ile tedavi) konularında faaliyetlere başlanacaktır. Bu faaliyetler kapsamında Düzce’ye özellikle çok sayıda kas hastası ve astım hastasının gelmesi bekleniyor. Apiturizm, hem doğa turizmi, hem de sağlık turizmi kavramlarının yanında Düzce için de yeni bir sektör olarak yerini alacak. Düzce doğal güzellikleri, şelaleleri ve gen kaynakları ile turizm açısından son derece avantajlı bir

konumdadır. Bu nedenle özellikle apiterapinin de içerisinde yer aldığı sağlık turizmi açısından mutlaka değerlendirilmesi gerekir. DAGEM olarak Bölgesel Kalkınma Odaklı Misyon Farklılaşması ve İhtisaslaşma Projesi kapsamında apiterapi ve apiturizm faaliyetlerini yaygınlaştırma çalışmalarımıza başladık. Çok yakında KOAH ve astım hastalarının ormandaki kovan havasında şifa bulması için gerekli çalışmalarımızı da tamamlamış olacağız” (Düzce Organize Sanayi Bölgesi, 2023).

*Tablo 1. Düzce’de Arıcılık İstatistikleri, 2020- 2022*

Düzce	2020	2021	2022
İşletme Sayısı	713	713	744
Kovan Sayısı (adet)	58.473	63.943	65.903
Bal üretimi (ton)	523	693	531
Balmumu üretimi (ton)	21	21	16
Bal Verimi (Kg/Kovan)	9	10,8	8,1

*Kaynak: T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Arıcılık İstatistikleri, 2023.*

Tablo 1’de ise Düzce’de arıcılık ile ilgili olarak işletme sayısı, kovan sayısı, bal üretimi, bal mumu üretimi ve bal verimi gibi istatistikler yer almaktadır. Tablo incelendiğinde işletme sayısı ve kovan sayısında artış olduğu fakat bal üretimi, bal mumu ve bal veriminde düşüş olduğu görülmektedir. Bunun sebebi, 2022 yılında bal üretimin yapıldığı aylarda yağışın bir önceki yılın aynı dönemine göre daha fazla olmasıdır. Bal üretimini yapan arılar, yağmurlu havada kovandan çıkmamaktadırlar. Arı, dışarı çıkmayınca daha önce yaptığı kovan içerisinde balı da yemektedir. Yağmur, çiçeklerdeki nektarları da yıkayıp temizlemektedir. Arı yağmurlu hava sonrasında kovandan çıksa da çiçeklerde nektar bulamamakta ve bu durum da bal üretim miktarının dolayısıyla bal veriminin düşmesine sebep olmaktadır.



**Tablo 2. Arıcılık İşletme ve Kovan Sayılarının İlçelere Göre Dağılımı, 2020- 2022**

İlçe Adı	İşletme Sayısı	2022	2021	2020
Merkez	235	20.700	20.300	18.400
Akçakoca	159	11.943	14.805	14.200
Yığılca	128	13.702	8.182	6.950
Gölyaka	70	5.690	6.300	5.900
Çilimli	46	6.015	6.002	5.653
Cumayeri	37	3.803	3.402	2.985
Gümüşova	29	2.000	2.702	2.400
Kaynaşlı	42	2.050	2.250	1.985
<b>TOPLAM</b>	<b>744</b>	<b>65.903</b>	<b>63.943</b>	<b>58.473</b>

*Kaynak: T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Arıcılık İstatistikleri, 2023.*

Tablo 2’de Düzce’de arıcılık işletmelerinin ve bu işletmelerde bulunan kovan sayılarının ilçelere dağılımına ilişkin istatistikler yer almaktadır. Tablo incelendiğinde en fazla işletme ve kovan sayısının il merkezinde bulunduğu onu sırasıyla Akçakoca, Yığılca, Gölyaka ve Çilimli’nin izlediği görülmektedir.

**Tablo 3. Turizm İşletmesi Kuruluşunda Verilen Kırsal Kalkınma Hibe Destekleri**

İşletme Adı	Faaliyet Alanı	Destek türü	Hibe Oranı	Hibe Tutarı (TL)	Destek Yılı
Toptepe Çiftlik Evi	Konaklama İşletmesi	Kırsal kalkınma ekonomik yatırım	% 50	700.000	2016
Otantik Bahçe	Restoran	Kırsal kalkınma ekonomik yatırım	% 50	650.000	2016

*Kaynak: Düzce İl Tarım ve Orman Müdürlüğünden alınan veriler derlenerek bu tablo yazarlar tarafından oluşturulmuştur.*

Tablo 3’te ise turizm işletmesi kuruluşunda verilen kırsal kalkınma hibe destekleri yer almaktadır. Görüleceği üzere kırsal kalkınma projelerine verilen hibe desteği sadece tarım sektörüne değil turizm sektörüne de verilmektedir. Tablo incelendiğinde, 2016 yılında Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından 2 turizm işletmesinin kuruluş aşamasında % 50 hibe desteği verildiği görülmektedir.

### 3. Yöntem

Çalışmada, betimsel ve gerçekçi bir anlam çerçevesi oluşturmak ve konuyu kendi özgün doğallığında işlemek ve katılımcıların fikir ve tecrübeleriyle mevcut durumu ortaya koyabilmek için nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2011).

#### 3.1. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Bu araştırmanın evreni, Düzce’de apiturizm potansiyelinin değerlendirilmesi konusunda bilgi sahibi olan kurum ve kuruluş yetkilileri oluşturmaktadır. Amaçlı örnekleme, araştırmayı yapanlarca çalışma için uygun olduğu düşünülen belirli özellikleri olan katılımcılar tercih edilmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2018). Destinasyonda çeşitli kurum ve kuruluşlar hizmet vermektedir. Söz konusu kurumlardan bazıları amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme kullanılarak apiturizm faaliyetleri konusunda bilgi ve yetki sahibi olduğu düşünülen seçilmiştir. Bu kapsamda; Düzce Üniversitesi Arıcılık Araştırma Geliştirme ve Uygulama Merkezi, Düzce Üniversitesi Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Merkezi, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ve İl Tarım ve Orman Müdürlüğü yetkilileri ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır.

#### 3.2. Veri Toplama Süreci

Bu çalışmada yol haritası olarak nitel araştırma yöntemi uygulanmıştır. Temel veri toplama aracı olarak görüşme yöntemi kullanılmıştır. Örnek olay kapsamında görüşme formu yarı yapılandırılmış formatta hazırlanmış ve gerektiğinde katılımcılara ilave sorular sorularak konunun detaylarına inilmeye çalışılmıştır.

Görüşme, bir açıdan yüz yüze anket yöntemine benzese de bu yöntemde katılımcıların cevabına göre ilave sorularla derinlemesine bilgi alınması mümkün olmaktadır. Görüşme sırasında katılımcının davranış, tutum, jest ve mimikleriyle anlattığı bilgilere ilişkin ipuçlarına erişilebilir (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2016). Bu araştırmada ise 5 kişiyle yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Katılımcıların görüşme kapsamında 6 açık uçlu soruya verdikleri cevaplar, izin alınarak ses kaydı yapılmıştır.

Araştırmanın görüşme formu, “Düzce destinasyonunda apiturizm potansiyelinin ortaya çıkarılması ve öneriler geliştirilmesi” ana teması dikkate alınarak hazırlanmıştır. Görüşme soruları hazırlanırken, Uzun vd. (2022) yapmış oldukları çalışmadaki sorulardan yararlanılmış ve yazarlar tarafından özgün bir soru eklenerek araştırmanın görüşme formu oluşturulmuştur.

Çalışma kapsamında görüşülmesi gereken katılımcılar telefonla aranarak randevu alınmış, bu tarihlerde katılımcıların görev yaptıkları işyerlerine gidilerek yüz yüze görüşülmüştür. Araştırma verileri, yukarıda isimleri belirtilen kurum yetkilileri ile yapılan görüşmeler ve konuya ilişkin yapılan literatür taramasıyla ulaşılan bilgilerin derlenmesiyle elde edilmiştir.

### **3.3. Verilerin Analizi**

Katılımcılarla yapılan her görüşmenin ses kaydı alınmış ve bu kayıtlar yazılı doküman haline dönüştürülmüştür. Katılımcılar, K1, K2.....K5 biçiminde kodlanarak verilerin analizinde aynı kodlar kullanılmıştır. Verilerin toplanması sırasında araştırma sorularına verilen cevaplar ile eğer yeni bir bilgiye erişilemiyorsa yapılan araştırma, doygunluk sağlamış demektir (Morse, 1995). Bu çalışmada da alınan yanıtlar, belirli bir görüşmeden sonra kendini tekrar ettiği ve yeni verilere ulaşım sağlanamadığından çalışma 5 kişi ile tamamlanmıştır. Bu katılımcıların yaşı, cinsiyeti, öğrenim durumu, mesleği, bu meslekte kaç yıl çalıştığına ilişkin tanımlayıcı istatistikler sunulmuştur.

Görüşme formundaki sorular, 6 tema olacak şekilde hazırlanmıştır. Görüşme yapılan kişilerden elde edilen veriler kullanılarak betimsel analiz ve içerik analizi yapılmıştır.

### **4. Bulgular ve Tartışma**

Tablo 4'te katılımcılar K1, K2...K5 biçiminde kodlar verilerek gösterilmiştir. Görüşme yapılan kişilerin meslekleri, yaşı, cinsiyeti, öğrenim durumu ve mesleki deneyim yılını gösteren bilgiler bulunmaktadır. Katılımcıların çoğunluğunun (3 kişi) erkeklerden oluştuğu görülmektedir.

**Tablo 4. Katılımcıların Profili**

Kod	Kurum ve Meslek	Yaşı	Cinsiyeti	Öğrenim durumu	Mesleki Deneyim
K1	Düzce Üniversitesi Arıcılık Araştırma Geliştirme ve Uygulama Merkezi <i>Merkez Müdürü</i>	48	Kadın	Lisansüstü	22
K2	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü <i>İl Müdürü</i>	45	Kadın	Lisans	20
K3	İl Tarım ve Orman Müdürlüğü <i>Şube Müdürü</i>	45	Erkek	Lisansüstü	20
K4	Düzce Üniversitesi Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Merkezi <i>Apiterapi Hekimi</i>	47	Erkek	Lisansüstü	22
K5	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	35	Erkek	Lisans	10

Görüşülen kişilerin çoğunluğu (4 kişi) 45 yaş ve üzerinde olmasını yanı sıra hepsinin en az lisans mezunu olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan kişilerin tümü, kamu kurumu yetkililerinden oluşmaktadır. Araştırma kapsamında sorulan 6 soruya verilen cevapların düzenlenmiş şekli aşağıdadır.

**Tablo 5. Apiturizm Kavramına İlişkin Katılımcıların Görüşleri**

Tema 1 - Apiturizm Kavramı (16)
Kodlar
Arı ürünlerini deneyimlemek (5)
Bal üretim sürecini görmek (4)
Doğa ve sağlığın birleşimi (3)
Alternatif tıp tedavisi (3)
Sürdürülebilirlik (1)

Tablo 5’te katılımcıların apiturizm kavramına ilişkin değerlendirmeleri, 5 koda toplanmıştır. Kodlamaların % 31’i *arı ürünlerini deneyimlemek*, % 25’i *bal üretim sürecini görmek*, % 19’u *doğa ve sağlığın birleşimi*, % 19’u *alternatif tıp tedavisi* ve % 6’sı ise *sürdürülebilirlik* olarak yer almaktadır.

Apiturizm kavramına yönelik katılımcı söylemleri şu şekildedir:

**K1:** *Yerli veya yabancı misafirlerin arı ve arıcılık ürünleri ile ilgili farklılıkları görmek, onları test etmek, yaşamak, arılıkta bir gün geçirmek, çocukların gelip arıların dünyasıyla ilgili yeni keşiflerde bulunması; farklı ırkları, eko tipleri, farklı üretim çeşitlerini görmek, tanımak ve doğayla iç içe bir gün geçirmektir.*

**K5:** *Apiturizm, bir bölgede o bölgeye has özellikleri bulunan arı ve arıcılık ürünleri ve alternatif tıbbi tedavi yöntemleri ile yapılan ziyaretleri içerir. Özellikle arıcılık, sürdürülebilirlik açısından çok değerli olması açısından önemlidir. Arı ve arıcılık ürünleri, insan ve çevre sağlığı açısından çok önemli ürünler olduğu için her gün insanlar açısından popülerliği artan bir alandır. Bu alanda özellikle sağlık açısından önemli çalışmalar yapılmakta ve insanlar alternatif sağlık arayışları nedeniyle bu ürünlerin üretildiği alanlara gitmekte veya bu ürünlere ulaşmak için farklı araçları kullanmaktadır.*

**Tablo 6. Türkiye’de Apiturizm Alanlarına İlişkin Katılımcıların Görüşleri**

Tema 2 – Türkiye’deki apiturizm alanları (8)	
Alt Temalar	Kodlar
2.1. Yasal faaliyet yok	Yasal faaliyet yok (4)
2.2. Apiterapi uygulamaları	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apiturizm firması yok (3)</li> <li>• Yeterli farkındalık yok (1)</li> </ul>
2.3. Apiterapi tedavi değildir	Apiterapi uygulamaları (2)
2.4. Markalaşan bal türleri	Apiterapi tedavi değildir (1)
	Markalaşan bal türleri (1)

Tablo 6’da katılımcıların Türkiye’deki apiturizm alanlarına ilişkin değerlendirmeleri, 4 alt temada toplanmıştır. Kodlamaların % 50’si *yasal faaliyet yok*, % 25’i *apiterapi uygulamaları*, % 13’ü *apiterapi tedavi değildir* ve % 12’si *markalaşan bal türleri* alt temasında yer almaktadır.

Tablo 7. Düzce'nin Apiturizm Potansiyeline İlişkin Katılımcıların Görüşleri

Tema 3 – Düzcenin apiturizm potansiyeli (28)	
Alt Temalar	Kodlar
3.1. Kurumsal çalışmalar	<b>Kurumsal çalışmalar (18)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• DAGEM'in çalışmaları (5)</li> <li>• DAGEM'in Yığılca uygulama alanı (3)</li> <li>• Yığılca arısının tescillenmesi (3)</li> <li>• DÜGETAM'ın çalışmaları (2)</li> <li>• Dünyada ilk Apiair çalışması</li> <li>• Balköy Projesi</li> <li>• Kırsal kalkınmaya % 50 destek</li> <li>• Yığılca'nın izole bölge ilan</li> <li>• Kozmetik ürün çalışmaları</li> </ul> <b>Özgün değerler (10)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Elverişli orman alanları (4)</li> <li>✓ Orman güllü florası (2)</li> <li>✓ 744 arıcılık işletmesi olması</li> <li>✓ 19.500 ana arı üretimi</li> <li>✓ Yığılca arısına yurtdışının ilgisi</li> <li>✓ Arı havası ve yogası uygulama imkânı</li> </ul>
3.2. Özgün değerler	

Tablo 7'de katılımcıların Düzce'nin apiturizm potansiyeline ilişkin değerlendirmeleri, 2 alt temada toplanmıştır. Kodlamaların % 64'ü *kurumsal çalışmalar*, % 36'sı *özgün değerler* alt temasında yer almaktadır.

Düzce'nin apiturizm potansiyeline yönelik katılımcı söylemleri şu şekildedir:

**K1:** *Apiturizm konusunda Düzce'de bir potansiyel var. Öncelikle üniversiteye bağlı arıcılık merkezinin olması ve arıcılık merkezinin ekibi tarafından yapılan çalışmalar sonucunda Düzce Yığılca arısının tescilli bir arısının olması önemli bir şans. İkinci olarak kestane balı tescillenmesi ve orman güllünün olması önemli bir şans. Diğer ülkelerden bilim insanlarıyla sohbet ettiğimizde karşımıza şu çıkıyor: Ben, orman güllünü, orman güllü florasını görmek istiyorum, tansiyon düşürücü etkisiyle ilgili bilgi almak istiyorum. Veya sadece Yığılca arısını görmek için Avustralya, Kore ve Amerika'dan ziyaret eden yabancı akademisyenler ve arıya meraklı olan insanlar olduğunu biliyorum. Burada farklı bir ırk olması, farklı bir bitki çeşitliliği, bal çeşitliliği olması; diğer ülkelerdeki hem akademik platformdaki kişilerin hem de arı veya arıcılığa meraklı olanların ve turizm firmalarının ilgisini çekiyor.*

**K3:** *Düzce, konumu itibariyle avantajlı bir bölgededir. Düzce'nin arazisinin yarısı orman ve bu da arıcılığa yakınlığını artırıyor. Arıcılık potansiyelinin artması da apiturizmin gelişmesine olanak sağlayacaktır. Arı ürünlerinin kirlilik yaratan*

ve çevreyi bozan bir etkisi yok. O yüzden apiturizmin artmasının Düzce'nin dezavantajı olacağını düşünmüyorum. Yığılca'da bal ormanı var. Arı için özel oluşturulmuş bölgedir. Arı otu ekiyorlar oraya. Projeyle arıcılığa uygun orman alanı tahsis edildi. Balköy projesi, 4 yıllık bir projedir. Tarım İlçe Müdürlüğü ve Yığılca Kaymakamlığı ortak projesidir. İlimizde bal tadım ve yapım atölyesi yoktur. İlimizde apiturizm ile ilgili en uygun yer DAGEM'e aittir. Onların yerleşim düzeni, eğitime ve çocuklara yönelik organizasyonları oluyor. Arı zehri ile ilgili çalıştay düzenlediler. Ulusal düzeyde arıcılık ile ilgili eğitim verdiler. Orada bu tip bir apiturizm merkezi oluşturulabilir. Balköy projesi de apiturizm merkezi olmak için adaydır. Arıcılık işletmelerinin kendisi var. Ziyaretçiler, arıcıların kendisine gidilerek bal üretiminin nasıl yapıldığını yerinde görüp kendileri de deneyebilirler. İlimizde 12 işletme 19.500 ana arı üretilip satabiliyor. Ana arı, bir kovanın herşeyidir. Tüm yumurtaları yıl boyunca ana arı üretiyor.

**Tablo 8. Destinasyonda Sunulabilecek Apiturizm Ürünlerine İlişkin Katılımcıların Görüşleri**

Tema 4 – Destinasyonda sunulabilecek apiturizm ürünleri (43)	
Alt Temalar	Kodlar
4.1. Tarım ürünleri	<b>Tarım ürünleri (31)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kestane ve çiçek balı (4)</li> <li>• Propolis (4)</li> <li>• Arı poleni (4)</li> <li>• DAGEM'in Yığılca sahasını ziyaret (3)</li> <li>• Bal mumu (3)</li> <li>• Bal üretimini denemek (3)</li> <li>• Bal üretimini izlemek (3)</li> <li>• Orman gülü balı (2)</li> </ul>
4.2. Sağlık ürünleri	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arı sütü (2)</li> <li>• Balköy sahasını ziyaret</li> <li>• Doğal bal ile köy kahvaltısı</li> <li>• Kestane ağacı nektarı</li> </ul>
4.3. Diğer turizm ürünleri	<b>Sağlık ürünleri (8)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Bağışıklık güçlendirici programlar (2)</li> <li>✓ Kozmetik ürünler (2)</li> <li>✓ Apiterapi (2)</li> <li>✓ GETAT uygulamaları</li> <li>✓ Arı havası ve yogası uygulanması</li> </ul> <b>Diğer turizm ürünleri (4)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Apiturizm rotası etkinlikleri</li> <li>✓ Sarıkaya mağarası</li> <li>✓ Prusias ad Hypium Antik Tiyatrosu</li> <li>✓ Şelaleler</li> </ul>

Tablo 8’de katılımcıların destinasyonda sunulabilecek apiturizm ürünlerine ilişkin değerlendirmeleri, 3 alt temada toplanmıştır. Kodlamaların % 72’si *tarım ürünleri*, % 19’u *sağlık ürünleri* ve % 9’u ise *diğer turizm ürünleri* alt temasında yer almaktadır.

Destinasyonda sunulabilecek apiturizm ürünlerine yönelik katılımcı söylemleri şu şekildedir:

**K1:** *Ziyaretçiler, çocuklarıyla gelip kovandan kendi balını alıp kahvaltısını yapabilir. Çocuklar çok meraklı oluyor; arı doğal çevre için çok önemli, arıyı tanıyacaklar. Çocuklara yönelik faaliyetler yapılabilir. Çocukların, en çok sevdiği şey kovanda arıyı görmektir. Bu faaliyetlerden sonra ziyaretçiler destinasyondan ayrılırken buraya özgü kestane balı, orman gülü balını satın alıp gidebilir. Bunlar, yöremize özgü özel ürünlerdir. Ya da çok kıymetli olan Yığılca ana arısını alabilir.*

**K3:** *Turizm dediğimiz, birilerinin gezip görmesi için bir yerde farkındalık yaratılmasıdır. Turistlerin belli ürünleri görmesi gerekiyor. Turistin kendi arıcısıya balı veya bal mumu alabilir. Arıcılık konusunda eğitim alabilir. Kestane ağaçlarındaki nektardan faydalanabilir. Arıcı değilse yalnızca gezmeye geliyorsa bal, propolis ve polen gibi arı ürünleri için ziyaret edebilir. Arıcılık nasıl yapılır gibi turizm türü ise Yığılca’da Balköy ve Yığılca’daki DAGEM arılığına gidebilir.*



Tablo 9. Apiturizmin Geliştirilmesi Önerilerine İlişkin Katılımcıların Görüşleri

Tema 5 – Apiturizmin geliştirilmesine yönelik öneriler (42)	
Alt Temalar	Kodlar
5.1. Kurumsal Çalışmalar	<b>Kurumsal Çalışmalar (17)</b> ✓ Orman güllü balı tescillenebilir (2) ✓ Yatırım destek oranı artırılabilir (2) ✓ Arı çiftlik yatırımları teşvik edilir (2) ✓ Apiturizm yatırımları teşvik edilir (2) ✓ Balköy projeleri artırılabilir (2) ✓ Paydaşların işbirliği sağlanabilir (2) ✓ KTKGB temalarına apiturizm eklenmesi ✓ İl yöneticileri ön ayak olabilir ✓ Apiturizm AR-GE tesisi kurulabilir ✓ Başarılı ülkelere keşif gezisi
5.2. Akademik Çalışmalar	✓ Yurtdışı ile işbirliği protokolü <b>Akademik Çalışmalar (13)</b> ✓ Kongre ve paneller (3)
5.3. Pazarlama Çalışmaları	✓ Yerel halk bilinçlendirme kampanyası (3) ✓ Arıcılık işletmeleri eğitimi (3) ✓ Arı ürünleri faydaları (2) ✓ Apiturizm potansiyeli tespiti (2) <b>Pazarlama Çalışmaları (12)</b> ✓ Arı ürünleri tanıtım çalışması (3) ✓ Apiturizm rotası belirlenebilir (2) ✓ Düzce GETAT uygulamaları tanıtımı ✓ Bal üretimi deneyiminin tanıtımı ✓ Apiterapi kampı (enerji kampı gibi) ✓ Camdan bal üretim merkezi ✓ Arı mayayı hikayeleştirme ✓ Apiturizmin turizm fuarlarında tanıtımı ✓ Düzce, apiturizmde rol model olabilir

Tablo 9'da katılımcıların apiturizmin geliştirilmesine ilişkin değerlendirmeleri, 3 alt temada toplanmıştır. Kodlamaların % 40'ı *kurumsal çalışmalar*, % 31'i *akademik çalışmalar* ve % 29'u ise *pazarlama çalışmaları* alt temasında yer almaktadır.

Apiturizmin geliştirilmesine yönelik katılımcı söylemleri şu şekildedir:

**K2:** *Sağlıklı yaşam merkezi projesi kapsamında Yığılca, pilot bölge seçilerek apiterapiye girmeden bir projeye başlayabiliriz. Sonra proje kabul görürse apiterapiyi ekleyip onun için belgeleri de sonrasında hazırlayabiliriz. Tüm kurumlar bir araya gelirse ancak başarılı olabiliriz. Yığılca'ya bir şekilde ivme kazandırılmış olur. Projeyi başlatırız, projenin güzel bir lansmanını yaparız sonrasında. Bunu da Türkiye'de belki ilk biz yapabiliriz... Apiturizm konusunda*

*çok güzel bir Ar-Ge tesisi kurulabilir... Apiturizmi iyi yapan ülkelere keşif gezisi yapılabilir. Biz o ülkelere gidelim dönelim ve daha iyisini yapalım ayısını değil. Onlarla entegre olarak çalışabiliriz... Camdan bal üretim merkezi kurulabilir. Balköy, bir destinasyon olup orada gezi yapılabilir, onun içine farklı aktiviteler ilave edilebilir... Arı maya ile ilgili önce çocuklara sonra ise turizmin geliştirilmesine yönelik bir hikayeleştirme yapabiliriz... Turizm fuarlarında, destinasyon olarak gidilen her yerde bu konuda tanıtımlar yapılabilir, onunla ilgili paneller düzenlenebilir... Enerji kampları, yoga kampları, spor kampları yapılıyor. Destinasyonda apiturizm kampı da düzenlenebilir.*

**K3:** *Arıcılık potansiyeli yüksek illere yatırımın destek oranı %50 den %70 e çıkarılabilir. Bu hibe destekleri otele veya pansiyona kırsal kalkınma kapsamında verilebiliyor. Apiturizm odaklı projeler hazırlanırsa Bakanlığımız onaylar. Teşviklerin bir kere değil orta vadeli uzun süreli örneğin 5 yıl boyunca verilmesi gerekiyor. Ancak o zaman yatırımların önünü açabiliriz... Arı ürünleri ile ilgili tanıtımların artırılması gerekiyor. Özellikle bölgeye has kestane balının boğaz yollarına faydalı olduğu önce bilimsel çalışmalarla sonra reklamlarla ön plana çıkararak bir tanıtım çalışması yapılabilir... Apiturizmin gelişmesi için Türkiye genelinde bir eğitim kampanyası yapılabilir. İnsanların arıyı sadece sokan bir varlık olmadığı, arıların çok nadir hırçınlaştığı noktasında bir farkındalık çalışması yapılabilir.*

**Tablo 10. Apiturizmin Destinasyona Katkıma İlişkin Katılımcıların Görüşleri**

Tema 6 – Apiturizmin destinasyona katkıları (18)	
Alt Temalar	Kodlar
6.1. Yöresel ürünler satılabilir	<b>Yöresel ürün satışı artar (12)</b> <input type="checkbox"/> Kestane balı (3) <input type="checkbox"/> Propolis (3) <input type="checkbox"/> Arı poleni (3) <input type="checkbox"/> Arı sütü (2)
6.2. Destinasyon tanınırlığı artar	<input type="checkbox"/> Köy kahvaltısı <b>Destinasyon tanınırlığı artar (6)</b> <input checked="" type="checkbox"/> Ziyaretçi sayısı artar (3) <input checked="" type="checkbox"/> Turizm geliri artar (3)

Tablo 10'da katılımcıların apiturizmin destinasyona katkısına ilişkin değerlendirmeleri, 2 alt temada toplanmıştır. Kodlamaların % 67'si *yöresel ürünler satılabilir*, % 33'ü *destinasyon tanınırlığı artar* alt temasında yer almaktadır.

Apiturizmin destinasyona katkısına yönelik katılımcı söylemi şu şekildedir:

**K3:** *Arıcılık, kırsal kalkınmanın en önemli parçalarından biridir. Herkes ormanları ve araziyi kullanarak arıcılık yapabilir. Çünkü arıcılık çatısı olmayan ve yatırım gerektirmeyen bir işletmedir. O yüzden yerel halkın ve bölgenin kalkınmasında önemli bir noktadır. Arı ürünleri de bozulmayan ürünlerdir. Balın kullanım ömrü yoktur, dolaba koymaya gerek yoktur. Sermaye gerektirmez, az kovanla başlayıp zamanla kovan sayısını artırırız. Ahır veya kümes yapmak zorunda değilsiniz. Ve arıcılık geliştikçe yerel halkın ve bölgenin gelişmesine kalkınmasına katkısı olacaktır; doğal olarak da apiturizmin gelişmesine katkı sağlayacaktır. 744 arıcımızdan 10 tane, turizm kapsamında faaliyet göstermek isteyen işletme çıkabilir. Çünkü burada atçılık ile ilgili örnekler var. İnsanlar, at çiftliklerine gidip atların üzerinde çocuklarıyla fotoğraf çektiriyorlar, atların üzerinde binicilik yapıyorlar ve bir etkinlik oluyor. Benzer bir şey arı için de olabilir.*

## 5. Sonuç ve Öneriler

Günümüzde büyük şehirlerdeki trafik yoğunluğu, iş stresi, gürültü kirliliği gibi olumsuz faktörlerden uzaklaşmak isteyen insanlar; doğaya, sağlıklı yaşama ve dolayısıyla kırsala yönelmektedirler. Kırsal hayatta yeni yaşam şekline uyum sağlayan insanlar, aynı zamanda sağlıklı beslenmenin, temiz havanın, sessizliğin, insanların dışında doğada yaşayan canlıların farkına varma fırsatını bulmaktadırlar. Böylelikle sadece kendi için değil gelecek nesiller için de yaşanabilir bir dünya bırakmanın bilincine varmaktadır. Dolayısıyla kırsal turizmin bir türü olan apiturizm; sadece bu faaliyette bulunan ziyaretçilere fayda sağlamakla kalmamakta çevreyi koruma bilincinin ve doğanın insanlar için önemini anlaşılmasında farkındalık oluşmasına da katkı sağlamaktadır.

Düzce destinasyonundaki apiturizm potansiyelinin ortaya çıkarılması için literatür taraması yapılmış, ilgili resmi kurum ve kuruluşların internet siteleri incelenerek istatistiki ve teknik verilere ulaşılmış ve son olarak destinasyonda apiturizm konusunda bilgi sahibi olan kurum yetkilileri ile görüşülmüştür. Araştırmanın sonucu olarak Düzce'nin apiturizm potansiyeli Tablo 11'da özetlenmiştir.

Tablo 11. Düzce Destinasyonu Apiturizm Potansiyeli

No	Sunulan Ürün/Hizmet	Hizmetin sunulduğu bölge/kurum/işletmeler
1	<b>Arı ürünleri</b> Kestane balı, çiçek balı, Propolis damla, propolis sprey, arı poleni, arı sütü, arı zehri, bal mumu.	Arı Yetiştiricileri Birliği Yığılca ve Gölyaka Bal Birlikleri DAGEM Özel sektör işletmeleri
2	<b>Orman gülü balı, Sağlık Bakanlığına başvurularak tıbbi bal olarak tescillenebilir</b>	Düzce, orman gülü florası bakımından zengin bir destinasyondur.
3	<b>Bal Ormanları (13 adet)</b> Arıcılık işletmelerinin kullanımı için yeterli sayıdadır.	Altınçay, Akçakoca Bal Koridoru, Şifalısu, Akkaya Köyü, Düzce, Kurugöl, Gölyaka, Unluk yaylası, Darıyeri, Melen Kaplandede, Düzce Dağdibi, Yığılca, Balköy
4	<b>Apiturizm yatırımı (konaklama ve arıcılık işletmeleri) için uygun alanlar</b>	Bal ormanlarına yakın alanlar DAGEM Arılığına yakın alanlar Balköy proje bölgesine yakın alanlar
5	<b>2022 Arıcılık İstatistikleri</b> Arıcılık İşletme Sayısı Kovan Sayısı Bal üretimi Yıllık ana arı üretimi	744 işletme 65.903 kovan 531 ton 19.500 ana arı
6	<b>Arıcılık kursları</b> Ana Arı ve Arı Sütü Üretimi, Arı Zehri Üretimi, Teknik Arıcılık ve Yeni Nesil Arı Ürünleri Üretim Kursları	DAGEM Halk Eğitim Merkezi

*Kaynak: Orman Genel Müdürlüğü'nün Bal Ormanları, Düzce Üniversitesi, Düzce İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün resmi internet sitelerinden faydalanılmış ve katılımcıların görüşleri ile yazarların gözlemleri sonucunda bu tablo oluşturulmuştur.*

Tablo 11'de belirtilen kavramlardan *polenin*; antibakteriyel, yüksek irtifa hastalığının belirtilerini azaltan ve kanamayı durduran etkileri bulunmaktadır. *Arı sütünün*; antialerjik, antibakteriyel, antioksidatif ve antiviral etkilerine ilave olarak hücre yenilenmesi-metabolizması ve üretimi üzerinde etkileri vardır. *Propolis*; bağışıklığı uyarıcı, bakterisit, bakteriostatik, antiinflamatuvar, hipotansif madde olarak çok çeşitli amaçlarla kullanılmaktadır. *Arı zehri* ise deri hastalıkları, romatizma ve sırt ağrıları tedavisinde kullanılmaktadır (Düzce Üniversitesi GETAT, 2023).

Öte yandan araştırma kapsamında ortaya çıkarılan sonuçlar ışığında destinasyonun apiturizm potansiyelinin değerlendirilmesi için destinasyon yöneticilerine ve sektör temsilcilerine çeşitli öneriler sunulmuştur:

**Apiturizm yatırımlarının planlanması:** Düzce; % 50'nin üzerindeki ormanlık alanları, coğrafi yapısı ve bitki örtüsü açısından arıcılık konusunda avantaja sahiptir. Destinasyondaki kestane ağacının tarihi bir geçmişi bulunmaktadır. Bununla birlikte bölgeye özgü bir arı eko tipinin varlığı, bölgenin arı ve arıcılık çalışmalarının gelişimine elverişli niteliklere sahip olduğunu kanıtlamaktadır. Düzce destinasyonu, Tablo 11'de belirtilen potansiyeli sebebiyle apiturizm yatırımı için uygun yerlerden birisidir. Bu yatırımların gerçekleştirilmesinde destinasyonda bulunan 13 adet bal ormanı göz önünde bulundurulabilir. Destinasyona yapılacak olası turizm yatırımları, bal ormanları yakınlarındaki hazine arazileri içinde planlanabilir. Bu noktada 3 farklı yatırım seçeneği uygulanabilir. *Birincisi* bal ormanları yakınında bulunan hali hazırdaki arıcılık işletmelerine entegre edilecek konaklama işletmeleri planlanabilir. *İkincisi* bal ormanları yakınında arıcılık işletmelerinden ayrı konaklama işletmeleri kurulabilir. Böylelikle bal ormanlarında arıcılık yapılan işletmelerin apiturizm etkinlikleri kapsamında ziyaret edilmesi sağlanabilir. Bu turizm yatırımları için kırsal kalkınma projeleri hazırlanırken arıcılık işletmeleri ve bal ormanlarına yakınlığı vurgulanabilir. Bununla birlikte apiturizm için potansiyel ziyaretçilerin bölgeye ve yerel halka olası katkılarından bahsedilebilir. *Üçüncüsü* ise şelaleler, rafting bölgesi ve Prusias ad Hypium Antik Tiyatrosu gibi destinasyon çekiciliklerine yakın yerlerdeki arıcılık işletmelerinin apiturizm etkinliklerine katılması sağlanabilir. Böylelikle bu alanları ziyaret eden turistlerin aynı zamanda yakınında bulunan arıcılık işletmelerini de ziyaret etmesi ve arı ürünlerini satın alması sağlanabilir.

**Orman gülü balının tıbbi bal olarak tescillenmesi:** Destinasyonda orman gülü bitkisi yetiştiği için orman gülü balı üretimi yapılabilir. Bal kodeksine göre üretimi ve tüketimi yasak bir baldır. Çünkü orman gülü balı fazla dozda alındığında kalp hızını yavaşlatarak tansiyonun düşmesine sebep olabilmektedir. Orman gülü balı konusunda hangi hastalığa ne kadar kullanılması gerektiği ile ilgili çalışma yapıp Sağlık Bakanlığına bu balın üretim ve satış izni alınabilir. Orman gülü balı, standardize edilebilir ve bal üzerine hangi hastalıklarda ne kadar tüketilmesi gerektiği yazılırsa satışa sunulabilir. Örneğin diğer adı deli bal olan orman gülü balı; üretim merkezine gelir toksin miktarı ölçülür, yüksekse seyreltilir, belirli bir orana düşürülür, üretim sırasında bütün balların toksin miktarı aynı çıkarılabilir. Böylelikle Sağlık Bakanlığında izin alınırsa Türkiye'de ve dünyada ürün üretilebilir. Şu anda Türkiye'de yasak olan bir bal türünün, ciddi kazanç

sağlayan tıbbi bir bal olarak satışa sunulması sağlanabilir. Eğer bu balın üretimine başlanırsa destinasyona önemli ekonomik katkısı olabilir. Bu balın tanınırlığının artması, destinasyon imajına olumlu katkı sağlayabilir.

**Etkinlik Programı Oluşturma:** Apiturizm kapsamında bir etkinlik programı hazırlanabilir. Destinasyonu ziyaret eden turistlerin arıcılık işletmelerinde bal üretimini görmeleri, bal hasadı yapmaları ve bu turistlere arı ürünlerinin satışa sunulmasına yönelik bir çalışma yapılabilir. Arıcılık işletmeleri ziyaretinin ardından misafirler, rahatsızlıklarına uygun olacak şekilde Düzce Üniversitesi GETAT Merkezindeki alternatif tıp yöntemlerinden birini tercih edebilirler. GETAT Merkezinde sunulan başlıca ürünler ve kısaca faydaları şunlardır: rahatlama, kas tedavisi için *Hacamat kupa uygulaması*, uyku sorunları ile psikolojik problemler için *hipnoz tedavisi*, eklem ağrıları için *sünlük tedavisi*, yorgunluk ve hücre yenileme için *ozonterapi*, cilt problemleri için *mezoterapi* uygulamalarıdır. Bunların yanı sıra fitoterapi, apiterapi, müzik terapi, larva ve akupunktur uygulamaları da bu merkezde sunulmaktadır.

**Arı Kovanı Müzesi:** Deneyim turizminin uygulandığı bir Arı Kovanı Müzesi kurulabilir. Bu müzenin destinasyondaki çekiciliklere yakın bir yerde kurulması ziyaretçi sayısının artmasını sağlayacaktır. Müze, şu şekilde tasarlanabilir: Ziyaretçi, bir arı gibi kovanı gezer. Çiçek heykelinin içine çiçek özütü, küçük polenler ve nektarlar konulabilir. Ziyaretçi, oradan nektarı alıp eliyle altıgen peteklerin içine doldurur ve üzerini kapatır. Böylelikle kendini bal üretimine katkı sağlayan bir arı gibi hissedebilir. Eğer bu şekilde tasarlanabilirse daha fazla turistlerin ve yerel halkın ziyaret etmek istediği başarılı bir kovanı müzesi olabilir. Aksi takdirde sadece arı müzesi yapılırsa bu müzede sergilenecek ürünler sınırlı olabilir ve insanlarda bir merak oluşması sağlanamayabilir. Müze çıkışında ziyaretçilere bölgeye özgü kestane balı, çiçek balı, propolis, arı sütü, arı poleni, bal mumu gibi arı ürünlerinin satış noktaları oluşturulabilir. Bunlara ek olarak destinasyona özgü dünyada eşi benzeri bulunmayan Yığılca bal arısı simgeleştirilerek destinasyon imajı oluşturulmasında kullanılabilir. Bu amaçla Yığılca bal arısını sembolik olarak temsil eden hediyelik eşya türleri tasarlanarak turistlerin beğenisine sunulabilir.

**Arıcılık Festivali Düzenlenmesi:** Destinasyonda Temmuz veya Ağustos ayında 3 günlük bir arıcılık festivali düzenlenebilir. Festivalin düzenlenmesi için festival düzenleme komitesi kurulabilir. Planlamanın ve organizasyonun başarılı, verimli olması için bu komitede şu paydaşlar bulunabilir: Düzce Valiliği, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Düzce Üniversitesi Arıcılık Araştırma, Geliştirme ve Uygulama Merkezi

(DAGEM), Düzce Üniversitesi Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Merkezi (DÜGETAM), Düzce, Yığılca, Gölyaka'da bulunan Belediyeler, Ticaret Odaları ve Ziraat Odaları, Düzce Arı Yetiştiricileri Birliği, Yığılca ve Gölyaka bal birlikleridir. Festivalin gerçekleştirilmesi için Kültür ve Turizm Bakanlığından yerel etkinliklere hibe desteği başvurusu yapılarak katkı sağlanabilir. Ya da komitede bulunan kurumların sağlayacakları desteklerden faydalanılabilir. Öncelikle ilk yıl il bazında gerçekleştirilebilir. Sonraki yıllarda ise Belediyeler, Ticaret Odaları ve Ziraat Odalarının çevre illerdeki bağlantılarını kullanarak yapacakları istikrarlı tanıtım çalışmalarıyla geliştirilerek festivalin ulusal bazda yapılması planlanabilir.

**Tanıtım Çalışmaları:** Apiturizm faaliyetleri; sahip olduğu özellikleriyle diğer turizm türlerine kolaylıkla entegre edilerek turistler için bir çekicilik oluşturulabilir. Destinasyona özgü apiturizm ürünlerinin sosyal medya, web siteleri vs. çeşitli mecralarda duyurulmasıyla destinasyonun tanınırlığının artması sağlanabilir. Bu bağlamda destinasyon paydaşları tarafından ortak tanıtım çalışmaları gerçekleştirilebilir. Yani destinasyonun sahip olduğu tüm mecralar, merkezi yönetim ve yerel yönetim yetkililerinin alacağı kararlar duyuru yapılması ve tanıtım çalışmaları kapsamında bal birliklerinin kullanımına açılabilir.

**Eğitim:** Merkezi ve yerel yönetimler, arı yetiştirici birlikleri, bal birlikleri başta olmak üzere ilgili kurum ve kuruluşların işbirliği ile destinasyonda apiturizm alanında çalışması planlanan kişilere gerekli eğitimlerin verilmesi gerekmektedir. Bununla birlikte bu kişilere destek verilebilir, yurtdışında apiturizm konusunda adını duyurmuş önde olan turizm destinasyonlarına bilinçlenme ve aydınlanmanın sağlanması için seçilen kişiler keşif gezilerine gönderilebilir. Apiturizm konusunda geliştirilen projeler uygulanırsa Düzce'nin destinasyon imajına olumlu katkı sağlanabilir.

## KAYNAKÇA

- Aliyeva, Z. N., Baiburuyev, R. M., Lorant, D. D., Shagyrbay, A. S. ve Kalias-karova, Z. K. (2019). problems and prospects of development of apitourism in kazakhstan. *Bulletin Of National Academy Of Sciences Of The Republic Of Kazakhstan*, 6(382), 45–53.
- Arih, K. ve Korosec, T. (2015). Api-tourism: transforming Slovenia's apicultural traditions into a unique travel experience. *Sustainable Development and Planning VII*, 193, 963–974. doi:10.2495/sdp150811.
- Baycar, A., Kardeş, M. ve Sağdıç, O. (2021). Turizmde Bal ve Arıcılığın Kullanımı (Apiturizm), 5-7 November 2021, Siirt, Türkiye.
- Burucu, V. (2021). Ürün Raporu, Arıcılık. Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü.
- Çevrimli, M. B. (2019). Assessment of the effects of subsidies to the beekeeping sector in Turkey on the number of hives and amount of honey produced. *Veteriner Hekimler Derneği Dergisi*, 90(2), 115-121.
- Çoban, O. ve Karakuş, Y. (2019). Doğa temelli alternatif turizm türleri. (Ed.) Ş. Aydın ve D. Eren, *Alternatif Turizm içinde* (ss. 101–126), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çukur, F., & Çukur, T. (2021). Muğla ili arıcılık potansiyelinin apiturizm açısından değerlendirilmesi. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 27(2), 113-122.
- Dönmez, N. A., & Helvacıoğlu, F. (2023). Apiturizmin geliştirilmesi kapsamında apirota oluşturulmasına yönelik bir araştırma: Marmaris Örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 20(1), 41-56.
- Gülbahar, O. (2009). 1990'lardan günümüze türkiye'de kitle turizminin gelişimi ve alternatif yönelimler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(1), 151–177.
- Gürbüz, S. & Şahin, F. (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. (5. Baskı), Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C. (2011). *Turistik ürün çeşitlendirmesi* (2. bs.), Ankara: Nobel Yayınları
- İslamoğlu, H. ve Almaçık, Ü. (2016). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*, 5. Baskı. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Kılıç, B., & Güler, E. G. (2021). Turist rehberlerinin arıcılık turizmine yönelik bilgi ve algı düzeylerinin tavsiye niyetine etkisi: Türkiye örneği, *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 10(4), 813-823.
- Korosec, T.A. (2016). Api Turizmi, Api Sağlık, Api Terapi, Muğla Arıcılık ve Çam Balı Kongresi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi.
- Metin, E., & Koçyigit, M. (2023) Arı Ürünlerinden Apılarnıl, Apiair Ve Balmumu'nun Sağlığımız İçin Önemi içinde *Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp*.



- Morse, J. M. (1995). The significance of saturation. *Qualitative health research*, 5(2), 147-149.
- Saltık, A.I., Tekin, B. ve Mert, N. (2019). Doğu Karadeniz bölgesi apiturizm (arıcılık turizmi) potansiyelinin incelenmesi ve bir api-rotla önerisi. *Eurasian Academy of Sciences Eurasian Education & Literature Journal* 3: s. 264-273.
- Sancak, K., Zan Sancak, A. ve Aygören, E., (2013). Dünya ve Türkiye’de Arıcılık. *Arıcılık Araştırma Dergisi*, 5:10, 7-13.
- Suna, B. (2018). Api Turizm’in Türkiye’deki Yeri ve Önemi. *Uludağ Arıcılık Dergisi*, 18(1), 42-51.
- Şahin, Ö., & Aydın, A. (2021). Kültürel, gastronomik ve turistik değer: Muğla’da arıcılık ve özel Muğla arıcılık müzesi örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 459-473.
- Şeker, İ. T. (2020). Sivas ilinin api-turizm potansiyelinin incelenmesi. *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 4(5), 364-373.
- Şimşek, M. (2023). Apiturizm içinde *Turizm Alanında Çok yönlü araştırmalar* (s. 75-89), İstanbul: Özgür yayınları.
- Uzun, B., Dalgın, T. Ve Çeken, H., & Özer, Ç. (2022). Arı turizminin kırsal kalkınma üzerindeki etkisi: marmaris örneği. *Asya Studies*, 6(22), 179-192.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.,
- Yılmaz, B., & Saraç, Ö. Ü. Ö. Apiturizmin Sapanca Destinasyon İmajı Üzerindeki Muhtemel Etkileri. 20. GELENEKSEL Turizm Sempozyumu.
- Wos, Barbara. (2014). Api-tourism in Europe. *Journal of Environmental and Tourism Analyses*, 2(1), 66-74.
- Wos, B. ve Bien, W. (2013). Apitourism as a form of sustainable development. *Research Bulletin Leisure and Tourism*, 1(11), 83-90

### **İnternet Kaynakları**

- Düzce Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Coğrafi İşaretili Ürünler, Düzce Kestane Balı, <https://duzce.ktb.gov.tr/TR-325094/duzce-kestane-bali.html>, Erişim: Ağustos 2023.
- Düzce Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Yığılca Arısı ve Balı, <https://duzce.ktb.gov.tr/TR-211575/yigilca-arisi-ve-bali.html>, Erişim: Ağustos 2023.
- Düzce Organize Sanayi Bölgesi, Üniversitenin bölgesel kalkınma ve ihtisaslaşma çalışması. <https://duzceosb.org.tr/detay/universitenin-bolgesel-kalkinma-ve-ihtisaslasma-calisma>, Erişim: Ağustos 2023.
- Düzce Ticaret Borsası (2020). Düzce Ticari Hayatı ve Üretim Durumu Raporu, <https://www.duzcetb.org.tr/Dosyalar/DUZCE-PANAROMASI-VE-EKONOMIK-GOSTERGELERI-RAPORU.pdf>, Erişim: Ağustos 2023.

- Düzce Üniversitesi (2023). Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulama ve Araştırma Merkezi, Apiterapi, <https://duzce.edu.tr/akademik/merkez/dugetaam/e9d8/apiterapi>, Erişim: Ağustos 2023.
- Düzce Üniversitesi Arıcılık Araştırma Geliştirme ve Uygulama Merkezi, <https://duzce.edu.tr/akademik/merkez/dagem/e123/urunlerimiz>, Erişim: Ağustos 2023.
- Düzce Üniversitesi Arıcılık Araştırma Geliştirme ve Uygulama Merkezi, <https://duzce.edu.tr/akademik/merkez/dagem/a8ed/dagem-terafindan-gerceklestirilen-ikler>, Erişim: Ağustos 2023.
- Düzce Üniversitesi Arıcılık Araştırma Geliştirme ve Uygulama Merkezi, <https://duzce.edu.tr/duyuru/d2a0/duzce-apiturizm-faaliyetleri-dagem-ile-dunyaya-tanitiliyor>, Erişim: Ağustos 2023.
- Güney Ege Kalkınma Ajansı- GEKA (2020). Muğla İli Apiterapi Turizm Tesisi Yatırımı, Ön Fizibilite Raporu. <https://www.yatirimadestek.gov.tr/pdf/assets/upload/fizibilite/mugla-ili-apiterapi-turizmi-on-fizibilite-raporu2020.pdf>, Erişim: Ağustos 2023.
- T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü. (2015). Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliği. Ankara: T.C. Sağlık Bakanlığı.
- T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, Orman Genel Müdürlüğü, Bal Ormanları, <https://www.ogm.gov.tr/tr/ormanlarimiz/bal-ormanlari#InplviewHash4b1c8e34-b7f2-4a42-89bc-da5892ac49d9=SortField%3Dilce-SortDir%-3DAsc-FilterField1%3Dil-FilterValue1%3DDD%25C3%25BCzce>, Erişim: Ağustos 2023.
- T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, Arıcılık araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, Arıcılık İstatistikleri, <https://arastirma.tarimorman.gov.tr/aricilik/Link/2/Aricilik-Istatistikleri>, Erişim: Ağustos 2023.
- T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, Türkiye Arıcılık Haritası, <https://balharitasi.tarimorman.gov.tr/>, Erişim: Ağustos 2023.
- TRT Haber (2019). Arıların kovan içindeki yaşantısı “apiturizm” ile öğreniliyor, <https://www.trthaber.com/haber/yasam/arilarin-kovan-icindeg-yasanti-si-apiturizm-ile-ogreniliyor-416230.html>, Erişim: 2023 Ağustos.



## İklim Değişikliği ve Madenciliğin Turizmin Sürdürülebilir Geleceği Üzerine Etkileri (Latin Amerika Örneği)

Özlem Küçük<sup>1</sup>

### Özet

Aşırı sıcaklar ve değişen yağış rejimi, yaşamı, tarımsal verimliliği, biyolojik çeşitliliği, modern kentsel alanları ve kırsal bölgeleri olumsuz etkilerken, gıda ve su güvenliğini tehdit etmektedir. İklim değişikliğinin Amazon yağmur ormanlarına etkisi ise daha yıkıcı ve belirgindir. Latin Amerika'nın, nüfusu ve ekonomisi en büyük ülkesi olan Brezilya'nın toplam yüzölçümünün % 40'ını Amazon ormanları oluşturmaktadır. Kuzey'de Guiana Yaylaları, batıda And Dağları, güneyde Brezilya'nın merkez platosu ve doğuda Atlantik Okyanusu ile çevrelenmiş Amazon, hem dünyanın en önemli oksijen kaynaklarından biri hem de biyolojik çeşitliliğin ve endemik türlerin kalbidir. Ancak Brezilya, 1960-1980 yılları arasında Amazon'daki ormanların temizlenmesini sığır eti üretimi, çiftçilik ve kerestecilik için teşvik etmiştir. Bu makalede, odak noktası olarak Latin Amerika bölgesinin seçilmesinin nedeni 16. Yüzyıldan günümüze yeraltı kaynakları çıkarılan bölgenin, dünyanın en zengin bireylerinden bazılarına ev sahipliği yaparken, yaygın olarak fakir kalmış olmasıdır. İkinci Dünya Savaşı'nın ardından ABD ile Sovyet Rusya arasında, bağımsızlığına henüz kavuşan ulusların fakir kalmaması için iki farklı kalkınma konsepti yarışmaktaydı. 1960'ların başında ABD, Latin Amerika'ya mali desteğini ve ilgisini artırdı. Zira savaş sonrası yıllarda Latin Amerika'da gelişen milliyetçilik akımı ve komünizme yakınlaşma, ABD için siyasi, ekonomik ve güvenlik tehdidi olarak algılanmaktaydı. Latin Amerika, uluslararası finans kurumlarından en çok kalkınma kredisi alan bölge olurken, neoliberal politikaların uygulanmasına öncülük etmiştir. Günümüzde Latin Amerika ülkelerinin çoğunluğunun ekonomisi tarım, madencilik ve turizme dayalıdır. Latin Amerika, sömürge döneminden beri başta şeker, kakao, tütün ve çivit (indigo) olmak üzere tarım ürünleri ihraç ederken küresel talep nedeniyle artan soya fasulyesi, sığır eti ve domuz eti üretimi için ormanların temizlenmesine göz yummaktadır.

1 Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği, Türkiye, ozlem@kocaeli.edu.tr

## 1. Giriş

Latin Amerika’da maden zenginliği üzerindeki kontrol, 2000’lerde bölgenin geniş çaplı olarak sola doğru siyasi kaymasıyla maden politikalarını derinden değiştirerek son derece politik bir konu haline geldi. Yüksek bakır üreticisi konumundaki Şili, 1990’lı yıllarda madencilik sektörüne yönelik kolaylaştırıcı düzenlemelerin ardından madencilik alanında yabancı yatırımları cezbetmişti. Ancak 2017 yılına gelindiğinde Şili çevre koruma hususunda kararlı gelişmelere sahne oldu. Böylece Şili’de doğal sit alanları 2018’in başlarında tarihi bir genişlemeyle Şili Patagonyası Parklar Ağı yaklaşık 4,5 milyon hektar, yani yaklaşık olarak İsviçre büyüklüğüne ulaşmıştır. Nitekim ülke, böylesine kapsamlı bir ağ oluşturduğu için Uluslararası Arazi Koruma Ağı’nın “Koruma Vizyonerleri” ödülünü kazandı. Böylece, serbest piyasaların neoliberal kalkınma modelinden sonra, Latin Amerika’da devlet son zamanlarda en azından petrol, gaz ve metalik mineraller açısından, merkezi konumunu yeniden ele geçirmiş görünmektedir (Hogenboom, 2012; Tomaselli, 2017).

Diğer yandan 2021 yılında yapılan Şili devlet başkanlığı seçimlerinde, doğal çevreyi koruyacağını, sosyal hakları genişleteceğini ve ormanları talan eden madencilik endüstrisine karşı çıkacağını iddia eden genç solcu aday Gabriel Boric kazanmıştır (BBC, 2021). 1970’lerde başlayan neoliberal dönüşüm beraberinde doğrudan yabancı yatırımlar başta Latin Amerika ile sonra Güney ve Doğu Asya bölgelerine akmaya başlamıştır. Dolayısıyla Latin Amerika bölgesinde doğrudan yabancı yatırım 2002 ile 2010 arasında % 172 artarak 1990-2001 arası dönemden yüzde 66 daha yüksek seviyelere ulaşmıştır. Neo liberalizmin doruk yıllarında ABD menşeli şirketler bu sürece öncülük ederken, neoliberalizme karşı seslerin yükseldiği dönemde diğerlerinin yanı sıra Brezilya ve Rus şirketleri Latin Amerika’da rekabetçi bir konumda yer almaya başlamışlardır. 2002-2010 yılları arası ulus ötesi sermaye yatırımının en yüksek olduğu ülkeler Brezilya, Meksika, Şili, Peru, Kolombiya ve Arjantin olmuştur. Venezuela, Bolivya ve Meksika dışında ekonomilerin geri kalanı da sermaye girişlerinde ortalama yüzde 217 ile önemli bir artış sağlamıştır (López, Vértiz ve Olavarria, 2015).

Amazon, eşsiz kaynaklara ve biyolojik çeşitliliğe sahip dünyanın en büyük bölgesidir. Brezilya Amazonları, Brezilya topraklarının yaklaşık yüzde 59’unu temsil ederken diğer yandan en büyük tropikal orman yalnızca Brezilya’ya ait değildir. Kalanı sekiz ülke arasında uzanan Amazon’un yüzde 40 (2,4 milyon kilometrekare) ise şöyle dağılmıştır; Peru (yüzde 10), Kolombiya (yüzde 7), Bolivya (yüzde 6), Venezuela (yüzde 6), Guyana (yüzde 3), Surinam (yüzde 2), Fransız Guyanası (yüzde 1,5) ve Ekvador (yüzde 1,5). Brezilya, Latin

Amerika'nın en kalabalık ve en büyük ülkesidir. Aynı zamanda bölgenin en büyük ekonomisine sahiptir. Dünyanın en önemli demir üreticisinden biri konumundaki Brezilya'da Amazon ormanlarında yasadışı ve hızla genişleyen madencilik faaliyetleri zaman içinde daha fazla dikkat çekmiştir (Borges de Lima ve Buszynski, 2011).

Tarım, Latin Amerika ve Karayip ülkelerinin çoğunluğu için ekonomik olarak önemli bir sektördür ve 2015-17'de GSYİH'nın ortalama %4,7'sini tarım oluşturmuştur. Arjantin hariç tüm Latin Amerika ve Karayip ülkelerini içeren bu istatistik, 1996-98 dönemine göre %1,4 daha düşüktür. Ancak, 2015-17 döneminde Ekvador'da %10, Guatemala'da %13,6 ve Guyana'da %20,2 gibi tarımın toplam GSYİH içindeki payının Latin Amerika ülkelerine göre büyük ölçüde azaldığını görülmüştür. Latin Amerika ülkeleri soya fasulyesi, domuz eti, mısır, kümes hayvanları, hayvan yemi, şeker, kahve ve meyve ve sebzenin başlıca ihracatçılarıdır. Sektör geçim açısından özellikle önemlidir. 2018 yılında Latin Amerika ve Karayip bölgesindeki toplam işgücünün %14,1'i tarımda istihdam edildi. 1990'dan 2014'e kadar Latin Amerika'daki kırsal yoksulluk neredeyse yüzde 20 oranında azaldı. Dünya Bankası'na göre bu başarının sırrı kamu politikalarından koşullu nakit transferi de içeren sosyal koruma programlarına geçiştir. Ayrıca bölgedeki ekonomik kriz ve durgunluk dönemlerinde tarım, "tampon" görevi görmüştür. Ancak yoksulluğu azaltma yönündeki olumlu eğilim son yıllarda değişmiştir. 2015 yılından bu yana kırsal ve kentsel yoksullar arasındaki uçurumun kapatılmazken ve yoksulluğun diğer boyutları (temel kamu hizmetlerine erişim) dikkate alındığında yoksulluk açığı daha da büyümüştür. Zira kamu hizmetlerini yürüten kamu iktisadi kuruluşlarının sayısı ve yetkileri azaltılmıştır. Ayrıca, yetersiz beslenen insanların sayısı 2017'de üst üste üçüncü yılda da artarak 39,3 milyona ulaştı. Üstelik Latin Amerika önemli bir tarımsal ürün ihraççısı konumundayken, yoksulların ihraç edilen bu ürünlere ulaşma durumu ortadan kalkmıştır (OECD-FAO, 2019).

Nitekim 21.yüzyılın başında Brezilya'da Amazon ormanları hızla yanmaya başlamıştır. 2019 yılında çıkan yangın nedeniyle olağan üstü hal ilan edilirken, ülke yakın tarihinin en kötü yılının 2019 olmadığı, 2005'te yılın ilk sekiz ayında 142.000'den fazla yangın görüldüğü ilgili haberde kaydedilmiştir (BBC, 2019). Büyük sığır çiftliklerine yönelik genişleme Brezilya'da ormansızlaşmayı teşvik eder görünüme gelmiştir. Zira 1995 yılına gelindiğinde Brezilya'da yeni ormansızlaşan Amazon topraklarının neredeyse yüzde 90'ının geniş mera kullanımı için ayrıldığı tahmin edilmiştir. Brezilya Amazonunda ormanların temizlenmesi ile açılan meralarda büyükbaş hayvancılığının artmasıyla, Brezilya son yıllarda dünyanın en büyük sığır

eti ihracatçısı olarak öne çıkmıştır. Ormansızlaşan Amazon bölgesinde soya fasulyesi ekimi de artmıştır (Wertz-Kanounnikoff, Kongphan-Apirak and Wunder, 2008).

Aynı zamanda, Euronews'da Brezilya: Amazonlar da, artan orman yangınları nedeniyle olağanüstü hal ilan etti şeklinde haber yayınlanmıştır. Euronews'un haberinde; Yangınlar, yüksek yayılma riski nedeniyle yılın bu zamanında yasa dışı olmasına rağmen, normal bir tarımsal "temizlik" tekniği olarak kullanılır. Aynı zamanda bu durum yasadışı ormansızlaştırma yöntemlerinden biridir. Brezilya'nın Ulusal Uzay Araştırmaları Enstitüsü (INPE)'nin izleme sistemi, 2018'de 2.810 kilometrekareye kıyasla 2019'da 4.699 kilometrekarelik orman yangını kaydedildiğini yayınlamıştır. Brezilya Devlet Başkanı Jair Bolsonaro, ajansı ülkenin ticaret müzakerelerine zarar veren "yalanlar" uydurmakla suçlamış ve eklemiştir; "Gerçekle uyuşmayan bu tür haberler Brezilya'nın imajına büyük zarar veriyor," demiştir. Aynı zamanda Almanya, Amazon ormanlarını korumaya yönelik projeleri finanse etmek için Brezilya'ya gönderilen fonları askıya alacağını duyurmuştur. Alman büyükelçiliği gazeteye verdiği demeçte, kararın "Brezilya Amazon'unda ormansızlaşmanın artmasıyla ilgili büyük endişeleri" yansıttığını ve kesintinin Almanya'nın önemli bir donör olduğu Amazon Fonunu etkilemediğini söylemiştir (Euronews, 2019).

O kadar ki, duruma kayıtsız kalmayan AB'nin, Brezilya'nın aşırı sağcı lideri Jair Bolsonaro'ya yönelik olarak Latin Amerika ile yapılan serbest ticaret anlaşmasına son verileceğini duyurmasıyla Bolsonaro, Amazon yangını söndürmek üzere orduya görev vermiştir. Brezilya'nın aşırı sağcı lideri Jair Bolsonaro, AB ülkelerinin Latin Amerika ile serbest ticaret anlaşmasını iptal edeceği tehdidinin ardından Amazon ormanları yangınlarını söndürmek için acil önlem olarak orduyu devreye sokmuştur (Yıldız, 2019).

Büyük bir karbondioksit deposu olan Amazon yağmur ormanları, küresel iklimde hayati bir rol oynamaktadır. Ancak yakın zamanda yapılan araştırmalar, yangınların ve ağaç kesimlerinin bölgenin emdiği kadar daha fazla CO<sup>2</sup> salmasına neden olduğunu göstermektedir. Veriler, Amazon'un kritik eşiğe yaklaştığını ve ardından yağmur ormanlarının küresel iklim ve biyolojik çeşitlilik açısından çok acı sonuçları doğuracağını göstermektedir (Carrington, 2022).

Ocak 2019'da görevi devralan Jair Bolsonaro'nun Brezilya'nın başkanı olarak kalması halinde Amazon yağmur ormanlarının çöküşünün kaçınılmaz olacağı hususunda çevre aktivistleri ve akademisyenler uyarılarda bulunmuş, ormanın korunması hususunda talep artmış ancak Bolsonaro eyleme geçmemiştir. Zira göreve geldiği 2019 yılında Amazonda yaşayan Brezilya

Kızılderililerinin yaşadığı toprakları madencilğe açma niyetini ifade etmiştir. Üstelik madencilik faaliyetlerinin çevrenin korunması ve insan geçimi üzerindeki olumsuz etkilerini göz ardı ederek böyle bir karara varmıştır. Brezilya Amazonları'nda madencilğin hızlı ve karmaşık gelişimi, küresel bir çevresel risk oluşturmanın yanı sıra, tarihsel olarak yerel ekonomik çöküşe neden olmuştur. Yangın, kuraklık ve arazi temizliğinin Amazon'u dönüşü olmayan bir noktaya ittiğine dair kanıtlara rağmen, aşırı sağcı liderin katı davranışları, ödüllendiren küresel pazarlara erişim nedeniyle güçlenen tarımsal ticaret lobisini yatıştırarak daha fazla ilgilendiği söylentilerine neden olmuştur (Diele-Viegas et al., 2020; Watts, 2021).

Brezilya Devlet Başkanı Jair Bolsonaro, 2022 yılının Ekiminde solcu rakibi Luiz Inacio Lula da Silva'ya karşı kaybettiği seçime itiraz etmiş ancak tekrarlanan seçimi yine Silva kazanmıştı. Bolsonaro'nun dört yıllık aşırı sağ yönetiminin ardından Brezilya'da solun iktidara dönüşünü çarpıcı bir şekilde simgeleyen Silva, Brezilya'nın birlik ve beraberliğini, demokrasinin gelişimine ve Amazon yağmur ormanlarının korunacağına dair taahhüt vermişti (John, 2023). Nitekim 2022-2023 yılları arasında ormansızlaşmaya ve kuraklığa neden olan yasa dışı ağaç kesimi çok yüksek denetim yapılarak %22 oranında düşürülebilmektedir (Anadolu Ajansı, 2023).

Çalışmada Latin Amerika'da madencilik sektörünün ve iklim değişikliğinin biyolojik çeşitlilik ve turizm üzerindeki etkileri ele alınmıştır. Zira Latin Amerika'nın ekonomik, politik ve sosyal tarihi, doğal kaynakların çıkarılmaya başlamasıyla şekillenmiştir. Bazı yazarlar, Latin Amerika'da maden çıkarılmasına bir kıtanın beş yüz yıllık devam eden yağmalanması derken, diğerleri ise bölgenin tarihi olarak bahseder. Yüzyılın başından bu yana, şirketlerin ve sermayenin küreselleşmesi, gelişen uluslararası emtia piyasası ile yeni madencilik tekniklerinin bir sonucu olarak bölgenin madencilik endüstrileri daha da genişlemiştir. Çoğu Latin Amerika hükümeti yatırımcıları ve şirketleri memnuniyetle karşıladığından, sözde madencilik sınırı giderek geleneksel olmayan madencilik ortamlarına (ülkelere ve bölgelere) doğru ilerlemektedir. 1990'lardan itibaren, neoliberal reformlar beraberinde agresifleşen doğal kaynak çıkarma faaliyetleri söylenenin aksine zayıf kalkınma sonuçları getirince tüm kıtada çatışmayı tetiklemiştir. Ancak bu durum maden işi yapan şirketleri durdurmamış aksine daha önce yatırım yapmanın çok zor ve tehlikeli olduğu düşünülen önemli maden yataklarına sahip olan yerlerde bile artık faaliyet göstermeye başlamışlardır (van Teijlingen ve Hogenboom, 2016).



## 2. İklim Değişikliği ve Biyolojik Çeşitlilik: Latin Amerika'da Madencilik ve Turizm

Latin Amerika ve Karayipler (LAK) bölgesi, KOVID-19'un neden olduğu sağlık ve ekonomik krizlerle mücadele ederken, aynı zamanda hızlı değişen iklimin olumsuzluklarından etkilenmektedir. İklim değişikliğinin neden olduğu okyanus asitlenmesinin, deniz seviyesinin yükselmesinin, tropikal kasırgaların ve sıcaklık değişikliklerinin, özellikle Karayipler'deki Gelişmekte Olan Küçük Ada Devletleri kıyılarındaki geçim kaynaklarını, turizmi, sağlığı ve gıda ve su güvenliğini olumsuz etkilemesi beklenmektedir. İklim değişikliğine bağlı olumsuzluklarla başa çıkabilmek için temiz enerji, yeşil ulaşım, orman restorasyonu, denizlerin korunması, iklim açısından akıllı tarım ve kentsel dayanıklılık dâhil olmak üzere yüksek etkili alanlar; diğer çabalar, gelişmekte olan ülkelerde iklim yatırımlarını desteklemek gerekmektedir (The World Bank, 2021).

Latin Amerika, genellikle geleceğe dönük topraktan çıkartılan değerler olarak da adlandırılan ve küresel enerji dönüşümü için hayati önem taşıyan önemli mineral rezervlerine sahiptir. Ancak Latin Amerika'daki bu kaynakların geliştirilmesinin hükümetler ve vatandaşlar için ne anlama geleceği belirsizdir. Küresel enerji geçişi, önemli mineral rezervleri ile beklenmedik şekilde dönüşebilecek bir fırsat sunuyor. Hükümetlerin nihai hedefi, kamu mallarını artıran ve sosyal ve çevresel etkileri en aza indirerek sosyoekonomik kalkınmayı teşvik eden, iyi düzenlenmiş bir madencilik sektörüdür. Ancak bunu başarmak için şeffaflık, hesap verebilirlik ve katılım çok önemli olacaktır. Nitekim bölgedeki çoğu ülke, çevresel etkilere dayalı olarak madencilik projelerine karşı çıkmak da dâhil olmak üzere, doğal kaynak yönetimi konusunda sürekli çatışmalarla karşı karşıyadır. Zira katı maden politikalarından doğal, sosyal ve geçim çevresi etkilenen topluluklar en fazla zarar görmektedir. Bunun nedeni ise demokratik uygulamaların eksikliği, yetersiz istişare, yerel halkın demokrasi karşıtı uygulamalarla karşı karşıya bırakılması ve sosyoekonomik faydaların eşitsiz dağılımı olarak sıralanabilir (LTRC, 2022).

Dünyamıza yönelik en büyük beş tehdit arasında; Kara ve deniz kullanımındaki değişiklikler, Doğal kaynakların doğrudan çıkarılması, iklim krizi, kirlilik ve istilacı türler, bulunmaktadır. Güney Afrika'ya denizciler tarafından getirilen kemirgenler, istilacı türlerin biyolojik çeşitlilik üzerindeki insan kaynaklı etkilerinin sonuçlarına ilişkin tüyler ürpertici bir uyarıdır. Özellikle denizlerdeki plastik kirliliği 1980'den bu yana on kat artarken (deniz kuşlarının %44' ünü etkilemektedir), hava, su ve toprak kirliliği bazı bölgelerde artmaktadır. Bu durum, kirliliğin biyolojik çeşitlilik

kaybının dördüncü en büyük nedeni olarak seçilmesine yol açmıştır. 2019'da Avrupa'daki sıcak hava dalgası Montpellier (Fransa'da) 43 C sıcaklık ölçülmesinden iki yıl sonra, 2021'deki sıcak hava dalgası, Ağustos ayında Sicilya'da sıcaklıkları 48,8 C'ye çıkararak Avrupa rekoru kırmış olmasına neden oldu. 2023 yılında ise yaz boyunca İtalya Sicilya'da yangınlar baş gösterdi. Karada yaşayan uçamayan memelilerin neredeyse yarısının (%47) ve tehdit altındaki kuşların neredeyse dörtte birinin iklim krizinden olumsuz etkilendiği gözlemlenmektedir (Greenfield ve Weston, 2021).

## 2.1. Biyoçeşitlilik. Korunan Alanlar ve Madencilik

Biyolojik çeşitlilik yabani flora ve faunanın sayısız türü ve çok çeşitli ekosistem türleri (çöller, ormanlar, sulak alanlar, dağlar, göller ve nehirler dâhil), dünyadaki çeşitli tarımsal ürünleri ve hayvan türlerini kapsamaktadır. Bu nedenle biyoçeşitlilik, yeryüzündeki tüm yaşam formlarının çeşitliliğini – farklı bitkiler, hayvanlar ve mikroorganizmalar ile bunların içinde yer aldığı ekosistemleri ifade eden “yeryüzünde yaşam” anlamına gelir (Adler, R., Mansi, M., Pandey, R. and Stringer, 2017).

Biyolojik çeşitlilik, biyolojik dünyanın benzersizliğinden faydalanan ve Dünya'daki tüm yaşam formları ile doğal süreçlerin çeşitliliğini de yansıtan evrensel bir terimdir. Bu nedenle doğal sit alanları Brezilya'nın biyolojik çeşitliliğinin korunması için hayati öneme sahiptir. Ancak doğal kaynaklar üzerindeki ekonomik baskılar korunan alanların yasal statülerinin değiştirilmesi ile karşı karşıya bırakılmaktadır. Madencilik, Brezilya'daki en acil çevresel tehditlerden biridir. Hâlihazırda korunan alanlar bünyesinde 98 × 105 ha kapsayan 12.697 proje planlanmaktadır. Bu arazinin yüzde 53'ünün ruhsatlandırılması ve işletilmesi, daha önce yasak olan alanlarda madencilğe izin vermeyi amaçlayan üç yasa tasarısı 2000'lerde gündeme gelmiştir (Villén-Pérez, Mendes, Nóbrega, Gomes Córtes ve De Marco, 2018).

Korunan alanlar, biyolojik çeşitliliğe sahip yerlerin büyük ölçekli insan faaliyetlerinden ve kalkınma projelerinden uzak tutulması ve küresel biyolojik çeşitliliğin korunması için çok önemlidir. Hâlihazırda koruma alanlarında 19.937'den fazla tür koruma altındadır ve uluslararası koruma hedefleri, önümüzdeki yıllarda bu türlerin kapsamını artırmayı amaçlamaktadır. Bununla birlikte mineral bakımından zengin bölgelerde madencilik için artan siyasal baskı korunan alanların küçülmesine ve madencilik için yapılan altyapı (örneğin erişim yolları, maden işleme tesisleri ve limanlar) ve çıkarma faaliyetleri nedeniyle biyolojik çeşitliliğin zarar görmesine neden olmaktadır (Siqueira-Gay, Metzger ve Sánchez, 2022).

Avrupa Çevre Ajansı (European Environment Agency), Avrupa'nın çevre ve iklim hedeflerine ulaşmak için veri ve bilgi sağlamaktadır. Bu bağlamda Avrupa Yeşil Mutabakatı (EGD), Sekizinci Çevre Eylem Programı (8. EAP) ve Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine (SDG'ler) ulaşılmasını desteklemektedir. Birbiriyle bağlantılı beş tematik çalışma alanında eyleme dönüştürülebilir bilgiler sunmaktadır: Bunlar, 1. biyolojik çeşitlilik ve ekosistemler; 2. İklim değişikliğinin azaltılması ve uyum; 3. insan sağlığı ve çevre; 4. Döngüsel ekonomi ve kaynak kullanımı; 5. Sürdürülebilirlik eğilimleri, beklentiler ve çözümler (European Environment Agency, 2022).

Uluslararası Doğayı Koruma Birliği (IUCN), hem hükümetlerden hem de sivil toplum kuruluşlarından oluşan uluslararası bir kuruluştur. 1948'de kurulan IUCN, dünyanın en büyük ve en kapsamlı çevre ağı haline gelmiştir. 1.300'den fazla üyesinin deneyiminden, kaynaklarından ve erişiminden ve on binden fazla uzmanın girdilerinden yararlanır. IUCN, dünyanın doğal kaynaklarının durumu ve onu korumak için gereken önlemler konusunda küresel otoritedir (Pacheco-Fabig ve Coll, 2021).

Dünya yüzölçümünün çok küçük bir kısmını oluşturmalarına rağmen, en çok biyolojik çeşitliliğe sahip olan Ekvator, korunan orman alanlarının %13'ünü madencilik sektörüne açmasıyla, 2016 yılından bu yana pek çok türün neslinin tükenmesi tehlikesi ile karşı karşıya kalmıştır. "Bosques Protectores" olarak adlandırılan kuzeybatı dağlık bulut ormanlarında imtiyaz sağlanarak değiştirilen madencilik kanunları çeşitli koruma alanlarındaki memelileri, amfibileri, sürüngenleri, kuşları ve orkideleri tehdit etmektedir. Zira metal madenciliğinin arama ve işletme aşamaları, öncelikle ormansızlaşma yoluyla biyolojik çeşitliliği azaltmaktadır (Roy, Zorrilla, Endara, et al., 2018).

En büyük on küresel riskten biri günümüzün hızlı ve artan biyolojik çeşitlilik kaybı ve ekosistem yıkımı olarak açıklanmaktadır. Adler ve diğerleri (2018)'de Fortune Global Companies (En büyük gelire sahip şirketler listesi) arasından 150 şirketin üretim faaliyetlerinin çevresel etkilerini azaltmadaki sorumlulukları ile biyolojik çeşitliliğin korunması faaliyetlerine nasıl katkı sunduklarını hususu araştırılmıştır. İncelenen 147 Fortune Global şirketinden 28 şirket (yüzde 19) biyolojik çeşitlilik ve tehdit altındaki türler konusunda sıfır puan aldı (rapor vermedi). Ayrıca 58 şirket (yüzde 39,4) 0 ile 10 arasında puan alırken, 22 şirket (yüzde 15) 11 ile 20 arasında puan aldı. 11 şirket (yüzde 7,5) 21 ile 30 arasında puan alırken, 13 şirket (yüzde 8,8) 31 ile 40 arasında puan aldı, 8 şirket (yüzde 5,4) 41 ile 50 arasında puan alırken 5 şirket (yüzde 3,4) 51 ile 60 arasında puan aldı ve sadece iki şirket (yüzde 1,4) 60'ın üzerinde puan aldı. Aralığın 0-84 olduğu hatırlandığında şirketlerin yüzde 90'ından fazlası endeksin orta noktasının altında puan

almıştır. Bu durum tanınmış şirketlerin bile üretim faaliyetlerinin sonucunda oluşan çevresel etkileri görmezden geldiğini göstermektedir (Adler, Mansi ve Pandey, 2018).

Aralık 2009'da Brezilya hükümeti sera gazlarına ilişkin taahhüdünü tek taraflı olarak yasalastırmaya karar verdi. Karbon emisyonlarını gönüllü olarak azaltmaya yönelik bu yasal taahhüt, 2000'li yılların başından bu yana Hindistan ve Çin gibi diğer büyük gelişmekte olan ülkelerdeki girişimlerine benzemektedir. Örnek olarak, yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı 2006 yılında Brezilya'da toplam enerji kullanımının yüzde 44,5'ini oluştururken, OECD ülkelerinde bu oran yüzde 6,1'di. Brezilya'nın karbon emisyonlarını gönüllü olarak düşürmesi öncelikle ormansızlaşma oranlarının azaltılması ile hidroelektrik enerji üretiminin ve biyoyakıtlarda dâhil olmak üzere diğer yenilenebilir enerji kaynaklarının genişletilerek birleştirilmesine dayanmaktadır. Ancak zamanla görülmüştür ki, Brezilya'nın uluslararası çevre liderliği konusundaki kararlılığı zayıf, belirsiz ve çoğu zaman çelişkili bir görünüm sergilerken bu da ekonomik kalkınma öncelikleri ile çevre gündemi arasındaki sorunlu ilişkiyi karıştırmaktadır (Riethof, 2016).

Avrupa, iklim değişikliği ve küresel ısınmaya en duyarlı bölgedir. Bu nedenle, Avrupa'da çevre mevzuatı ciddi yaptırımlar içermektedir. Diğer yandan kamu yararına ortak kullanım alanlarını önemseyen ve parkları bahçeleri, gölleri, ırmakları, nehirleri çevre polisleri koruyan ABD'de konut güvenliği ve özel mülkiyet yasaları bireylerin lehinedir. Örneğin ABD'de arazisinde yâda evinin altında maden çıkan mülk sahibi, serbestçe bir enerji şirketiyle anlaşılabilir ve toprağındaki yer altı kaynağına çıkarılması hususunda ticari bir mukavele yapabilir. Ancak Avrupa'da yer altındaki kaynaklar devlete aittir (Anderson, 2014).

Madencilik, yeraltı kaynakları beraberinde okyanuslar ve denizleri de içine alan yeraltından yâda denizlerin diplerinden endüstrinin devamı için faydalı mineralleri çıkartma işlemidir. Doğada bulunan Mineral, birkaç istisna dışında, ayırt edici fiziksel özelliklere bir kimyasal bileşime veya moleküler yapıya sahip olan inorganik bir maddedir. Bazı yerlerde mineral olarak bilenen ancak bir organik madde olan kömür, en çok çıkarılan ve yakıldığında ürettiği kükürt ve sülfür nedeniyle hava kirliliğine neden olan fosil yakıtlardan biridir. Başta Koah olmak üzere pek çok hastalığın sebebidir. Çin, Kovid-19 salgını öncesi neredeyse ülkenin elektriğinin %70'ini kömürden elde ediyordu. Ancak 2021'de Çin Devlet Başkanı Şi Jinping, Tek Yol Tek Kuşak isimli alt yapı projesinde Endonezya ve Vietnam gibi ülkelerin kömüre dayalı enerji projelerine destek vermeyeceğini ve kendi ülkesinde de sürdürülebilir enerjiye yönelik yatırımları hızlandırılacağını Birleşmiş Milletler Genel

Kurulu'ndaki konuşmasında ifade etmiştir. Diğer yandan akıllı telefonlar, bilgisayarlar ve enerji depolayan bataryalar daha fazla madencilik anlamına gelmektedir. Derin deniz madenciliği ise iki yüz (200) metrenin altındaki okyanus alanında gerçekleştirilen madencilik anlamına geliyor. Bu büyük ölçüde, yüksek iletken gerektiren teknolojilerde kullanılan bazı madenlerin ve elektrikli arabaların akülerinde kullanılan minerallerin açığını kapatmak için yapılmaktadır. Böylece, lityum, bakır, nikel, alüminyum, manganez, çinko ve kobalt gibi minerallerin karasal kaynakların azalması ve bu madenlere her geçen gün artan ihtiyaç, derin deniz madenciliğinin sebebidir (BBC, 2021; Çetin, Karakaya, ve Gençoğlu, 2021).

## 2.2. Küresel Tüketim ve Madencilik: Latin Amerika

Her gün artarak devam eden küresel tüketim, madencilik sektörünün ve madencilik yapılan alanların genişlemesine neden olmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde madenlere talep yaygınlaşmaktadır. Diğer yandan, madencilik teknolojisindeki yenilikler, düşük tenörlü yatlardan minerallerin geri kazanılmasını ekonomik olarak mümkün kılmaktadır. Aynı zamanda yeni teknolojiler örneğin akülü otomobiller, rezerv tabanının %49'unun Bolivya'nın tuz düzlüklerinde olduğu tahmin edilen lityuma olan talebin artmasına yol açmaktadır. Diğer yandan, fosil yakıtı nükleer enerjiyle değiştirmeyi amaçlayan politikalar ise uranyum madenciliğinin artmasına neden olmaktadır (Bebbington, Bury ve Turner II, 2009).

Peru dünyanın en önemli gümüş, çinko, bakır, kurşun ve altın üreticilerinden biridir. Aynı zamanda diğer doğal kaynaklara da (doğal gaz, balıkçılık ve kereste dâhil) zengin bir şekilde sahip olan Peru fakir bir ülke olmaya devam etmektedir. FAO için gıda güvenliği olmayan bir ülkedir. 1992 yılından 2004 yılına kadar Peru, yurt içi ve yurt dışından 10 milyar ABD dolarının üzerinde yatırım çekmiştir. 2001 ile 2003 yılları arasında madencilik Peru'daki toplam yabancı yatırımın yüzde 37'sini oluşturmuştur. Madencilik, 2003 yılında Peru'nun tüm ihracatının yüzde 57'sini ve Gayri Safi Yurtiçi Hasıla'nın yüzde 6,6'sını oluşturmuştur (The World Bank, 2005).

Portekizlilerin, altın zengini olan ve daha sonra Minas Gerais eyaleti olarak anılacak olan bölgeye yerleştiği sömürge zamanlarından beri, madencilik Brezilya ekonomisinin önemli bir parçası olmuştur. İki Dünya Savaşı sırasında küresel jeostratejik önemi ve 1950'lerdeki kritik politika tercihleri, yüzyılın geri kalanında Brezilya'nın hammadde (mineraller gibi) ihracatına dayalı büyüme deneyimini şekillendirmiştir. Latin Amerika'daki diğer birçok hükümet gibi Brezilya da 1970'lerde ve 1980'lerde ulusal sanayisini geliştirmek için ithalata bağımlılığı azaltmayı amaçlayan ithal ikameci

sanayileşme politikaları uygulamıştır. Brezilya, Devletin ekonominin üretken sektörlerinde güçlü bir girişimci rol üstlenmesi ve madencilik endüstrisine aktif katılımı teşvik etmesiyle madencilik endüstrisi gelişme göstermiştir. 2020 yılında dünyanın ikinci büyük demir cevheri üreticisi olan Brezilya, aynı zamanda dünyanın lider niyobyum üreticisidir. GSYİH'sına katkıda bulunan sektör, 2020 yılı için yaklaşık 43,7 milyar ABD doları değerinde maden üretimiyle Brezilya için büyük bir gelir kaynağı olmuştur. Ayrıca maden çıkarma faaliyetleri, 2019 yılında ülkenin GSYİH'sının yaklaşık %2,4'ünü oluşturmuştur (OECD, 2022).

Latin Amerika ve Karayipler dünyadaki ormanların %25'ine ve biyolojik çeşitliliğin %40'ına ev sahipliği yapmaktadır Dünyanın en büyük maden endüstrisine sahip Kanada, 1990'ların başında Latin Amerika'ya yönelirken, Kanadalı şirketlerin Latin Amerika'daki (ve Karayipler'deki) payı istikrarlı bir şekilde büyüyerek 2004'te % 35'e ulaşmıştır. Latin Amerika'da madencilik yatırımlarındaki artış, 1980'lerde ve 1990'larda Dünya Bankası ve IMF tarafından bölgedeki ülkelere birbiri ardına uygulanan devasa yapısal düzenlemelerin ardından gelmiştir. 1989'dan 2001'e kadar bölgedeki en büyük 20 maden arama yatırımcısı arasında yedi Kanadalı şirket ile tüm rakipleri arasında açık ara en büyüğü olmuştur. And dağlarının gölgesindeki Latin Amerika ülkesi olan Peru'nun 2002-12 döneminde ekonomisinin büyüklüğü neredeyse iki katına çıkmıştır. Öyle ki, Ollanta Humala hükümeti, esasen madencilik endüstrilerinin Peru'ya mali katkısını sosyal politikanın temel taşı şeklinde merkeze yerleştirmiştir. Ancak Peru'da 21.yüzyılın ilk on yılının ortasında başlatılan ulusötesi sömürücü sermayeye karşı mücadele, kırsala taşınarak yerli toplulukların 'yeni' toplumsal aktörler olarak siyasi bir platform oluşturmaya neden olmuştur (Gordon ve Webber, 2008; Lust, 2016).

Böylece Azapagic vd. (2004), minerallerin insan yaşamı ve çok sayıda endüstri için gerekli olmasına rağmen, bunları elde etmenin genellikle yüksek çevresel etkilere sahip olduğunu ve aslında daha geniş ekonomik, sosyal, demografik ve kültürel sorunları da gündeme getirdiğini ileri sürmektedir (Azapagic vd., 2004).

Orta Meksika'da on altıncı yüzyılın ortalarında keşfedilen madenlerin tümü, kölelerle desteklenen encomienda (kolonilerde yeni oluşan madencilik ekonomisinin ihtiyacı olan işgücünün geliştirilmesine yönelik sistem) emeğiyle çalıştırılıyordu. Bu sistem çok verimli olmamakla birlikte kol gücüyle yüzeydeki gümüşlerin toplanması şeklindeydi ve yine de kârlıydı. Birincisi, tamamen encomienda emeğinden oluşan bir iş gücü kullanarak gümüş çıkarmanın mümkün olmasıydı. İkincisi, encomienda'nın işçileri,

çok verimli olmasa da, muhtemelen çok derin olmayan madenlerden gümüş çıkarabiliyorlardı. 1550'li yıllara gelindiğinde İspanyol Krallığı, encomienda'daki zorunlu çalıştırmayı ortadan kaldırmak için birçok girişimde bulunmuştur. Ancak, maden işçilerine ücret ödenmesi zorunluluğu, Meksika'daki ilk madenlerin kârlılığını tehdit etmekteydi (Chapa, 1981). 16.yüzyıldan günümüze Latin Amerika ülkelerinde madencilik, yerel halkların itirazlarına rağmen artmaya devam etmiştir (Tablo 1).

*Tablo 1. Seçilen Latin Amerika ülkelerinde 2021'de metal ve minerallerin üretim sıralaması*

Ülke	Çıkarılan Maden	Miktar (bin metrik ton)
Brezilya	Demir	240.000
Şili	Bakır	5.588
Peru	Çinko	1.600
Brezilya	Manganez	400
Peru	Kurşun	280
Şili	Molibden	49.4
Şili	Lityum	30.2
Meksika	Gümüş	5.6
Bolivya	Antimon	2.7
Bolivya	Tungsten	1.4
Meksika	Altın	0.1

*Kaynak: Statista: <https://www.statista.com/statistics/873848/major-latin-america-countries-metal-mineral-production/>*

2021'de Brezilya, 240 milyon mt metal içeriği üretimiyle Latin Amerika'nın en büyük demir cevheri üreticisi olmuştur. Buna karşılık 2021'de Şili, bölgedeki en büyük bakır üreticisidir ve aynı zamanda o yıl üretilen yaklaşık 5.6 milyon ton bakırla dünya çapındaki bakır üretiminde de lider olmuştur.

KPMG International Hollanda'da bulunan merkezi Amstelveen olan çok uluslu bir profesyonel hizmetler ağıdır. Üç hizmet hattı vardır: danışmanlık, mali denetim ve vergi. KPMG International Global Mining Outlook 2020 çalışmasında Latin Amerika'daki madencilik için önemli uyarıları olmuştur.

Latin Amerika'daki en büyük sektör riskleri şunlardır (KPMG, 2022):

- Yeni düzenlemeler de dâhil olmak üzere çevresel riskler
- Topluluk ilişkileri ve faaliyet göstermek için sosyal lisans

- Emtia fiyat riski

### 3. İklim Değişikliği, Küresel Ekonomi ve Turizm

İklim değişikliği (küresel ısınma) 1990'ların en görünür ve en tartışmalı çevre sorunlarından biridir. 1988'de, belirli gazların emisyonlarının küresel ısınmaya katkıda bulunduğuna dair giderek artan bilimsel kanıtların bir sonucu olarak, bir grup bilim adamı ve çevreci, iklim değişikliğini yavaşlatmanın veya tersine çevirmenin yollarını bulmak için derhal uluslararası bir eylem planının oluşturulması çağrısında bulunmuştur. Küresel savaşın yavaşlatılmasını sağlayacak teknik ve siyasi sorunların çözümünde uluslararası işbirliğinin temelini oluşturacak iklim değişikliğine ilişkin bir çerçeve sözleşmesinin oluşturulmasını önerilmektedir (Johnson, 2001).

Turizm sektörü iklim değişikliğine karşı oldukça hassastır ve aynı zamanda küresel ısınmaya neden olan sera gazı emisyonuna katkıda bulunmaktadır. Bu nedenle turizmin geleceği için gerek sektörün sera gazı emisyonuna katkısının azaltılması, gerekse tüm dünyada küresel ısınmanın azaltılması için yoğun bir çaba söz konusudur. KOVID-19 salgını, 2020'de küresel sera gazı emisyonlarının %7 oranında azalmasına yolaçarken, UNWTO/ITF'nin Aralık 2019'da UNFCCC COP25'te yayınlanan son araştırmasına göre, turizmden kaynaklanan CO<sub>2</sub> emisyonlarının 2030 yılına kadar 2016 seviyelerine göre %25 oranında artacağı tahmin etmiştir. Dünya Turizm Örgütü, turizmde CO<sub>2</sub> emisyonlarının ölçümü ve açıklanmasının güçlendirilmesi, turizm işletmelerinin karbondan arındırılması sürecinin hızlandırılması ve turizm sektörünün karbon giderme sürecine dâhil edilmesini üzerine çalışmaktadır. Bu bağlamda, Glasgow Deklarasyonu, turizmde iklim eylemini hızlandırma ve önümüzdeki on yılda emisyonları yarıya indirme ve mümkün olan en kısa sürede 2050'den önce Net Sıfır emisyonlara ulaşma yönündeki küresel hedefleri desteklemek için bir katalizör görevi görmektedir (UNWTO, 2022).

Turizm, dünyadaki karbon emisyonlarının yaklaşık %8'inden sorumludur. Uçak uçuşlarından tekne gezilerine, hediyelik eşyalardan konaklamaya kadar çeşitli aktiviteler turizmin karbon ayak izine katkıda bulunuyor. Bu ayak izinin çoğunluğu yüksek gelirli ülkelerden gelen ziyaretçiler tarafından yayılırken ABD'li gezginler listenin başında yer alıyor. Seyahat etmeye gücü yeten insan sayısı arttıkça turizmin çevresel ayak izi de artacaktır (Tablo-2)



Tablo 2. Küresel Turizm Faaliyetlerinin Karbon Ayak İzleri

Faaliyet Alanları	Yüzdeler Dilimi
Ulaşım (Uçak, Şehir içi kullanıma uygun dört çeker araç, küçük arabalar, motosiklet, transit otobüsler, tren, tur otobüsü, feribot)	%49
Eşyalar (Giyim, kuşam ve diğer eşyalar)	%12
Yiyecek/içecek	%10
Tarım	%8
Hizmetler	%8
Konaklama	%6
İnşaat ve Madencilik	%6
Diğer	%1

*Kaynak: Carbon Footprint of Tourism <https://sustainabletravel.org/issues/carbon-footprint-tourism/>*

Korona virüs salgını öncesi seyahat ve turizm (doğrudan, dolaylı ve tetikleyen etkileri dâhil), 2014-2019 döneminde dünya çapında yaratılan her 5 yeni işten 1'ini karşılarken 2019'da tüm işlerin %10,3'ü (334 milyon) ve küresel GSYİH'nın %10,4'ü (10 trilyon ABD Doları) oluşturmuştur. Öte yandan, uluslararası ziyaretçi harcaması 2019 yılında 1,9 trilyon ABD Doları olarak gerçekleşmiştir. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC) verilerine göre 2019 yılı ile kıyaslandığında küresel turizm gelirinde ve seyahat oranlarında önemli bir toparlanma söz konusu olmuştur. Şöyle ki 2019 seviyelerinin yalnızca %23 altında küresel turizm gelirleri gerçekleşirken, 2021'e göre %22 artış söz konusu olmuştur. Böylece 2022'de Seyahat ve Turizm sektörü küresel GSYİH'ya %7,6 katkıda bulunmuştur. Turizmde 2022'de 22 milyon yeni iş ortaya çıktı, 2021 ile karşılaştırıldığında %7,9'luk bir artışı temsil ederken 2019 yılına göre yalnızca %11,4 altında kalmaktadır. Uluslararası ziyaretçi harcamaları bir önceki yıla göre 2022'de %81,9 artarken yine de 2019 rakamlarının %40,4 gerisinde kalmıştır (WTTC, 2023; Tablo 3).

**Tablo 3. Seyahat ve Turizmin Ekonomik Etkisi (2019 ve 2022 yılları yedi bölge karşılaştırmalı)**

Bölgeler	2019 Seyahat ve Turizmin GSYİH'ye Toplam Katkısı (Milyar ABD Doları)	2019 Seyahat ve Turizmin İstihdama Toplam Katkısı (Toplam İstihdamın Yüzdesi)	2022 2022 yılında Seyahat Ve Turizmin GSYİH İçindeki Değişimi (Milyar Dolar)	2022 2022 yılında Seyahat ve Turizmin Ürettiği Toplam İş Sayısı Değişimi	2019/2022 2019'a kıyasla turizm ve seyahatin GSYİH'ye toplam katkısı	2019/2022 2019'a kıyasla turizm ve seyahatin İstihdama toplam katkısı
Kuzey Amerika	%9,1	%11,3 26.2 Milyon İş	+%18.4 +363.4	+%17.3 + 3.6 Milyon İş	-%7.4	-%5.9
Avrupa	%9,3	%9,9 37.9 Milyon İş	+%40,1 +579.2	+%9.2 +2.9 Milyon İş	-%7.2	-%8.5
Karayipler	%13,7	%15,6 2.8 Milyon İş	+%33.2 + 15.6	+%12 +0.3 Milyon iş	-%16.3	-%6.8
Afrika	%7	%5,6 25.1 Milyon İş	+%37.6 +46	+%13.3 +2.6 Milyon iş	-%9.7	-%12.7
Latin Amerika	%8,2	%8,3 17.1 Milyon İş	+%33.5 +76	+%17.7 +2.5 Milyon iş	-%4.1	-%3.9
Orta Doğu	%8,4	%9,9 7.5 Milyon İş	+%46.9 +107	+%14.5 +0.9 Milyon iş	-%25.3	-%8.7
Asya Pasifik	%9,8	%9,9 184.3 Milyon İş	+7.5 +111	+5.9 +8.7 Milyon İş	-%49.7	-%15.4

**Kaynak: World Travel and Tourism Council, 2023 (<https://wtcc.org/research/economic-impact>)**

Roosevelt Enstitüsü'nün sanayi politikası ve ticaret direktörü Todd N. Tucker, "İklim krizi, 5.000 yıllık insanlığın yazılı tarihinde hiç denemediği ölçekte ve hızda ekonomik dönüşüm gerektiriyor" demiştir. Mevcut küresel ticaret sistemi, her yıl kanepeler, giysiler ve araba parçalarıyla dolu on milyonlarca nakliye konteynırı tarafından yabancı fabrikalardan Amerika Birleşik Devletleri'ne, genellikle şaşırtıcı derecede düşük fiyatlarla aktarılmaktadır. Küçük (2020)'e göre, Birinci Dünya Savaşı'ndan güçlenerek çıkan ABD, montaj hattına dayalı seri üretim ile büyük bir üretim fazlasına sahipken bir taraftan dışa açık politikaları desteklerken diğer yandan üretim fazlasını tüketime dayalı bir ekonomi üreterek desteklemiştir. Ancak bu durum 2000'li yılların başından itibaren ABD için bir iç mesele olmuş, deniz aşırı üretimi ve ticareti sorgulamaya yönelik bir iç hesaplaşma başlamıştır. Bu

hesaplaşma Çin ile girilen ticaret savaşı ile içinden çıkılmaz bir duruma dönüşmüştür, zira Çin ABD ürünleri ile büyük bir rekabete girmiş daha ucuza üretmeyi başarmıştır. Böylece, tüketicilerin bu ürünler için ödediği fiyatlara, bunları üreten uzaktaki fabrikaların veya bunları okyanus boyunca taşıyan konteyner gemilerinin ve kargo uçaklarının neden olduğu çevresel zararlar dâhil edilmeye başlanmıştır. Son aylarda Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa, yeşil enerji geçişini hızlandırmayı amaçlayan sübvansiyonlar, tarifeler ve diğer politikaları öncelikle uygulmaya koymuştur (Küçük, 2020; Swanson, 2023).

Turizm sektörü, madencilik sektörüne göre daha fazla iş yaratma potansiyeline sahip olmasına rağmen, hangi sektörün istihdam ve yerel sosyal kalkınma açısından daha sürdürülebilir olabileceği Latin Amerika ülkeleri için büyük önem taşımaktadır. Turizm endüstrisi, turizmin geniş tabanlı ekonomik faaliyetleri teşvik ettiği Hindistan, Brezilya ve Endonezya'da güçlü ve çeşitli bağlantılar yaratma potansiyeline sahiptir. Turizm çok sayıda yerel girişimciyi değer zincirine entegre etme kapasitesine sahiptir (Leonard, 2016).

Latin Amerika'da turizm sektörü, insani gelişim ve ekonomik büyümede önemli bir rol oynamaktadır. 2021 yılında Meksika, yaklaşık 170 milyar ABD doları ile seyahat ve turizm sektörünün gayri safi yurt içi hasılaya (GSYİH) en büyük toplam katkısına sahip Latin Amerika ülkesi oldu. Brezilya, seyahat ve turizmin GSYİH'ya yaklaşık 104 milyar ABD doları katkı sağlaması nedeniyle listede ikinci sırada yer almıştır. Latin Amerika ve Karayip ülkelerindeki politik istikrarsızlıklara rağmen 2010-19 yılları arasında bölgeye gelen uluslararası turist sayısında yaklaşık yüzde 60'lık bir artış yaşanmıştır. Her ne kadar ABD Latin Amerika için turizmin ana kaynağı olsa da korona virüs salgını bu trendde güçlü bir düşüşe neden olmuştur. 2021'de yaklaşık 40 milyon ABD vatandaşı Latin Amerika ve Karayipler'e seyahat etmiştir (López, 2022).

Sürdürülebilir turizm, birçok gelişmekte olan ülke için önemli bir gelir kaynağıdır ve başta Maldivler ve Saint Lucia gibi küçük Adalar olmak üzere birçok küçük ekonominin toplam ihracatının %50'sini oluşturur. Farklı ülkeler, ekonomik etki veya istihdam yaratma açısından turizmin nasıl ana sektör haline geldiğini görmüştür. Ayrıca bu ekonomik aktivite birçok ülkede ekonomik kalkınmanın iyileşmesine olanak sağlamıştır. Turizm gelişimi, bir turistik destinasyondaki turistlerin artmasına katkıda bulunan altyapının, hizmetlerin veya yoksulluğun iyileştirilmesi anlamına gelmektedir. Turizm büyümesi, bir ekonomide mal ve hizmetlerin artması, istihdamın artması

veya turizm sonucunda sermaye birikiminin artması olarak anlaşılmaktadır (Pulido-Fernández ve Cárdenas-García, 2021).

Sömürge dönemlerinden bu yana Amazon bölgesi bir orman olarak tasvir edilmiş ve cennet ve macera imgeleriyle ilişkilendirilmiştir. Son otuz yılda artan çevresel farkındalık ve sürdürülebilir kalkınma seçeneği, bu vizyonu biyolojik çeşitlilik kavramıyla ilişkilendirilen daha bilimsel bir vizyonla tamamlanmasına yol açmıştır. Amazon bölgesi, fauna ve flora türlerinin ve ormanların incelenmesini teşvik ederken küresel tatlı su rezervi için ekolojik bir filtre görevi görmektedir. Kültür, bir yanda şu anda Amazon topraklarında yaşayan canlı kültürler, yerli halklar ve milliyetler, diğer yanda arkeolojik kalıntılar ve taş oymalarda mevcut olan ata kültürlerinin kalıntılarıyla iki yönlü bir boyut kazanmaktadır. Bu kapsamda aşağıdaki turizm ürünleri tespit edilmiştir: kuş gözlem rotası; tarımsal turizm rotası; ekoturizm rotası; toplum turizmi rotası ve rekreasyon rotası Amazon içinde bulunmaktadır (Victoria Reyes, 2010).

Turizm destinasyonları hem doğrudan (örneğin seyahat davranışı, seyahat kapasitesi, destinasyon algıları, destinasyon çekiciliği) hem de dolaylı olarak (örneğin azaltma politikaları, fiziksel çevresel, ekonomik ve sosyo-politik değişim) bir çok faktörden giderek daha fazla etkilenecektir. Ortaya çıkan birbiriyle ilişkili faktörler ve belirsizliklerden oluşan karmaşık sistem, karar vericileri iklim değişikliğine uyum sağlayacak çözümler bulma gibi zor bir görevle karşı karşıya bırakmaktadır.

Latin Amerika, büyük siyasi ve ekonomik ilerlemelere rağmen 2000 yılından bu yana küresel ortalamanın üç katından fazla her yıl dünyadaki cinayetlerin yüzde 40'ından fazlasının sorumlusu olan, organize suçun ve cinayetin yaygın olduğu bölgedir. 1990'ların ortasından bu yana en önemli kamu sorunu olarak suç, demokrasiye geçişten günümüze en büyük halk protestolarını bile tetiklemiştir. Zira Orta Amerika'da polise büyük madencilik ve ormancılık projelerinden hisse verilmiştir. Nitekim Eylül 2013'te ABD Hazine Bakanlığı, aralarında büyük madencilik, tarım, inşaat ve inşaat şirketlerinin de bulunduğu kaçakçılığa karışan bir dizi Honduras şirketini listelenmiştir (Ungar, 2013).

Meksika'nın kötü şöhretli kiralık cinayet örgütü Zetas'ın orijinal güç kaynağı devlettir: ilk olarak 1990'ların sonlarında elit Hava Aracı Özel Kuvvetler Gruplarının (GAFE) 60 kadar üyesi tarafından kuruldu. Artık gelişmiş eğitim ve teknolojilerini, ülkenin büyük petrol boru hatlarından yararlanmak üzere hâlihazırda ekonomik faaliyetlere hâkim oldukları ABD sınırındaki eyaletlerde kullanılmaktadırlar. Zetas, ABD 7. Özel Kuvvetler

Grubu tarafından eğitildi ve 2000 ile 2005 yılları arasında örgüte 1.300 subay daha katıldı (Ungar, 2013).

## Sonuç

Latin Amerika, dünyadaki doğal kaynakların %40'ından fazlasını barındıran, doğal kaynakların çıkarılmaya başlanması ile ekonomik, siyasi ve tarihi olarak şekillenmeye başlayan bölgedir. Latin Amerika, neoliberal şekillenmenin erken sonuçlarını 1990'larda hisseden ve suç oranı artan bir bölgedir, aynı zamanda. Demokrasi ile mücadelesi, son yıllarda yerli hakların sorunu olmuştur. Zira Amazon ormanlarındaki hızlı kayıp, yerleşim yerlerinin değişmesi, geçim kaynaklarının kökünden farklılaşması, yeni tarımsal ekonomilerin ve hayvancılık endüstrisinin oluşmasının hem nedeni hem de sonucudur. Sıradağlar ve platolar, yalnızca Latin Amerika ikliminin ve hidrolojik döngüsünün değil, aynı zamanda büyük biyolojik çeşitliliğinin de oluşmasında ve devamında belirgin bir rol oynamaktadır. Latin Amerika, dünyadaki biyolojik çeşitliliğin büyük bir yüzdesini barındırır ve iklim değişikliği, hâlihazırda meydana gelen biyolojik çeşitlilik kayıplarını hızlandırabilir. 1990'ların sonu, çevresel sorumluluğun ve toplumsal farkındalığın arttığı Amazon'un birçok yerli nüfusunun ormanlarını savunarak petrol ve kereste sömürüsüne karşı ayaklanmalarına yol açtı; bu, sayısız çevresel ve sosyal etkiye yol açtı ancak yerel ekonomide hiçbir iyileşme yaratmadı. Bu durum, korona virüs salgını sonrası aşırı sağ yönetimlerden sancılı şekilde sola doğru kaymaya başlangıç teşkil etmektedir. Bu kaygan zeminde ormansızlaşma ve biyoçeşitlilik azalması yabani hayat turizmi ve diğer alternatif turizm şekillerini olumsuz etkilemektedir. Turizm sektörü iklim değişikliğine, biyolojik çeşitliliğin azalmasına, yabani hayatın yok olmasına ve yerel kültürlerin yıkımına karşı aşırı hassastır. İklim değişikliği başta Karayipler, Akdeniz olmak üzere Hint Okyanusu ve Pasifik Okyanusu'ndaki birçok ada destinasyonunun sürdürülebilirliğini ve sürdürülebilir turizmi tehdit etmektedir. Ancak düşündüğümüzden ve tahminlerimizden daha hızlı ısınan dünyamız, Ege denizi adaları da tehdit altında olduğunu göstermiştir. Bu sene Rodos'ta yaşanan yangın günlerce sürmüş çok büyük bir alanı kül etmiştir. Ormanlar yılın sekiz ayı yangın tehdidi altındadır.

Meg 2: Çukur filminde okyanuslara kimyasal atık atan gemilerden, yüksek iletken sağlayan mineralleri okyanus derinlerinden çıkaran kötü niyetli büyük şirketlere kadar pek çok konu ele alınmıştır. Günümüzde yeraltı ve okyanus derinliklerinde madencilik artarak büyüyen yüksek teknoloji ürünlerinin bataryaları ve yüksek iletkenlik kazandıran dayanıklı yapıları için gerekmektedir. Diğer yandan bu madenlerin büyük bir kısmına sahip olan Latin Amerika ülkelerinde madencilik faaliyetleri

yer yer kontrolsüz ve yaygın şekilde doğal çevreyi ve yerlileri olumsuz etkileyerek sürerken, Amazon ormanlarının biyoçeşitliliğine ve oradaki yaşayan yerlilerin geçim kaynaklarına zarar vermektedir. Üstelik bölgede korunan alanlara ilişkin mevzuat esnetilerek, daha fazla madencilik alanı üretilmektedir. Diğer yandan uzun bir süredir yoksullukla mücadele eden Latin Amerika için iklim değişikliği de, kontrolsüz madencilik ve tarım gibi ekonomiye ve yaşama büyük zarar vermektedir. Latin Amerika ülkelerinin madencilik, turizm ve tarım sektörünün sürdürülebilir geleceğini sağlamak için kontrollü, planlı, çevreye duyarlı bir yeşil kalkınma sağlaması, biyolojik çeşitliliği ve yağmur ormanlarını koruması dünyamızın geleceği için de büyük önem taşımaktadır.

## Kaynakça

- Adler, R., Mansi, M., Pandey, R. Ve Stringer, C. (2017). United nations decade on biodiversity: A study of the reporting practices of the australian mining industry. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 30 No. 8, pp. 1711-1745. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-04-2015-2028>.
- Adler, R., Mansi, M. ve Pandey, R. (2018), Biodiversity and threatened species reporting by the top fortune global companies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 31(3), 787-825. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-03-2016-2490>.
- Anderson, R. (2014). Kaya gazı üretimi her ülkede uygulanabilir mi? *BBC News*, [https://www.bbc.com/turkce/haberler/2014/04/140407\\_kaya\\_gazi](https://www.bbc.com/turkce/haberler/2014/04/140407_kaya_gazi)
- Azapagic, A., Perdan, S. and Clift, R. (2004), *Sustainable development in practice: case studies for engineers and scientists*. Wiley, New York, NY.
- Bebbington, A.J., Bury, J.T. ve Turner II, B.L.(2009). Institutional challenges for mining and sustainability in peru. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 106(41), 17296 – 17301
- Borges de Lima, I. ve Buszynski, L. (2011), “Local environmental governance, public policies and deforestation in amazonia”. *Management of Environmental Quality*, 22(3), 292-316. <https://doi.org/10.1108/14777831111122888>.
- Brazil: State of Amazonas declares state of emergency over rising number of forest fires. Euronews (2019). <https://www.euronews.com/2019/08/11/brazil-state-of-amazonas-declares-state-of-emergency-over-rising-number-of-forest-fires>
- Brezilya Amazonları'nda 11 ayda ormansızlaştırma yüzde 22,3 azaldı. *Anadolu Ajansı* (10.11.2023). <https://www.aa.com.tr/tr/yesilhat/dogal-yasam/brezilya-amazonlarinda-11-ayda-ormansizlastirma-yuzde-22-3-azaldi/1821643>
- Carrington, D. (2022). Fate of Amazon rests on Brazil election, say experts. *The Guardian* (30 September, 2022). <https://www.theguardian.com/environment/2022/sep/30/fate-of-the-amazon-brazil-election-bolsonaro-lula-da-silva>
- Chapa, J. (1981). Wage Labor in the Periphery: Silver Mining in Colonial Mexico. *Review (Fernand Braudel Center)*, 4(3), 509-534. <http://www.jstor.org/stable/40240875>
- CNN (1 January 2023). Lula da Silva sworn in as Brazil's president amid fears of violence from Bolsonaro supporters. <https://edition.cnn.com/2023/01/01/americas/brazil-lula-da-silva-inauguration-intl/index.html>

- Çetin, M. S. , Karakaya, B. ve Gençoğlu, M. (2021). elektrikli araçlar için lityum iyon bataryaların modellenmesi. *Fırat Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 33(2) , 755-763. DOI: 10.35234/fumbd.953296.
- Diele-Viegas, L. Pereira, E. ve Rocha, C.(2020). The new Brazilian gold rush: Is Amazonia at risk? *Forest Policy and Economics*, 119(102270):1-5. DOI: 10.1016/j.forpol.2020.102270.
- Environmental Statement 2022. European Environmental Agency (2022). EEA Report 05/2023. ISBN 978-92-9480-593-5.
- Gordon, T., & Webber, J. R. (2008). Imperialism and resistance: Canadian mining companies in Latin America. *Third World Quarterly*, 29(1), 63–87. <http://www.jstor.org/stable/20455026>.
- Greenfield, P. Ve Weston, P. (2021). The five biggest threats to our natural world... and how we can stop them. <https://www.theguardian.com/environment/2021/oct/14/five-biggest-threats-natural-world-how-we-can-stop-them-aoe>
- Hogenboom, B. (2012). Depoliticized and repoliticized minerals in Latin America. *Journal of Developing Societies*, 28(2), 133–158. <https://doi.org/10.1177/0169796X12448755>.
- İklim değişikliği: Çin, ülke dışında yeni kömür santralleri inşa etmeme taahhüdünde bulundu. *BBC* (2021). <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-58649550>
- John, T. (2023). Lula da Silva sworn in as Brazil's president amid fears of violence from Bolsonaro supporters. *CNN*. <https://edition.cnn.com/2023/01/01/americas/brazil-lula-da-silva-inauguration-intl/index.html>
- Johnson, K. (2001). Brazil and the politics of the climate change negotiations. *The Journal of Environment & Development*, 10(2), 178-206 .
- KPMG International Global Mining Outlook (2020). <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/xx/pdf/2022/04/global-minning-outlook-2022.pdf>
- Küçük, Ö. (2020). Kapitalizm ve tüketim temelinde yükselen tüketici hakları. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(6) , 1763-1777. DOI: 10.18506/anemon.766277 .
- Latin American Agriculture: Prospects and Challenges. (OECD-FAO, 2019). OECD-FAO Agricultural Outlook 2019-2028 [https://doi.org/10.1787/agr\\_outlook-2019-en\\_9789264312463](https://doi.org/10.1787/agr_outlook-2019-en_9789264312463) (PDF) 9789264289253 (HTML) 9789264434684 (EPUB)
- Leading travel destination countries in Latin America in 2022, by international tourist arrivals. *Statista* (2023). <https://www.statista.com/statistics/305482/latin-american-countries-with-the-most-international-tourist-arrivals/>
- Leonard, L. (2016). Mining and/or tourism development for job creation and sustainability in Dullstroom, Mpumalanga. *Local Economy*, 31(1-2), 249-263. <https://doi.org/10.1177/0269094215621875>.



- López, A.M.(2022). Tourism in Latin America and the Caribbean - statistics & facts. <https://www.statista.com/topics/2068/travel-and-tourism-industry-in-latin-america/#topicOverview>
- López, E., Vértiz, F., & Olavarria, M. (2015). Extractivism, Transnational Capital, and Subaltern Struggles in Latin America. *Latin American Perspectives*, 42(5), 152–168. <http://www.jstor.org/stable/24574874>
- Lust, J. (2016). Social struggle and the political economy of natural resource extraction in peru. *Critical Sociology*, 42(2), 195–210. <https://doi.org/10.1177/0896920513501354>.
- Pacheco-Fabig, M. ve Coll, R. (2021). 19. International union for the conservation of nature (IUCN). *Yearbook of International Environmental Law*, Volume 32, Issue 1, 2021, Pages 304–312, <https://doi.org/10.1093/yiel/yvac041>.
- Promoting Climate Change Action in Latin America and the Caribbean. The World Bank (2021). <https://www.worldbank.org/en/results/2021/04/14/promoting-climate-change-action-in-latin-america-and-the-caribbean>
- Pulido-Fernández, J. I., & Cárdenas-García, P. J. (2021). Analyzing the bidirectional relationship between tourism growth and economic development. *Journal of Travel Research*, 60(3), 583-602. <https://doi.org/10.1177/0047287520922316>.
- Recent performance of the mining sector in Brazil. OECD (2022). In book: Regulatory Governance in the Mining Sector in Brazil. <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/d0409dfb-en/index.html?itemId=/content/component/d0409dfb-en#chapter-d1e2808>
- Riethof, M. (2016). Brazil and the international politics of climate change: leading by example? Book Title: Provincialising nature: Öltidisciplinary approaches to the politics of the environment in Latin America. Editor(s): Michela Coletta, Malayna Raftopoulos. Published by: University of London Press,
- Rising global temperatures are already affecting the tourism industry. World Economic Forum (2023). <https://www.weforum.org/agenda/2023/08/temperatures-tourism-climate-impact/>
- Roy BA, Zorrilla M, Endara L, et al. (2018). New mining concessions could severely decrease biodiversity and ecosystem services in ecuador. *Tropical Conservation Science*. doi:10.1177/1940082918780427.
- Siqueira-Gay, J., Metzger, J. P., Sánchez, L. E., & Sonter, L. J. (2022). Strategic planning to mitigate mining impacts on protected areas in the Brazilian Amazon. *Nature Sustainability*, 5(10), 853-860. <https://doi.org/10.1038/s41893-022-00921-9>.

- Swanson, A. (2023). Climate Change May Usher in a New Era of Trade Wars. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2023/01/25/business/economy/climate-change-global-trade.html>
- Şili'nin yeni devlet başkanı 35 yaşındaki solcu Gabriel Boric oldu. BBC (20 Aralık, 2021). <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-59723166>
- The Amazon in Brazil is on fire - how bad is it? BBC (30 Ağustos, 2019). <https://www.bbc.com/news/world-latin-america-49433767>
- The Future of Mining in Latin America. LTRC (2022). Ed. Caitlin Purdy Rodrigo Castillo. [https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2022/07/GS\\_07072022\\_LTRC-Future-Mining-Latin-America.pdf](https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2022/07/GS_07072022_LTRC-Future-Mining-Latin-America.pdf)
- Tomaselli, A.E. Chile, *Yearbook of International Environmental Law*. Volume 28, 2017, Pages 271–279, <https://doi.org/10.1093/yiel/yvy056>.
- Transforming Tourism for Climate Action (2022). UNWTO. <https://www.unwto.org/sustainable-development/climate-action>
- Villén-Pérez, S., Mendes, P., Nóbrega, C., Gomes Córtes, L., & De Marco, P. (2018). Mining code changes undermine biodiversity conservation in Brazil. *Environmental Conservation*, 45(1), 96-99. doi:10.1017/S0376892917000376.
- Ungar, M. (2013). The rot within: Security and corruption in Latin America. *Social Research*, 80(4), 1187–1212. <http://www.jstor.org/stable/24385656>
- van Teijlingen, K., & Hogenboom, B. (2016). Debating alternative development at the mining frontier: Buen vivir and the conflict around el mirador mine in Ecuador. *Journal of Developing Societies*, 32(4), 382-420. <https://doi.org/10.1177/0169796X16667190>.
- van der Veecken, S., Calgaro, E., Munk Klint, L., Law, A., Jiang, M., de Lacy, T., & Dominey-Howes, D. (2016). Tourism destinations' vulnerability to climate change: Nature-based tourism in vava'u, the kingdom of Tonga. *Tourism and Hospitality Research*, 16(1), 50-71. <https://doi.org/10.1177/1467358415611068>.
- Victoria Reyes, M. (2010). Tourism strategies for “advantaging” the Amazon rainforest region: The Ecuador model. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 2(2), 163-172. <https://doi.org/10.1108/17554211011037859>.
- Visit our Research Hub for the latest EIR data. WTTC (2023). Economic Impact Research, <https://wtcc.org/research/economic-impact>
- Watts, J. (2021). Amazon rainforest ‘will collapse if Bolsonaro remains president’ *The Guardian* (14 July 2021). <https://www.theguardian.com/environment/2021/jul/14/amazon-rainforest-will-collapse-if-bolsonaro-remains-president>.
- Wealth and Sustainability: The Environmental and Social Dimensions of the Mining Sector in Peru. The World Bank (2005). Peru Analytical Advi-

sory Activity. [http://icsidfiles.worldbank.org/icsid/icsidblobs/onlineawards/C3004/C-032\\_Eng.pdf](http://icsidfiles.worldbank.org/icsid/icsidblobs/onlineawards/C3004/C-032_Eng.pdf)

- Wertz-Kanounnikoff, S., Kongphan-Apirak, M. and Wunder, S. (2008). Drivers of land-use change and deforestation. Report Title: Reducing forest emissions in the Amazon Basin, Publisher: Center for International Forestry Research.
- Yıldız, Z.(2019). Amazon ormanları yangını: AB ülkelerinden Brezilya'ya yaptırım tehdidi sonrası ordu devrede. Euronews. <https://tr.euronews.com/2019/08/24/amazon-ormanlari-yangin-ab-ulkelerinden-brezilya-ya-yaptirim-tehdidi-sonrasi-ordu-devrede>

## İklim Değişikliği ve Turizme Etkisi

Gökhan Aydınğün<sup>1</sup>

Muammer Mesci<sup>2</sup>

### Özet

Turizm, insanlar arası kültürel, sosyolojik olarak iletişim kurulmasında katkısı kadar ülkeler açısından da ekonomik bir getiri aracı olarak dünyada önemli bir olgu olmuştur. Turistik faaliyetlerin gerçekleşmesinde turizm talebi bakımından zamanla farklı motivasyon türleri çeşitleme söz konusu iken turizm arzı bakımından doğal güzellikler ve bunları doğrudan etkilemesi bakımından iklim önemli değişmez bir etken olmuştur. Sanayi devrimi ve sonrası ekonomik faaliyetlerin fosil yakıt temelli iktisadi kalkınma yerkürede insan yaşamının sürdürülebilirliği anlamında süreç içerisinde artan oranda olumsuz etkileri olmuştur. İklim değişikliğinin bu olumsuz etkileri, bu bağlamda ülkelerin elde edeceği turizm gelirlerine de olumsuz etkisinin olması olasıdır. Turistik faaliyetlerin gerçekleşmesinde ve hareketliliğinde ulaşımda özellikle havacılık sektöründe fosil tabanlı yakıt kullanımı iklim değişikliği olgusunun olumsuz sonuçlarına etken oluşturmaktadır. İklim şartları özelinde ekonomileri turizmden sağlanan gelirle sağlayan ülkelerin iklim değişikliğinin olumsuz sonuçlarından sosyo-ekonomik, siyasi, toplumsal olarak doğrudan etkilenmeleri muhtemeldir. İklim değişikliğiyle yerkürede turistik faaliyetler, evrimsel bir değişime uğrayarak devam edecektir. Önemli olan husus, turizmden gelir sağlayan ülkeler açısından var olan iklim değişikliği etkisine göre ülkelerin yeni turizm trendleri bakımından mevcut turistik arz kaynaklarını uyumlu bir hale getirmeleri ya da var olan kaynaklarını turizm piyasasında rekabet edilebilir hale getirmek için iklim değişikliği temelli pazarlama stratejilerinin uygulanması turizmin sektörel olarak sürdürülebilirliğine yardımcı olması açısından önem arz etmesidir.

1 Düzce Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Türkiye, gokhan217088@ogr.duzce.edu.tr

2 Düzce Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Bölümü, Türkiye, muammermesci@duzce.edu.tr

**Amacı**

Bu çalışmada sonuçları itibariyle küresel bir sorun olması bakımından iklim değişikliği ve turizme etkisi var olan bilimsel bilgiler ışığında ifade edilmeye çalışılmıştır. İklim değişikliğinin olumsuz sonuçlarının turizm olgusunun yeni trendlere evrimleşmesi bakımından vizyoner, proaktif stratejilerin oluşturulması bakımından sektör paydaşlarınca dikkate alınması amaçlanmıştır.

**Araştırma Yöntemi**

Bu çalışmada ikincil veriler kullanılmış olup iklim değişikliği ve turizme etkisi konusunda bilimsel bilgilerden faydalanılmıştır.

**Sonuç ve Öneriler**

İklim değişikliğinin getirdiği olumsuz sonuçlar, küresel anlamda iklim değişikliğinin turizme ve destinasyonlarının rekabet edebilirliklerini ve sürdürülebilirliklerini doğrudan etkilemektedir. İklim çeşitli turist faaliyetlerin yapılmasının sağlanmasında ve küresel turizm talebini etkilemede ana aktör olarak turizm işletmelerinin maliyetlerini etkilemekte aynı zamanda mevsime bağlı turizm faaliyetinin süresi ve kalitesi bakımından ülkeler arası rekabette önemli bir etken olarak gözükecektir.

**Orijinalliği/değeri**

Bu çalışmayla turizm sektörü paydaşları açısından mevcut turizm arzı imkânlarının iklim değişikliğinin getireceği olumsuzluklara karşı uyum konusunda farkındalık yaratma yanı sıra turizm sektörüne yatırım yapacak yatırımcılara stratejik bir bakış açısı getirmesi bakımından önem arz etmektedir.

**1. Giriş**

Turizm, dünyada en hızlı gelişen ve büyüyen sektörlerden biri olmuştur (Amelung ve Nicholls, 2014, s:228). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü verilerine göre uluslararası turizm gelirleri 2018 yılında 1 trilyon 448 milyar Dolara seviyesine ulaşmıştır. Turizm gelirlerinin elde edildiği mevcut yerler bakımından öncelikli olarak Avrupa, Amerika, Afrika kıtası başta olmak üzere Asya-Pasifik ve Ortadoğu bölgelerinden ağırlıklı olarak elde edildiği görülmektedir (TURSAB, 2018,s:1-3). Bu yerlerin aynı zamanda iklim özellikleri bakımından orta kuşakta yer almaları, turistik faaliyetlerin hava, iklim koşullarına ve doğal güzelliklere bağlı bir tüketici motivasyonunu çekmesi bakımından da önemli cazibe merkezleri olmalarıdır (Hein vd,2009,s:170). Bu düşünceden hareketle yapılan bilimsel araştırmalar göstermektedir ki yerküredeki belirli bölgelerde uzun vadede iklim değişikliği olgusu, kış turizmi, kış turizmi gibi doğal güzellikler ve

hava koşullarına bağlı turistik faaliyetleri olumsuz anlamda etkileyeceği öngörülmektedir.

Bunun bir sonucu olarak turizm gelirlerinin devamlılığı, turizmin olgusunun sürdürülebilirliği özelinde küresel çapta olumsuzluklar yaşanması olası gözükmemektedir (Pandy ve Rogerson, 2021,s:445).Dünya Gayri Safi Yurt İçi Hasılasının %10'unun turizm ve turizm temelli faaliyetlere harcadığı düşünüldüğünde iklim değişikliğinin turizm faaliyetlerine etkisinin var olan turistik cazibe merkezlerinde olan turist akımının değişmesine neden olacağı, turistlerin daha çok iklim özellikleri nitelikleri bakımından istenen arzulan turistik destinasyonlara, yeni turizm cazibe merkezlerine doğru geçeceği öngörülmektedir. Bunun bir sonucu olarak Dünya Turizm Gelirinden pay alan ülkeler ve bölgeler bakımından değişikliklere yol açması bakımından özellikle turizm gelirinin önemli bir yer alan ülke ekonomileri bakımından, ülke içi gelir dağılımı dengesizlikleri ve sosyal, siyasi, ekonomik buhranlar gibi kimi olumsuz sonuçları beraberinde getirmesi olası gözükmemektedir (Beritella vd, 2006,s:2). Sonuç itibariyle iklim değişikliğinin ana aktörü sera gazı salınımında turizm sektörünün de olumsuz katkısı düşünüldüğünde sera gazının salınımının azaltılmasına yönelik sektörel önlemlerin uzun vadeli bir bakış açısı ile tüm sektör paydaşları tarafından benimsenmesi önemli bir hususu oluşturmaktadır(Shani ve Arad, 2017,s:84).

## 2. Literatür Taraması

### 2.1. İklim Değişikliği

İklim değişikliği bulunduğumuz yerkürede farklı coğrafyalarda yaşayan toplulukları ve bölgeleri etkileyen küresel bir sorun olmuştur. Bunda iklim değişikliğinin dünyadaki toplulukları çevresel, ekonomik, sosyal yönden etkilemesi ve yerküredeki medeniyetin baş aktörü insanoğlunun yaşamı üzerinde ciddi bir sorun olarak doğrudan etkisinin olması önemli bir neden olmuştur (Hirpa vd, 2020,s:464). Özellikle fosil yakıt temelli ekonomik kalkınma modeli ve üretim biçiminin tercih edilmesi, ormanların ticari ve iktisadi sebeplerle insan faaliyetleri sonucu yok edilmesi bu ciddi sorunun nedenleri arasında sayılabilir (Hughes vd, 2021,s:12).İklim değişikliğini etkileyen nedenleri fiilen azaltmak veyahut belli bir seviyede tutmaya çalışmak bir yana insan kaynaklı karbon emisyonundaki hızlı artışa bir tedbir alınmaması İklim değişikliği olgusunun bir sorun yumağı olarak artarak devam etmesine neden olmaktadır (Gardiner, 2011,s:7).Eğer önlem alınmazsa giderek insanoğlu yaşamı için daha büyük tehdit olacağı düşüncesinden kaynaklanmaktadır (Mcevoy, 2007,s:5).Bu düşüncenin bir eseri olarak uzun dönemde belirli bir bölgede ve zaman periyodu içinde hava

durumu değişikliklerinin bütünü olarak ifade edilen iklimin (Armstrong vd, 2018,s:8-9), özelliklerinin ortalamasının ve etkenlerindeki değişikliklerin istatistiki ve matematiksel modellemeler yoluyla normal ölçütler üzerindeki değişimlere 'iklim değişikliği' olarak tanımlanmaktadır (Schofield, 2011,s:81). İklim değişikliği, küresel olarak karşılaşılan büyük bir kriz değil aynı zamanda insanlığın karşılaştığı en büyük kriz olarak görülmektedir (Kelman, 2014,s:1).

İnsanoğlu varlığının yerkürede mevcudiyetinden bu yana insan ve doğal şartlar arasında etkileşim her zaman var olmuş; bu etkileşim buzul çağından bu yana süregelmiştir. İklim ve süregelen değişiminin bir sonucu olarak insanoğlu doğal şartlara uyum sağlayarak ve yaşamı sürecinin evrimleşmesi sonucu hayatta kalabilmiştir (Burroughs, 2005,s:1-37). Sanayi devrimi ve sonrası yaşananlar iklim değişikliği konusunda mihenk taşı görevini görmüştür. Çünkü Sanayi Devrimi öncesi insan oğlunun var olan hayat seyrinin etkilerinin yerküre sıcaklığının 0,8°C ila 1,2°C aralığında değişmesine neden olmasının yaşamsal tehlike sınırında olmamasından kaynaklanmaktadır. Aynı zamanda iklim değişikliği konusunda bilimsel çalışmaların olgunlaşmaması bu olgu özelinde yerkürede yaşayan tüm canlılar açısından özellikle insan için durumsal farkındalık oluşturmamıştır (Brooke, 2014,s:462). Ancak iklim değişikliği farkındalığı sağlamak için bilimsel verilerden elde edilen sonuçların insanın genel yaşam deneyimini etkilemesinde ve çevreyi yorumlamasında kültürel ve bilişsel düşünsel dünya yapısıyla özdeşleştirebildiği ölçüde ulusaldan yerele toplumsal sosyal hayattan bireysel insan yaşamıyla alakalı hale gelebilir ve kamuoyu oluşturulmasına zemin hazırlayabilir(Greschke ve Tischler, 2015,s:121).

İklim değişikliği konusunda ilk ampirik olmayan bilgiler ,19. yüzyılla beraber Fransız doğa bilimci Joseph Fourier'in araştırmalarının bir sonucu olarak yeryüzündeki iklimin, gelen güneş radyasyonu ile giden radyasyon arasındaki ısı dengesi tarafından belirlendiği fikriyle öne sürülmüştür. Bu tezi Claude Pouillet tarafından geliştirilmesi sonucu dünyamızı çevreleyen gökyüzünün (atmosferin) uzaya giden radyasyon için soğurucu bir katman görevi görebileceğini ve bu nedenle dünya yüzeyindeki sıcaklığın, aksi durum dâhilinde önemli ölçüde daha yüksek olabileceğini fark edilmiştir. Bu düşünce sistematığı atmosferin dünyadaki iklim olaylarını etkilemede önemli bir rol oynadığı savıyla, İngiltere'de John Tyndall tarafından da geliştirildi. Tyndall tarafından literatüre 'sera etkisi' kavramı İsveçli fizik profesörü Arrhenius'un yaptığı ampirik araştırmalar sonucunda küresel çapta fosil tabanlı yakıt kullanımının zamanla atmosferdeki başta karbon dioksit ve diğer zararlı gazlar dolayısıyla güneşten gelen ultraviyole ışınlarını geri yansıtmasını engelleyeceğine dair araştırma verilerinin neticelenmiştir.

Atmosferdeki bağıl nem oranındaki değişmemesi varsayımı altında artan karbondioksit konsantrasyonu nedeniyle hava ısınır, artan buharlaşma nedeniyle atmosferdeki su buharı miktarının da artması muhtemel olabilecektir. Bunun sonucu olarak yerkürede ek ısınmaya neden olacaktır. Bu ısınma belli bir zaman aralığında insan oğlu için hayatı öneme sahip zararlı sonuçlara sebep olabilir (Bolin, 2007,s:4).

İklim değişikliğinin doğal yaşam üzerindeki etkileri ile çevre ve insan toplulukları üzerindeki olumsuz etkisinin daha belirgin hale gelmesi ve özellikle dünya çapında birçok kişinin hayatını ve geçimini etkileyen kayıp ve zararlar, iklim değişikliğine uyum sağlanmasının bir zaruret olmasını gerektirmektedir (Lu, 2011). İklim değişikliğine yönelik yapılan bilimsel ve akademik araştırmalar göstermiştir ki insan kaynaklı sera gazı salınımının yerküreyi olumsuz yönde etkileme olasılığı orantısız olarak (%95'lere varan oranda) giderek artmaktadır (Perkins vd, 2020,s:249).

Gelecekte de iklim koşulları, nüfus, enerji kullanımı, ekonomik gelişme, enerji kaynakları ve emisyonlar, tüketim kalıpları ve düzenleyici politikalar gibi bir dizi insani değişken ve faktörden etkilenmeye devam edebilecektir (Carey, 2014,s:360). Fosil tabanlı enerji kullanımının sanayide kullanılmasının devam etmesiyle sanayi devrimi öncesi 0,8°C ila 1,2°C aralığında olan küresel sıcaklık farkının zamanla 1,0°C üzerinde küresel ısınmaya neden olduğu tahmin edilmektedir. Mevcut bu ısınma değerinin artmaya devam etmesi durumunda küresel ısınmanın 2030 ile 2052 arasında 1,5°C'ye ulaşması muhtemel görünmektedir (Delmotte vd, 2018,s:34).

Sera etkisi dolayısıyla yerkürenin ısı değerindeki artışla beraber kutuplardaki buzulların erimesi sonucu okyanus seviyesindeki artışa bağlı olarak dünya genelindeki 600 milyondan fazla insanın yüksekliği 10 metre ya da daha az yükseklikteki yerlerde yaşaması ayrıca kıyıda dünya nüfusunun yüzde kırkının yaşaması dolayısıyla iklim değişikliğine bağlı olarak kıyı taşkınları, aşırı yağışlar, fırtına ve kasırga gibi doğal felaketlerden etkilenmeleri olasılığı artış gösterebilecektir (Leal vd, 2023,s:2-3). Bu artışlar tarımsal üretimi insan yaşamını etkileyeceği gibi su kaynakları yakında bulunan insan oğlunun kültürel birikiminin bir temsili somut dünya mirası olan arkeolojik alanları da olumsuz yönde etkilemesi kaçınılmaz olabilecektir (Blankholm, 2009,s:17-24).

İklim değişikliği doğal ekosistemleri değiştirebilmekte; tarım, ormancılık ve balıkçılığın üretkenliğini etkilemektedir. Sel, erozyon ve sulak verimli alan kaybı riskini artırmasıyla beraber (O'Brien vd, 2006,s:50) özellikle büyük oranda iklim, hava ve çevre koşullarıyla bağlantılı tarım, balıkçılık, enerji, alt



yapı ve turizm sektörlerinin en çok olumsuz yönde etkilenmesi muhtemeldir (Kolokytha, 2010,s:1069).

Turizm sektörü, dünya çapında ulusal ve yerel ekonomilere önemli katkı sağlayan en büyük ve en hızlı büyüyen (Scott ve Lemieux, 2010,s:146) dünya küresel gayri safi yurt içi hasılasının %10,4'ünü ve istihdamın da %10'unu tek başına sağlayan en önemli küresel ekonomik sektörlerden biridir. Uluslararası turist akışı 1,1 milyara ulaşarak 2015 yılında 1,25 trilyon ABD doları piyasa değerine ulaşmıştır. 2017'de 1,33 trilyon ABD doları ekonomik seviyesine gelmiştir (Aygün ve Baycan, 2023,s:2905). Turizm sektörü 1950'li yıllarda 25 milyon uluslararası turist hareketi mevcutken 2030 yıllarda bu hareketin 1,8 milyar uluslararası turist hareketine çıkacağı tahmin edilmektedir (Glaesser vd, 2017,s:1).

Turizm hareketliliğinin oluşmasında turistin bulunduğu ortamda hissettiği yabancılaşma hissi, sosyal ve iş hayatındaki rutinden kurtulma ihtiyacı, stres seviyesindeki artış gibi sosyo-psikolojik etmenler; turisti; turistik faaliyete iten etkenler olduğu gibi doğal güzellikler, iklim, rekreasyon ve kültürel faaliyetlerde turisti turistik faaliyetlere katılımını sağlamada cezbeden onu motive eden bir etkenlerde olabilmektedir (Beeton, 2006,s:36).Daha sıcak iklimler genellikle rekreasyon ve eğlence için tercih edilen ortamları oluşturur ve tatlı su, biyolojik çeşitlilik, plajlar veya manzaralar gibi doğal kaynaklar turizm için vazgeçilmez ön koşullardır. Bu koşulların insan eliyle küresel çevresel ve iklim değişikliğinin oluşması sonucu, biyolojik çeşitliliğin kaybı yoluyla turizmin bu temellerini zayıflatmaktadır(Gössling ve Hall, 2006,s:163).Bu bağlamda iklim değişikliğinin ekonomi üzerinde oluşturabileceği birçok etki arasında turizm faaliyetleri üzerindeki etkisi talep kısmında turizm destinasyonlarını seçiminde önemli bir etken olmakta, aynı zamanda iklim değişikliğiyle eş değer orantılı olarak turizm arzı bakımından da turist sayısında turizm gelirleri, ülkesel bazda ekonomik refah artışının durağanlaşmasında ve bunun hane halkı gelirlerine etkisinde olumsuzluklara yol açabilmektedir (Roson ve Sartori, 2014,s:213).

1990'ların ortalarından bu yana, turizm sektörü hakkındaki söylemler, retorik olarak, sürdürülebilirlik fikirleri ve idealleri öznesinde ön planda olmaktadır. Bu söylemde sürdürülebilir turizmi olgusunun iklim değişikliğinden etkilendiğine dair bilimsel kanıtların da olması yadsınamaz bir gerçekliktir (Weaver, 2011,s:5). Turizm faaliyetlerinden elde edilecek gelir küresel iklim değişikliği özelinde sürekliliği devam edecektir. Burada ülkesel ve yerel bazda turistik hizmet sağlayıcılarının düşünmesi gereken asıl problem, harcanan paranın miktarından çok, bu harcamanın nereden harcanacağına yönelik bir tahminde bulunarak (Berrittella vd, 2006,s:3-5) bu

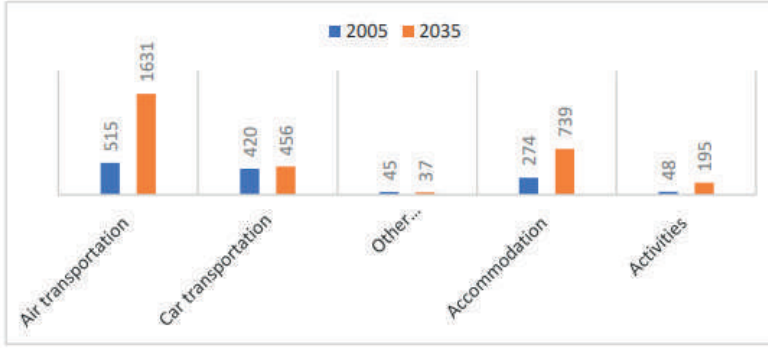
doğrultuda proaktif planlama yapma ve eldeki imkânları çerçevesinde turizm arzını iklim değişikliğine uyum sağlanmasına yönelik çaba ve faaliyetler içine girmekle mümkün olabilecektir( Becken ve Hay, 2007,s:16-22).

### 2.1.1. İklim Değişikliği ve Turizm

Turizm ağırlıklı olarak açık hava etkinliklerine dayalı bir faaliyet olarak endüstrinin gelişimi ve devamının sağlanması iklim koşulları ve bu koşullardan etkilenen ekolojik çevreyle doğrudan bağlantılı bir sektördür (Hao vd, 2021,s:2-3). Aslında iklim değişikliği ile turizm sektörü özelinde bu etkileşim tek taraflı yalın bir ilişki değildir (Patterson vd, 2006,s:341-342). İklim değişikliği ve turizm arasındaki bağlantı oldukça karmaşıktır. İklim değişikliğinin olumsuz sonuçları bakımından turizmi ve küresel ekonomik gelirin sağlanmasında olumsuzluklara yol açmakta, bu olumsuzlukların oluşmasında turizm sektörünün de kayda değer bir katkısı söz konusudur (Scott, 2021,s:2-3).

Özellikle turizm endüstrisi, ağır ve giderek artan bir şekilde başta hava taşımacılığına bağımlı bir sektör olmuştur (Gössling vd, 2007,s:216). Küresel çapta ulaşım imkânları bakımından hava yolculuğu, kara taşımacılığındaki büyüme oranlarını geride bırakarak, uluslararası uzun mesafeli turizmin gelişmesinde kilit faktörlerden biri olmaya devam edeceği tahmin edilmektedir (Gössling ve Peeters, 2007,s:403-404). Ulaşımında fosil tabanlı yakıtların kullanılması neticesinde iki farklı şekilde turizmin iklim değişikliğine olumsuz etkisinden bahsedilebilir. Fosil tabanlı yakıtların turistik faaliyette kullanılmasının (otel, ulaşım, vb.) yanı sıra seyahat için özellikle uçakların ağırlıklı olarak kullanılması ve bunun sonucu olarak ozon tabakasına zararlı gaz salınımının da artarak devam etmesi örnek olarak verilebilir (Gössling, 2000,s:414-417). Aynı zamanda ulaşım haricinde turistik faaliyetin gerçekleştirilmesi için (konaklama, yemek, turistik faaliyetler) fosil tabanlı yakıtların enerji kullanımından kaynaklanan çevre sorunlarına ve iklim değişikliğine olumsuz etkisinden bahsetmekte mümkündür (Gössling, 2002,s:282-284).

Eğlence ve turizm amaçlı trafiğin, dünya çapında ve çevresinde seyahat edilen yolcu kilometrelerinin neredeyse %50'sini oluşturmakta olduğu yapılan bilimsel araştırmalar sonucu kanıtlanmıştır (Wolf vd, 2021,s:5).



*Şekil 1. Turizmle ilişkili bir dizi kilit alt sektörün, gelecekte önemli ölçüde artması beklenen emisyonlar (Wolf vd, 2021,s:5)*

Tatil yerine seyahatten kaynaklanan toplam enerji tüketiminin %90'nı oluşturmaktadır. Uzun vadede turizm emisyonlarının 2035 yılına kadar %150'nin üzerinde artacağı tahmin edilmektedir (Dubois vd, 2011,s: 1031). Var olan veriler kapsamında uzun vadede eğer önlem alınmazsa turizm sektörü kaynaklı olumsuz etkilerin iklim değişikliğine olumsuz sonuçlarına yansımalarının artarak devam edeceği öngörülebilir.

Modern dünyamızda insanlık ,iklim değişikliğinin olumsuz etkisini hissettiği bu zamanda insanlık tarihinin normal yaşam seyrini değiştiren covid19'la beraber salgına karşılık alınan önlemler beraberinde endüstriyel faaliyetlerin yok denecek kadar azalmasına (burada turizm sektörü de diğer sektörler kadar olumsuz etkilenmiştir.) , ulaşımın ülkeler arası kesintiye uğraması sonucuyla birlikte gözle görülür bir şekilde daha mavi gökyüzü ile azalan sera gazı emisyonları ve ekolojik çevrenin kirlilik seviyelerinde ölçülebilir düşmeleri de beraberinde getirmiştir(Heininen, 2022,s:26).

### **2.1.2. İklim Değişikliğinin Turizm Türlerine Sosyo-Ekonomik Etkisi**

Değişim hiçbir zaman tekdüze bir şekilde olmasa da, küresel çevre her zaman zamana ve mekâna bağlı olarak bir değişmektedir. Yine de, tüm değişimler, nihai olarak, benzer fiziksel ve sosyal süreçler aracılığıyla birbirleriyle bağlantılıdır. Bununla birlikte, mevcut çevresel değişim açısından en önemli olan şey, bunun doğal süreçlerden kaynaklanmaması, daha ziyade doğal kaynakların tüketimiyle ilgili insan eyleminin doğrudan bir sonucu olarak meydana gelmesidir. İnsanın çevre üzerindeki etkileri iki şekilde küresel bir karaktere sahiptir. İlk olarak küresel, bir sistemin mekânsal ölçeğini veya işleyişini ifade eder. Örneğin. iklim ve okyanuslar küresel bir

sistem özelliği taşımaktadır. İkinci olarak, bir değişiklik kümülatif ise, dünya çapında bir ölçekte meydana gelirse veya toplam çevresel fenomenin veya küresel kaynağın önemli bir bölümünü temsil eder. Örneğin çölleşme ya da iklim değişikliği gibi... Turizm her iki değişim türü için de önemli kabul edilmektedir (Hall ve Saarinen, 2015,s:1-2).

Turist, iklim ve hava durumu açısından en üst düzeyde konfor ve refah sağlayan yerleri ziyaret etme, eğilimindedir. İklim, bir turistin destinasyon seçimini etkilemesinde önemli bir unsur olarak turizm gelişiminde en değerli doğal kaynaklardan biri olarak kabul edilmektedir. Aynı zamanda iklim, bir bölgenin doğal kaynakları üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Özellikle turizm talebi bakımından hava ve iklim durumunun, tatilin işsel bir deneyim bileşeni olarak görüldüğü turist müşteri profilinde tatil destinasyonu seçiminde ve seyahatin zamanlamasında merkezi bir motivasyon kaynağı olarak görülmekte turistik harcamalarda ve tatil memnuniyeti hususlarında belirgin bir etken olmaktadır (Scott vd, 2008,s:61-63).

Turizm arzı bakımından (yani planlamacılar, karar vericiler, paydaşlar, vb.), hava ve iklim koşullarına bakıldığı zaman ise var olan talebe göre zaman ve mekandaki iklim değişikliklerinin turist faaliyet kalıpları ve turizm planlama projeleri ile eşleştirilmesi gerekir. İklim koşulları, ziyaretçilerin geliş/gidişlerinin zamansal kalıplarını, turistlerin deneyimleri, turistin memnuniyet derecesini, turistlerin ulaşımında kullandıkları taşıma araçlarına bağlı olarak kullanılan yakıt türlerinin kullanımı gibi çeşitli faktörleri etkiler ve altyapının verimliliğini ve yapılan turistik yatırımın geri dönüş rasyosunu etkilemesinde önemli bir husustur (Olya ve Alipour, 2015,s:76).

Hava ve iklim, rekreasyonun doğal kaynak temelli turizm endüstrisinde doğaya dayalı turizmin ayrılmaz kritik unsurlardandır. Hava durumu ve rekreasyon arasındaki ilişki, tüm turizm türleri için evrensel olmamasına karşın görece hava duyarlılığına haiz, belirli iklim tercihlerini ve eşiklerini etkili bir şekilde belirlemek için her bir turizm segmentinde ayrı ayrı bir öneme sahiptir (Hewer vd, 2015,s:401). Bu sebeple iklime duyarlı kitle turizmi veya kış sporları turizmi gibi bazı belirli pazarlar(Berrittella vd, 2006,s:2), iklim değişikliğine karşı özellikle çok hassastır (Fang vd, 2018,s:108).

Dünyada turizm faaliyetleri kapsamında iklimsel özellikler olarak orta kuşakta bulunan destinasyonlar önemli bölgelerdir. İklim değişikliği ile birlikte sıcaklık artışının küresel olarak orta kuşakta bulunan destinasyonların ve bu destinasyonlarda bulunan turizm faaliyetleri olumsuz olarak etkilenmesi görece daha fazla olacaktır (Ehmer vd, 2008,s:2). Pek çok turist için güneş, deniz ve kum ile keyifli bir iklim arayışındadır ve bu özellikleri belirli bir güvenilirlikle sağlayabilen destinasyonları tercih etmektedir. Açıkçası, çekici

ve güvenilir bir iklim, tüm destinasyonlar için kilit bir cazibe unsuru değildir; bununla birlikte hava koşulları neredeyse her yerde günlük olarak turistik faaliyetlerin seçimini etkilemektedir (Amelung ve Moreno, 2012,s:83-84). Bu kapsamda kıyı turizminin turizm endüstrisine hâkim olduğu küçük ada ülkeleri için, doğrudan, dolaylı ve teşvik edilen katkılar hesaplandığında, turizmin ürettiği geliri genel olarak küresel ortalama olan %10,4'ün oldukça üzerindedir. Küresel turizm geliri olarak hesaplandığında, Karayipler'in dünya lideri olduğu 12 turizm bölgesini tanımlanmaktadır. 2017'de bölgenin yerli ve yabancı turist geliri, 37 ayrı Afrika ülkesinin gayri safi yurt içi hasılasını aşarak 31,8 milyar doları bulmuştur (Brett, 2021,s:568-570).

Kıyı turizmden gelir sağlayan ada ülkelerinin ekonomilerini canlılığını sağlayan ticaret, sanayi gibi yatırımlara yönelik kaynakların olmaması dolayısıyla gelir sağlanması bakımından bu ada ülkelerinde turizm en başlıca ekonomik faaliyet olarak yapılması elzem bir durum teşkil etmiş, kıyı veya deniz kenarı tatil endüstrisi, ada ülkeleri ekonomilerinde içinde ana aktör bir sektör haline gelmiştir (Maddison, 2001,s:2).

Büyük ölçüde kıyıların estetiğine ve turistleri çekebilecek günlük hava durumuna bağlıdır. Ancak artan küresel sıcaklıkların neden olduğu deniz seviyesindeki yükselmeler kıyı turizmi için tehdit oluşturmaktadır. Ayrıca mevsimsel değişimler, yağıştaki değişiklikler turistlerin deniz tatili yapmaları için uygun zamanları etkilemektedir (Leal, 2022,s:213-215). İklim değişikliğinin olumsuz etkileriyle hava olaylarında beklenen olumsuz artışlar sonucu turistik faaliyetlerin gerçekleştiği kıyı şeridindeki turistik tesislerin zarar görmesi, sahillerdeki su yükselmesine bağlı doğal güzelliklerin kaybolması (Belle ve Bramwell, 2005,s:340-341) aynı zamanda sıcaklık artışlarına karşı oldukça hassas olan mercan resiflerinin ve su altı canlılarının yok olmasına neden olmakta (Frojmovic vd, 2013,s:6), kıyı turizmi destinasyonundaki rekreasyonel deneyimin değerini etkilemekte ve dolayısıyla turizm talebini ve harcamalarını doğrudan etkileyen bir etken olmaktadır (Arabadzhyan vd, 2021,s:2234-2235). Bu olumsuzluk yanında turizm faaliyetinin gerçekleştiği ülkelerde ülke istihdamının büyük çoğunluğu turizm ve bağlı diğer sektörlerde çalışanlar hane halkı geliri bakımından olumsuz etkilenmekte işsiz kalma durumunda kalabilmeleri olasıdır (Bhaskara vd, 2021,s:174-178).

İklim değişikliğinin en olumsuz yönü turistik faaliyetlerin ekonomik olarak önemli olduğu bu yerlerde yapılamaması; ekonomisi turizme dayalı ülkeler bazında ödemeler dengesine yönelik olumsuz sonuçları beraberinde getirmesidir (Mackay ve Spencer, 2017,s:48-51). Ayrıca iklim değişikliği senaryolarına dayalı tahminlere göre 100 milyondan fazla insan buldukları

yerden göç etmek zorunda kalabilecektir. Doğal afetler, deniz seviyesinin yükselmesine bağlı olarak ekonomileri turizme bağlı ada ülkelerinde yaşayan ve turizmde istihdam edilen insanlar buldukları yerlerden göç etmek zorunda kalacaklardır. Ada sakinlerinin kültürel köklerinden de kopmalarına sebebiyet vermesi bakımından iklim değişikliğinin sosyolojik bir olumsuzluk boyutunu teşkil etmektedir (Leal, 2018,s:3-31).

İklim değişikliğinin turizm üzerindeki en doğrudan etkilerinden biride, turizm mevsimselliğini ve bunun bir sonucu olarak turizm talebini ve turistlerin seyahat etme alışkanlıklarını doğrudan etkilemesidir (Scott vd, 2004,s:106). İklim değişikliğinin beraberinde getirdiği termik sıcaklıklar, kar mevcudiyeti gibi bir turizm kaynağı üzerindeki doğrudan etkileri yoluyla ya da rakip destinasyonları iklimsel olarak az ya da çok çekici hale getirme açısından, uzun vadede yaz ve kış destinasyon tercihlerini değiştirmesi muhtemeldir (Hall, 2008,s:1-3). Düşük yağış veya yüksek sıcaklıklar nedeniyle karın olmaması, karlı gün sayısının uzunluğu gibi etmenler kayak endüstri ve kış turizmi ve sporları arz sağlayıcıları; kış sporları destinasyonları açısından en önemli ön koşuldur (Rixen vd, 2011,s:229). Bu kapsamda iklim değişikliğinin kayak sezonu ve kış turizmi üzerinde önemli ciddi olumsuzlukların yaşanacağı öngörülmektedir. Örneğin Avusturya Alplerindeki 2°C'lik bir ısınmanın eski kar örtüsünde %47-49 oranında bir azalmaya neden olacağı hesaplanmıştır (Yu vd, 2009,s:554). Turizm, özellikle kayak turizmi özelinde Avusturya gayri safi yurt içi hasılasına önemli katkısı söz konusudur. Bu katkının %25'lik kısmının kış turizmi aktivitelerinin yapıldığı Tirol bölgesinden karşılanmaktadır. Avusturya'nın 2015 yılı verilerine göre kış turizmi doğrudan 4,5 milyar ABD doları katma değer sağlanmaktadır. Bu değer ülkenin ekonomik gelir hasılasının %18'ini temsil etmektedir (Unger vd, 2016,s:475).

İklim değişikliğinin beraberinde getirdiği artan kış sıcaklıkları, kayak sezonunun kısalmasına ve doğal kar güvenilirliği çizgisinin daha yüksek rakımlara kaymasına neden olacaktır. Kar yoğunluğunun eksikliği, azalan kar örtüsü ve kar derinliği ve azalan kar güvenilirliği, daha az sayıda ziyaretçinin gelmesine neden olacak ve kış turizminden sağlanan gelirden azalmaya neden olabilecektir. Bu nedenle kış mevsiminde kış turizmi destinasyonu olarak özel bir öneme sahip kıta Avrupası'nda ve Alplerde ciddi ekonomik etkilere neden olabilecektir (Pütz vd, 2011,s:357). Bunların başında daha alçak yüksekliklerdeki kış turizmi için bulunan turistik tesislerin atıl kalmasına neden olacaktır. Örneğin iklim değişikliğinin bir sonucu olarak doğal kar sınırının 1500 metreye çıkması durumunda Alpler bölgesinde bulunan telesiyelerin sadece %9'u kullanılabilir olacaktır. Var olan telesiyelerin kullanılmaması bir yana yeni kar sınırına göre yeni telesiyeye yatırımlarının yapılması da kış

turizminden gelir sağlayan ülkeler açısından ek maliyet, ekonomik külfeti de beraberinde getirecektir (Elsasser ve Bürki,2002,s:254-255). Kayak sezonları boyunca küresel sıcaklıkların artmaya devam etmesi halinde kış turizmi endüstrisinin talepte yaklaşık %64'lük bir düşüş olacağı ön görülmektedir. Bu öngörünün olumsuz ekonomik bir sonucu olarak kış turizmine bağlı istihdam edilen kişi sayısında da düşüşlerin görülmesi muhtemel olacaktır. Ekonomik anlamda işsizlik ve bireysel gelir kaybının bir sonucu olarak kış turizmi faaliyetlerinin yapıldığı ülkelerde toplumsal olarak sosyo-ekonomik olumsuzların baş göstermesi kaçınılmaz olacaktır (Leal, 2022,s:213-215).

İklim, doğa turizminin bağlı olduğu doğal ortamların doğasını ve kalitesini tanımlayan fiziksel kaynakları ve biyoçeşitliliği de olumsuz etkilemektedir. Dağ ve manzara ortamlarının doğal özelliklerindeki herhangi bir değişiklik, bölgenin dağ ve tabiat parklarının algılanan çekiciliğini azaltarak turizmi olumsuz etkileyebilmektedir. Örneğin, 1988 yazında kuraklık koşulları nedeniyle Amerika'da Doğal ve Tabiat Milli Parkı'ndaki yaygın orman yangınları sonucu bu alanlar mevsimlik ziyaretçi konaklama yerleri normalden 4 hafta önce kapatılmasıyla sonuçlanmış. Yıllık ziyaretçi sayısında %15'lere varan azalmalar görülmüştür. Orman yangınlarının turizm gelirinde 60 milyon ABD dolarına varan kayıplarla sonuçlandığı tahmin edilmektedir (Scott vd, 2007,s:570-579).

### 3. Sonuç ve Öneriler

İklim değişikliği her halükarda yerküredeki tüm ülkeleri ve toplulukları etkileyecektir. Bu kapsamda iklim değişikliğine yönelik uygulanması muhtemel önlem ve politikalar konusunda farklı sektörleri ve sektör paydaşlarının bir araya gelip koordineli bir şekilde kolektif bir akıl oluşturması elzemdir (Becken vd, 2020,s:1603-1605).Turizm gibi dünya ekonomisinde önemli bir sektörün paydaşlarının ve politika yapımcılarının da iklim değişikliği olgusunun sektöre verdiği olumsuzluklar karşısında risklerin ve fırsatların giderek daha fazla farkına varması neticesinde ulusal ve uluslararası bazda önlemler alınması gerekmektedir(Mansuroğlu vd, 2021,s:419).Çünkü iklim değişikliği ile beraber sıcaklıklardaki artışlara bağlı olarak orta kuşaktaki turizm destinasyonlarına olan talepte ciddi azalmalara yol açabilecektir. Aşırı sıcaklar turistlerin konforlarını azaltıcı bir nitelikte olması yaz sezonun mevsimsel değişimiyle doğa ve tabiatla aşırı sıcaklarla beraber yangınlar turistik cazibeyi azaltıcı bir etken olacaktır (Agnew ve Viner, 2001,s:55). Özellikle görece sıcaklık seviyeleri düşük turizm talebi seyrek olan yerlerde turizm faaliyetlerinde bir artış olması muhtemeldir. Turizm faaliyetlerinin orta kuşaktan kutup dairesi çizgisine doğru kayması bunun sonucu olarak turizm piyasasında turistik arz ve talep arasındaki

ilişkide görece çok büyük farklılıklar oluşacaktır. Bu farklılıklar ülkelerin turizm gelirlerindeki değişimin bir sonucu olarak ekonomik, sosyo-kültürel değişimlerin de vermiş olduğu kimi olumsuz sonuçları da küresel olarak beraberinde getirebilecektir (Hamilton vd, 2005,s:245-254).

Turizmin iklime bağlı olumsuz etkileri daha çok sektörün ulaşımaya dayalı bir sektör olmasından kaynaklanmaktadır (Gössling ve Humpe, 2020,s:102194). Turizm sektörünün geleceği, mümkünse turizm faaliyetlerini azaltmadan sera gazı emisyonlarını azaltmanın yollarını bulmaya bağlıdır. Aynı şekilde, sürdürülebilir turizm kavramının gelecekteki güvenilirliği, turizmin sera gazı emisyonlarını ve bunların küresel ısınmaya katkısını azaltmanın yollarını bulmakla olacaktır. Ulaştırma sektörünün ve özellikle havacılığın küresel ısınmaya katkısını azaltmak için hükümetlerin emisyon ve yakıt vergileri kimi vergiler koyması, ulaşım imkanlarında özellikle kara ulaşımında toplu taşımayı öne plana çıkaran hava ulaşımında ise uçuş irtifaları ve koridorlarında değişiklikler yaparak hava trafik ve uçuş yönetimine yönelik; kanuni ve yapısal düzenlemeler yapılması tedbirler arasında düşünülmesi önemlidir (Gössling vd, 2007,s:242).

Küresel olarak ulaşım sektörünün iklim değişikliğine yönelik olumsuzluğu önleminin farklı bir yöntemi de yenilebilir enerjinin başta ulaşım sektörü olmak üzere turizmde etkin bir şekilde kullanılmasıyla mümkündür. Yenilenebilir enerjinin turizm gelişiminde kullanılması üç farklı şekilde olacaktır. İlk olarak turizmde yatırım yapılırken enerji kullanımına yönelik yenilebilir enerji kullanılması çevresel kaliteyi yükseltecek, yenilebilir enerji kullanımının turizm pazarında var olan turistik destinasyon imajının oluşturulmasında, turizm talebini harekete geçirmede pazarlama unsuru olarak doğrudan bir etki söz konusu olabilir (Hall vd, 2013,s:118). İkinci olarak yenilebilir enerji kullanımı için yeni teknolojilerin kullanılması gerekliliği turizm sektörünün sürdürülebilirliğine etkisi bakımından da önemlidir. Son olarak da rekabet yoğun bir sektör olan turizmde yenilebilir enerji kullanımı maliyetleri azaltmada kısıtlı kaynakların optimum kullanıma etkisi bakımından da önemli bir etken olacaktır (Lu vd, 2019,s:1102).

İklimsel sürdürülebilir turizm faaliyetlerin gerçekleşmesinde hava ve deniz taşımacılığı dışında farklı seçeneklerin kullanılması, turistik talebin bulunduğu yerlere yakın turistik arz imkânlarının oluşturulması ve turistik arz kaynaklarının etkin bir şekilde kullanılmasına yönelik faaliyetlerin yapılması seçenek olarak düşünülebilir (Gössling, 2013,s:433). Karbon salınımı azaltmaya yönelik hem turizm sektörü özelinde hem de diğer sektörleri kapsayan ulusal ve uluslararası önlemler alınırken turizm sektörünün



sosyo-ekonomik olumsuz etkilerini dikkate alınması da gerekebilir( Gössling vd, 2008,s:433-442).

İklim değişikliğinin kış turizmine yönelik olumsuzlar göz önüne alındığında var olan kış turizmi destinasyonlarının sürdürülebilirliği kapsamında yapay kar pistlerinin oluşturulması, yapay kar üretimi, kar yağışını sağlamaya yönelik sert teknolojik önlemler alınabilir. Bu önlemler beraberinde aşırı su kullanımını, kar üretmek için kimyasal içerikli maddelerin kullanımı doğanın da bozulmasını beraberinde getirmektedir. Kış turizmi özelinde var olan kar örtüsünün olduğu yerlerde tesislerin kurulması ve yapılandırılması; pazar ve gelir çeşitlendirilmesine yönelik stratejiler uygulanması, yerel halkı bilinçlendirmeye yönelik faaliyetlerine önem verilmesi görece daha hafif iş uygulamalarını yürürlüğe koymakta da farklı bir seçenek olarak düşünülebilir (Gössling ve Hall, 2006,s:305-307). Ayrıca kayak merkezlerinde kayak dışı faaliyetlerin geliştirilmesi de örneğin yürüyüş parkurları, kültürel etkinlikler düzenlenmesi kış turizmi sürdürülebilirliğine katkı sağlaması bakımından önemli bir çözüm olarak düşünülebilir (Dubois ve Ceron, 2006,s:18-20).

Özetlenecek olursa iklim değişikliğinin doğrudan turizme ve destinasyonlarının rekabet edebilirliklerini ve sürdürülebilirliklerini doğrudan etkilemektedir. İklim çeşitli turist faaliyetlerin yapılmasının sağlanmasında ve küresel turizm talebini etkilemede ana aktör olarak turizm işletmelerinin maliyetlerini etkilemekte aynı zamanda mevsime bağlı turizm faaliyetinin süresi ve kalitesi bakımından ülkeler arası rekabette önemli bir etken olarak gözükecektir. İklim değişikliği ile birlikte termal sıcaklık değerlerinde artışa bağlı olarak günümüzde turizm faaliyetlerinde önemli yer edinen kimi turistik destinasyonlar önemini yitirecek, mevsimsel olarak yeni turistik destinasyon çekim merkezleri turizm piyasasında yerini alması muhtemel olacaktır. Değişen bir iklimin turizm üzerindeki iklim kaynaklı çevresel değişikliğin dolaylı etkileri arasında çevresel koşullar turizm için çok kritik bir kaynak olduğu için, iklim kaynaklı çok çeşitli çevresel değişikliklerin yerel ve bölgesel destinasyonda turizm üzerinde derin olumsuz etkileri olabilecektir. Su mevcudiyetindeki değişiklikler, biyolojik çeşitlilik kaybı, doğal güzelliklerin estetiğindeki olumsuz etkiler bunlar arasında sayılabilir. İklim değişikliğinin beraberinde turizm geliri temelli ülke ekonomilerde uzun vadede beklenen gelecekteki büyüme için olumsuz etkilere sahip olacaktır. Ülkedeki gelir seviyesindeki düşme sosyal, siyasi, ekonomik çatışmalara yol açması iklim değişikliğinin dolaylı toplumsal olumsuz etkilerine örnek teşkil edebilir (Simpson vd, 2008,s:2).

Sonuç itibariyle iklim değişikliği ve turizm sektörüne yönelik etkilerine yönelik politikalar belirlenirken, hükümet ve endüstri kuruluşlarındaki

temsilciler aracılığıyla dört farklı şekilde dâhil olabilir(Becken ve Clapcott, 2010,s:13-14):

(1) Turizm ilgili kararlar alınırken, ulusal iklim değişikliği politikası çerçevesinde (örneğin, jenerik bir karbon vergisi, karbon emisyon vergisi gibi) yeterince ve adil bir şekilde tüm paydaşları kapsmalıdır.

(2) Turizm politikaları belirlenirken, iklim değişikliği ile dolaylı olarak ilgili konuları (örneğin biyolojik çeşitliliğin korunması) ele alan ulusal politikada kalıcı çözümleri içeren eylem planları yürütmeye konulmalı ve titizlikle uygulanmalıdır.

(3) Turizm için önemli olan doğal kaynakların kullanımına yönelik eylem planlarında ulusal iklim değişikliği politikaları ve projeksiyonuna göre yön verilmelidir.(Örneğin suyla ilgili mevzuat).

(4) Turizm, özellikle turizm sektörü için kendi “iklim değişikliği politikalarını” geliştirilmeli stratejiler belirlenmelidir.(Örneğin, karbon emisyonlarını içeren bir çevresel kalite planı, yenilebilir enerji kullanımının turizm tesislerinde teşvik edilerek yatırım indirimlerinde bulunulması gibi...)

## Kaynakça

- Agnew, M. D. & Viner, D. (2001). Potential impacts of climate change on international tourism. *Tourism and hospitality research*, 3(1), 37-60.
- Amelung, B., & Moreno, A. (2012). Costing the impact of climate change on tourism in Europe: results of the PESETA project. *Climatic Change*, 112, 83-100.
- Amelung, B., & Nicholls. S. "Implications of climate change for tourism in Australia." *Tourism Management*, 41(2014), 228-244.
- Arabadzhyan, A., Figini, P., García, C., González, M. M., Lam-González, Y. E., & León, C. J. (2021). Climate change, coastal tourism, and impact chains—a literature review. *Current Issues in Tourism*, 24(16), 2233-2268.
- Armstrong, A. K., Krasny, M. E. & Schuldt, J. P. (2018). *Communicating climate change: A guide for educators*. New York: Cornell University Press.
- Aygün O, A. ve Baycan, T. (2023). Assessing climate change impacts on tourism demand in Turkey. *Environment, Development and Sustainability*, 25(3), 2905-2935.
- Becken, S., & Clapcott, R. (2011). National tourism policy for climate change. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure & Events*, 3(1), 1-17.
- Becken, S., & Hay, J. E. (2007). *Tourism and climate change: Risks and opportunities*. Bristol: Multilingual Matters.
- Becken, S., Whittlesea, E., Loehr, J., & Scott, D. (2020). Tourism and climate change: Evaluating the extent of policy integration. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(10), 1603-1624.
- Beeton, S. (2006). *Community development through tourism*. Australia: Landlinks Press.
- Belle, N., & Bramwell, B. (2005). Climate change and small island tourism: Policy maker and industry perspectives in Barbados. *Journal of Travel Research*, 44(1), 32-41.
- Berritella, M., Bigano, A., Roson, R., & Tol, R. S. (2006). A general equilibrium analysis of climate change impacts on tourism. *Tourism Management*, 27(5), 913-924.
- Bhaskara, G. I., Filimonau, V., Wijaya, N. M. S., & Suryasih, I. A. (2020). The future of tourism in light of increasing natural disasters. *Journal of Tourism Futures*, 7(2), 174-178.
- Blankholm, H. P. (2009). Long-term research and cultural resource management strategies in light of climate change and human impact. *Arctic Anthropology*, 46(1-2), 17-24.
- Bolin, B. (2007). *A history of the science and politics of climate change*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Brett, M. R. (2021). How Important Is Coastal Tourism for Island Nations? An Assessment of African and Indian Ocean Islands. *Journal of Coastal Research*, 37(3), 568-575.
- Brooke, J. L. (2014). *Climate change and the course of global history: A rough journey*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Burroughs, W. J. (2005). *Climate change in prehistory: The end of the reign of chaos*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Carey, M. (2014). Science, models, and historians: toward a critical climate history. *Environmental History*, 2007 (12), 354-364.
- Dubois, G., & Ceron, J. P. (2006). Tourism and climate change: Proposals for a research agenda. *Journal of Sustainable tourism*, 14(4), 399-415.
- Dubois, G., Peeters, P., Ceron, J. P., & Gössling, S. (2011). The future tourism mobility of the world population: Emission growth versus climate policy. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 45(10), 1031-1042.
- Ehmer, P., Heymann, E., Just, T., Fuchs-Sobolew, G., Walter, N. (2008). *Climate change and tourism: Where will the journey lead*. Berlin: Deutsche Bank Research.
- Elsasser, H., & Bürki, R. (2002). Climate change as a threat to tourism in the Alps. *Climate research*, 20(3), 253-257.
- Fang, Y., Yin, J., & Wu, B. (2018). Climate change and tourism: A scientometric analysis using CiteSpace. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(1), 108-126.
- Frojmovic, M., Graeff, J., & Mohammed, A. (2013). *Planning and the Climate Change in the Caribbean*. Cambridge: Lincoln Institute of Land Policy.
- Gardiner, S. M. (2011). *A perfect moral storm: The ethical tragedy of climate change*. Oxford: Oxford University Press.
- Glaesser, D., Kester, J., Paulose, H., Alizadeh, A., & Valentin, B. (2017). Global travel patterns: an overview. *Journal of travel medicine*, 24(4).
- Gössling, S. (2013). National emissions from tourism: An overlooked policy challenge?. *Energy Policy*, 59, 433-442.
- Gössling, S. (2000). Sustainable tourism development in developing countries: Some aspects of energy use. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(5), 410-425.
- Gössling, S. (2002). Global environmental consequences of tourism. *Global environmental change*, 12(4), 283-302.
- Gössling, S., Broderick, J., Upham, P., Ceron, J. P., Dubois, G., Peeters, P., & Strasdas, W. (2007). Voluntary carbon offsetting schemes for aviation: Efficiency, credibility and sustainable tourism. *Journal of Sustainable tourism*, 15(3), 223-248.
- Gössling, S., & Hall, M. C. (2006). *Tourism and global environmental change*. Taylor & Francis.

- Gössling, S., & Hall, C. M. (2006). Uncertainties in predicting tourist flows under scenarios of climate change. *Climatic change*, 79(3-4), 163-173.
- Gössling, S., & Humpe, A. (2020). The global scale, distribution and growth of aviation: Implications for climate change. *Global Environmental Change*, 65(2020), 102194.
- Gössling, S., & Peeters, P. (2007). 'It does not harm the environment!' An analysis of industry discourses on tourism, air travel and the environment. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(4), 402-417.
- Gössling, S., Peeters, P., & Scott, D. (2008). Consequences of climate policy for international tourist arrivals in developing countries. *Third World Quarterly*, 29(5), 873-901.
- Greschke, H., & Tischler, J. (2015). *Grounding global climate change: Contributions from the social and cultural sciences*. Dordrecht: Springer.
- Hall, C. M. (2008). Tourism and climate change: Knowledge gaps and issues. *Tourism Recreation Research*, 33(3), 339-350.
- Hall, C. M., Saarinen, J. (2010). *Tourism and change in polar regions: Climate, environments and experiences*. London: Routledge.
- Hall, C. M., Scott, D., & Gössling, S. (2013). The primacy of climate change for sustainable international tourism. *Sustainable Development*, 21(2), 112-121.
- Hamilton, J. M., Maddison, D. J., & Tol, R. S. (2005). Effects of climate change on international tourism. *Climate research*, 29(3), 245-254.
- Hao, Y., Niu, X., & Wang, J. (2021). Impacts of haze pollution on China's tourism industry: a system of economic loss analysis. *Journal of Environmental Management*, 295, 113051.
- Hein, L., Metzger, M. J., & Moreno, A. (2009). Potential impacts of climate change on tourism; a case study for Spain. *Current Opinion in Environmental Sustainability*, 1(2), 170-178.
- Hewer, M. J., Scott, D., & Gough, W. A. (2015). Tourism climatology for camping: A case study of two Ontario parks (Canada). *Theoretical and applied climatology*, 121, 401-411.
- Heinnien, L. (2022). Climate Change and the Great Power Rivalry in the Arctic. *Insight Turkey*, 24(2), 25-38
- Hirpha, H. H., Mpandeli, S., & Bantider, A. (2020). Determinants of adaptation strategies to climate change among the smallholder farmers in Adama District, Ethiopia. *International Journal of Climate Change Strategies and Management*, 12(4), 463-476.
- Hughes, K. A., Convey, P., & Turner, J. (2021). Developing resilience to climate change impacts in Antarctica: An evaluation of Antarctic Treaty System protected area policy. *Environmental Science & Policy*, 124, 12-22.

- Kelman, I. (2014). No change from climate change: vulnerability and small island developing states. *The Geographical Journal*, 180(2), 120-129.
- Kolokytha, E. (2010). European policies for confronting the challenges of climate change in water resources. *Current science*, 98(8), 1069-1076.
- Leal Filho, W. (2018). *Climate change impacts and adaptation strategies for coastal communities*. Springer International Publishing.
- Leal F, W. (2022). Will climate change disrupt the tourism sector?. *International Journal of Climate Change Strategies and Management*, 14(2), 212-217.
- Leal F, W., Tuladhar, L., Li, C., Balogun, A. L. B., Kovaleva, M., Abubakar, I. R., & Donkor, F. K. K. (2023). Climate change and extremes: implications on city livability and associated health risks across the globe. *International Journal of Climate Change Strategies and Management*, 15(1), 1-19.
- Lu, X. (2011). Provision of climate information for adaptation to climate change. *Climate Research*, 47(1-2), 83-94.
- Lu, Z., Gozgor, G., Lau, C. K. M., & Paramati, S. R. (2019). The dynamic impacts of renewable energy and tourism investments on international tourism: Evidence from the G20 countries. *Journal of Business Economics and Management*, 20(6), 1102-1120.
- Mackay, E. A., & Spencer, A. (2017). The future of Caribbean tourism: Competition and climate change implications. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 9(1), 44-59.
- Maddison, D. (2001). In search of warmer climates? The impact of climate change on flows of British tourists. *Climatic change*, 49(1-2), 193-208.
- Mansuroğlu, S., Dağ, V., & Kalaycı Ö, A. (2021). Attitudes of people toward climate change regarding the bioclimatic comfort level in tourism cities; evidence from Antalya, Turkey. *Environmental Monitoring and Assessment*, 193, 1-16.
- Delmotte, M.V., Zhai, P., Pörtner, H. O., Roberts, D., Skea, J., Shukla, P. R., & Waterfield, T. (2018). Global warming of 1.5 C. *An IPCC Special Report on the impacts of global warming of*, 1(5), 43-50.
- Mcevoy, D. (2007). Climate Change and Cities. *Built Environment*, 33 (1), 5-9.
- O'Brien, K., Eriksen, S., Sygna, L., & Naess, L. O. (2006). Questioning complacency: climate change impacts, vulnerability, and adaptation in Norway. *AMBIO: A Journal of the Human Environment*, 35(2), 50-56.
- Olya, H. G., Alipour, H. (2015). Risk assessment of precipitation and the tourism climate index. *Tourism Management*, 50, 73-80.
- Pandy, W. R., & Rogerson, C. M. (2021). Climate change risks and tourism in South Africa: Projections and policy. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 35(2), 445-455.

- Patterson, T., Bastianoni, S., & Simpson, M. (2006). Tourism and climate change: Two-way street, or vicious/virtuous circle?. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(4), 339-348.
- Perkins, D. R., Timm, K., Myers, T., & Maibach, E. (2020). Broadcast meteorologists' views on climate change: A state-of-the-community review. *Weather, Climate, and Society*, 12(2), 249-262.
- Pütz, M., Gallati, D., Kytzia, S., Elsasser, H., Lardelli, C., Teich, M., & Rixen, C. (2011). Winter tourism, climate change, and snowmaking in the Swiss Alps: tourists' attitudes and regional economic impacts. *Mountain Research and Development*, 31(4), 357-362.
- Rixen, C., Teich, M., Lardelli, C., Gallati, D., Pohl, M., Pütz, M., & Bebi, P. (2011). Winter tourism and climate change in the Alps: an assessment of resource consumption, snow reliability, and future snowmaking potential. *Mountain Research and Development*, 31(3), 229-236.
- Roson, R., & Sartori, M. (2014). Climate change, tourism and water resources in the Mediterranean: a general equilibrium analysis. *International Journal of Climate Change Strategies and Management*, 2014 (6), 212-228.
- Schofield, N. (2011). *Climate change and its impacts—current understanding, future directions, Basin futures: Water Reform in the Murray-Darling Basin*. Canberra: Anu E-Press.
- Scott, D., Gössling, S., & de Freitas, C. R. (2008). Preferred climates for tourism: case studies from Canada, New Zealand and Sweden. *Climate Research*, 38(1), 61-73.
- Scott, D., Jones, B., & Konopek, J. (2007). Implications of climate and environmental change for nature-based tourism in the Canadian Rocky Mountains: A case study of Waterton Lakes National Park. *Tourism management*, 28(2), 570-579.
- Scott, D., & Lemieux, C. (2010). Weather and climate information for tourism. *Procedia Environmental Sciences*, 1, 146-183.
- Scott, D. (2021). Sustainable tourism and the grand challenge of climate change. *Sustainability*, 13(4), 1966.
- Scott, D., McBoyle, G., & Schwartztruber, M. (2004). Climate change and the distribution of climatic resources for tourism in North America. *Climate research*, 27(2), 105-117.
- Shani, A., & Arad, B. (2014). Climate change and tourism: Time for environmental skepticism. *Tourism management*, 44, 82-85.
- Simpson, M. C., Gössling, S., Scott, D., Hall, C. M., & Gladin, E. (2008). *Climate change adaptation and mitigation in the tourism sector: frameworks, tools and practices*. Paris: UNEP.

- Unger, R., A. B., Mailer, M., & Stampfl, P. (2016). Energy consumption and greenhouse gas emissions resulting from tourism travel in an alpine setting. *Mountain Research and Development*, 36(4), 475-483.
- Yu, G., Schwartz, Z., & Walsh, J. E. (2009). A weather-resolving index for assessing the impact of climate change on tourism related climate resources. *Climatic Change*, 95(3-4), 551-573.
- Weaver, D. (2011). Can sustainable tourism survive climate change?. *Journal of sustainable Tourism*, 19(1), 5-15.
- Wolf, F., Filho, W. L., Singh, P., Scherle, N., Reiser, D., Telesford, J., ... & Kovaleva, M. (2021). Influences of climate change on tourism development in small pacific island states. *Sustainability*, 13(8), 4223.
- TURSAB (2018) *Dünya Turizm İstatistikleri* <https://www.tursab.org.tr/assets/assets/uploads/dunya-turizm-istatistik/unwto-2018-yilsonu-degerlendirmesi.pdf>.





## Organik Gıda Tüketicilerinin Öznel İyi Oluşa Etki Eden Etmenlerinin Belirlenmesi

Erdem Baydeniz<sup>1</sup>

Nurullah Kart<sup>2</sup>

Hüseyin Pamukçu<sup>3</sup>

Mustafa Sandıkcı<sup>4</sup>

### Özet

Bu çalışma, sağlık ve güvenliğin öznel iyi oluşa etkisinde organik gıda tüketim niyetinin aracılık rolünü incelemeyi amaçlamaktadır. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'nın Gastronomi şehri olan Afyonkarahisar ilinde gerçekleştirilen araştırmada, 10 Şubat - 15 Nisan 2023 tarihleri arasında 260 katılımcıdan çevrimiçi anket aracılığıyla veri toplanmıştır. Çalışma verileri, istatistiksel analizler ve frekans analizi ile SPSS PROCESS Macro ile değerlendirilmiştir. Bulgular, sağlık ve güvenliğin organik gıda tüketim niyeti ile öznel iyi oluş üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca organik gıda tüketim niyetinin öznel iyi oluş üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu belirlenmiştir. Ek olarak, sağlık ve güvenliğin öznel iyi oluşa etkisinde organik gıda tüketim niyetinin aracılık rolü olduğu ve gastronomi şehirlerinde önemli bir potansiyele sahip olduğunu ortaya çıkmıştır. Çalışmanın sonuçları, organik gıda endüstrisi ve sağlıklı beslenme teşvikleri için önemli pratik ve teorik çıkarımlar sunmaktadır.

- 1 Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Türkiye, erdembydeniz@gmail.com
- 2 Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Türkiye, nkart@aku.edu.tr \*(Sorumlu Yazar)
- 3 Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Türkiye, hpamukcu@aku.edu.tr
- 4 Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Türkiye, sandikcimustafa@aku.edu.tr

**Amacı**

Bu çalışma, sağlık ve güvenliğin öznel iyi oluşa etkisinde organik gıda tüketim niyetinin aracılık rolünü incelemeyi amaçlamaktadır.

**Araştırma Yöntemi**

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'nın Gastronomi şehri olan Afyonkarahisar ilinde gerçekleştirilen araştırmada, 10 Şubat - 15 Nisan 2023 tarihleri arasında 260 katılımcıdan çevrimiçi anket aracılığıyla veri toplanmıştır. Çalışma verileri, istatistiksel analizler ve frekans analizi ile SPSS PROCESS Macro ile değerlendirilmiştir.

**Bulgular**

Bulgular, sağlık ve güvenliğin organik gıda tüketim niyeti ile öznel iyi oluş üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca organik gıda tüketim niyetinin öznel iyi oluş üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu belirlenmiştir. Ek olarak, sağlık ve güvenliğin öznel iyi oluşa etkisinde organik gıda tüketim niyetinin aracılık rolü olduğu ve gastronomi şehirlerinde önemli bir potansiyele sahip olduğunu ortaya çıkmıştır.

**Sonuç ve Öneriler**

Araştırmanın sonuçları, sağlık ve güvenliğin bireylerin öznel iyi oluşunu olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Ayrıca, bu etkinin organik gıda tüketim niyetinin aracılık rolüyle daha da güçlendiği belirlenmiştir. Bu bulgular, organik gıda endüstrisi ve sağlıklı beslenme teşvikleri alanında önemli implikasyonlara sahiptir. Özellikle, gastronomi şehirlerinde organik gıda tüketim niyetinin öznel iyi oluşa olan olumlu etkisi vurgulanmıştır. Bu, bu tür şehirlerin sürdürülebilir ve sağlıklı yaşam biçimlerini teşvik etme potansiyeline işaret etmektedir. Gelecekteki araştırmalarda, benzer etkilerin farklı coğrafi bölgelerde ve kültürel kontekstlerde incelenmesi önemlidir. Ayrıca, organik gıda tüketim niyetinin diğer faktörlerle etkileşimini anlamak için daha fazla çalışma yapılmalıdır. Bununla birlikte, sağlık ve güvenlik faktörlerinin organik gıda tercihlerini nasıl etkilediğini daha detaylı şekilde analiz etmek de önemlidir.

**Orijinalliği/değeri**

Bu çalışma, sağlık ve güvenliğin öznel iyi oluşa olan etkisi üzerine yapılan araştırmaların Afyonkarahisar ilindeki UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'nın Gastronomi şehri olan bir lokasyonda gerçekleştirilmiş olmasıyla özgünlük kazanmaktadır. Ayrıca, organik gıda tüketim niyetinin sağlık ve güvenlik ile öznel iyi oluş arasındaki aracılık rolünün belirlenmesi, bu çalışmanın katkı sağladığı bir diğer önemli yeni yön olarak öne çıkmaktadır.

## 1. Giriş

Hızla gelişen ekonomiyle birlikte, tüketicilerin tükettikleri gıdalardan beklentileri tazedenden güvenliye doğru dönüşmektedir (Smith ve Paladino, 2010). Tüketicilerin güvenli ve faydalı gıda tüketiminin öneminin farkına varması nedeniyle doğal, kirlilikten arındırılmış ve sağlıklı gıda tüketimi kavramı moda haline gelmiştir; bu da organik gıdalara olan talebin hızla arttığı anlamına gelmektedir (Nagappan ve Getinet, 2015, Willer vd., 2021). Dolayısıyla, tüketiciler gıda seçimlerinde daha güvenli, daha sağlıklı ve daha yeşil seçenekleri tercih etmeye daha istekli olmaktadır. Bu da bu tür gıdaların piyasa değerinde artışa yol açmaktadır (Jitrawang ve Krairit, 2019). Saleki ve Seydsaleki'ye (2012) göre organik gıda, sürdürülebilir kalkınma ilkelerine bağlı kalarak hayvan refahını ve çevreyi gözetim yöntemleri kullanılarak üretilen, kullanımı güvenli, yüksek kaliteli ve besleyici gıda olarak tanımlanmaktadır. Organik gıda, az sayıda zararlı kimyasal madde içermesi ve genetiği değiştirilmiş bileşenler içermemesi nedeniyle gıda arzının çevre üzerindeki etkisini azaltırken (Lockie vd., 2002), aynı zamanda tüketici için herhangi bir sağlık tehdidi oluşturmamakta veya gereksiz kaynak israfına yol açmamaktadır. Dolayısıyla, organik gıdalar pazarlamada yeşil, sağlıklı, ekolojik ve çevre dostu ürünlerle eşdeğerdir (Mohamad vd., 2014).

Önceki çalışmalardan elde edilen bulgular, insan sağlığı, gıda güvenliği, tutumlar, farkındalık ve fiyat primi ödeme istekliliğinin kişinin organik gıda tüketim niyetini etkileyen faktörler olduğunu göstermiştir (Gabriel vd., 2021). Tüketicilerin sürdürülebilirlik yönelimi, şüpheciligi ve çevreye duyarlı satın alma davranışı da tüketicilerin organik gıda tüketim davranışını etkilemede rol oynamaktadır (Siriattakul vd., 2019). Ancak, önceki çalışmaların çoğu seçici bir pazara odaklanmadığından tüketicilerin organik gıda tüketim davranışlarının anlaşılması hâlâ başlangıç aşamasındadır (Wibowo vd., 2022). Bu nedenle, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde, tüketicilerin organik gıda tüketim niyetini etkileyen rasyonel faktörler hakkında bilimsel bilgiye şiddetle ihtiyaç duyulmaktadır. Bu kapsamda, bu araştırma UNESCO Gastronomi Şehri Afyonkarahisar'a odaklanarak sağlık ve güvenlik algısının organik gıda tüketim niyeti ve öznel iyi oluş üzerindeki etkisini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Ayrıca sağlık ve güvenlik algısının organik gıda tüketim niyeti üzerindeki etkisinde öznel iyi oluşun aracılık rolünü incelemektedir.

## 2. Kavramsal/Teorik Çerçeve ve Hipotezlerin Geliştirilmesi

### 2.1. Sağlık ve Güvenlik Algısı Bağlamında Organik Gıda Tüketim Niyeti

Günümüzde teknolojiler, pestisitler ve genetiği değiştirilmiş maddelerdeki büyük gelişmeler, konvansiyonel (insan yapımı) üretime dayalı tarımı yaygınlaştırmış ve bu durum tüketicilerin organik gıda arayışındaki çabasını arttırmıştır (Hingston ve Noseworthy, 2018; Marete vd., 2021). Çünkü günümüzde yaşanan salgın hastalıklar ve yaygın sağlık problemleri, sağlığın tüketiciler için önemli bir endişe kaynağı olmasına ve organik gıda tüketiminin dünya genelinde yeni bir norm haline gelmesine yol açmıştır (Liu vd., 2021; Tandon vd., 2021; Cavite vd., 2022). Yoğun sentetik bileşenler, büyüme hormonları veya iyonlaştırıcı radyasyon olmadan yetiştirilen ve işlenen organik gıdalar, tüketicilerce daha sağlıklı olarak görülmektedir (Ditlevsen vd., 2019; Lin vd., 2021; Nei vd., 2017). Araştırmalar, tüketicilerin sağlıklı kalmak ve diğer gıda ürünleriyle ilişkili sağlık risklerinden kaçınmak için organik gıda ürünlerini tercih ettiğini göstermektedir (Doorn ve Verhoef, 2015; Cavite vd., 2022; Parashar vd., 2023). Ayrıca Diyabet ve kalp rahatsızlıkları gibi yaşam tarzı hastalıklarının yüksek oranda görülmesi, tüketicilerin gıda kalitesi ve güvenliğinin önemini fark etmelerini sağlayan bir alarm oluşturmuştur (Roberfroid, 2002; Menrad, 2003). Bununla birlikte, tüketiciler harcanabilir gelirlerindeki orantılı artış nedeniyle daha iyi bir yaşam kalitesi elde etmek için organik gıda tüketmeye yönelmektedir (Kriwy ve Mecking, 2012).

*H1: Sağlık ve güvenlik algısının organik gıda tüketim niyeti üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisi vardır.*

### 2.2. Sağlık ve Güvenlik Algısı ile Öznel İyi Oluş

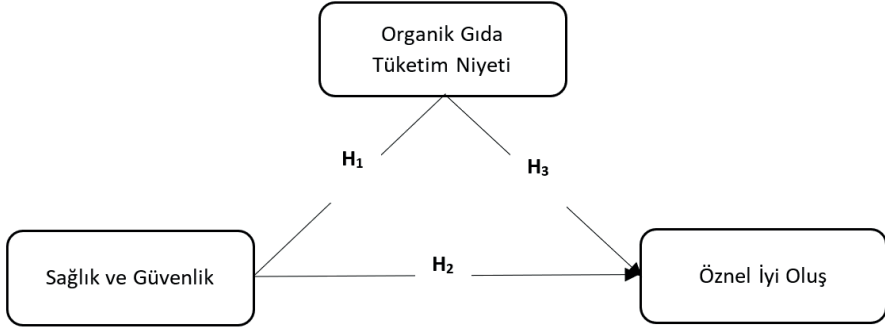
Organik beslenme, insanların yaşam kalitesinin yüksek tutulmasında giderek daha önemli bir faktör haline gelmektedir. Yakın zamana kadar, sağlıklı gıda konusu sadece belirli sağlık sorunları ortaya çıktığında dikkate alınırken, sağlıklı ve organik beslenmenin insan yaşamının birçok yönü için önemi ve faydaları hakkındaki bilgilerin yaygınlaşması ve erişilebilirliği, organik gıda ürünleri satın almaya karar veren genç ve orta yaşlı insanların sayısının artmasına neden olmuştur (Colovic ve Stojkovic, 2017; Colovic vd., 2020). Organik gıdalar daha çevre dostu bir şekilde (Colom-Gorgues, 2009), pestisit ve herbisit kullanılmadan üretilmekte (Huber vd., 2011) ve geleneksel gıdalara kıyasla çok daha fazla besin maddesi içermektedir (Reganold ve Wachter, 2016). Bu nedenle, sağlıklı bir yaşam tarzı ile doğru ve sağlıklı beslenmenin önemi konusunda tüketici bilincinin artmasıyla birlikte

organik gıda veya “yeşil ürünlere” olan talebin de artması şaşırtıcı değildir. Çok sayıda araştırmanın sonuçları, tüketicilerin organik gıdalara karşı genel olarak olumlu bir tutum içinde olduklarını, çünkü organik gıdaların sağlık açısından daha sağlıklı ve güvenli olduğuna ve geleneksel gıdalardan daha fazla vitamin ve mineral içerdiğine inandıklarını göstermektedir. Sağlıklı olması, pestisit ve gıda katkı maddesi bulunmaması, gıda güvenliği, lezzet ve kalite gibi bireysel güdülerin tüketicilerin çoğunluğu için organik gıda satın alma konusunda baskın nedenler olduğunu belirtmektedir (Chen, 2009; Mondelaers vd., 2009; Haghiri vd., 2009). Bu doğrultuda organik gıdalara yönelik sağlık ve güvenlik algısının öznel iyi oluş üzerinde de etkili olduğu düşünülmektedir.

*H2: Sağlık ve güvenlik algısının öznel iyi oluş üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisi vardır.*

*H3: Organik gıda tüketim niyetinin öznel iyi oluş üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisi vardır.*

*H4: Sağlık ve güvenlik algısının öznel iyi oluş üzerindeki etkisinde organik gıda tüketim niyetinin aracılık rolü vardır.*



*Şekil 1: Araştırma Model Önerisi*

### 3. Yöntem

Bu çalışmanın amacı, sağlık ve güvenliğin öznel iyi oluşa etkisinde organik gıda tüketim niyetinin aracılık rolünü incelemektir. Sağlık ve güvenlik bağımsız değişken olarak ele alınırken, öznel iyi oluş bağımlı değişken olarak kabul edilmiş ve organik gıda tüketim niyeti ise aracı değişkenler olarak belirlenmiştir. Bu araştırma, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'nın Gastronomi şehri olan Afyonkarahisar ilinde gerçekleştirilmiştir. Veriler, kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak Afyonkarahisar'ı ziyaret

eden bireylerden elde edilmiştir. Çalışma verileri, 260 katılımcıdan çevrimiçi anket aracılığıyla toplanmıştır. Araştırmada, neden-sonuç ilişkilerini ortaya çıkarmak amacıyla nicel araştırma tekniklerinden anket yöntemi kullanılarak sayısal olarak ölçülebilir verilerin istatistiksel analizi yapılmıştır. Veriler, 10 Şubat - 15 Nisan 2023 tarihleri arasında Google Forms üzerinden online anket yoluyla toplanmıştır. Ölçekler, 5'li Likert ölçeği formatında hazırlanmıştır. Verilerin gözlem sıklığı ve yüzde dağılımını göstermek, ilişkili değişkenleri bir kategori altında toplamak için frekans analizi uygulanmıştır. Veri yapılarının doğruluğunu değerlendirmek için güvenilirlik ve geçerlilik analizleri ile normal dağılım analizi için normallik testleri IBM SPSS programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Aracı değişkenlerin etkilerini belirlemek için ise Hayes (2009) tarafından geliştirilen PROCESS Macro kullanılmıştır. Baron ve Kenny (1986) yöntemine dayanan PROCESS, dolaylı regresyon katsayısını hesaplamaktadır.

Çevrimiçi anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini belirlemek için 5 soru bulunmaktadır. İkinci bölümde ise organik gıda tüketim niyetini ölçmek için Goetzke vd. (2014) tarafından uyarlanan 4 maddeden oluşan bir ölçek kullanılmıştır. Sağlık ve güvenlik ölçütleri için Kähkönen vd. (1996) tarafından geliştirilen 8 maddeden oluşan bir ölçek kullanılmıştır. Öznel iyi oluş ölçümü için ise Ryan & Frederick (1997) tarafından geliştirilen 5 maddeden oluşan bir ölçek kullanılmıştır.

Bu çalışmanın sonuçlarına ulaşmak için, toplanan verilerin analizi ve yorumlanması önemlidir. İstatistiksel analizler, araştırmanın amaçlarına ulaşmak için kullanılan yöntemlerle birlikte yapılmıştır. Ayrıca, güvenilirlik ve geçerlilik analizleriyle veri yapılarının doğruluğu da kontrol edilmiştir. Bu çalışmanın önemi, organik gıda tüketimi ile öznel iyi oluş arasındaki ilişkiyi sağlık ve güvenlik aracılığıyla anlamak ve bu alanda daha fazla bilgi sağlamaktır. Ayrıca, Gastronomi şehri olan Afyonkarahisar'ın bu konudaki potansiyelini ortaya çıkarmak ve sürdürülebilir bir beslenme ve yaşam tarzı için önemli ipuçları sağlamaktır. Sonuç olarak, bu çalışma organik gıda tüketim niyeti, öznel iyi oluş, sağlık ve güvenlik arasındaki ilişkileri anlamak amacıyla gerçekleştirilen bir araştırmadır. Afyonkarahisar ilinde yapılan bu çalışma, organik gıda tüketimini teşvik etmek, sağlık ve güvenlik faktörlerinin rolünü vurgulamak ve sürdürülebilir bir beslenme ve yaşam tarzını desteklemek için önemli bir katkı sağlamaktadır.

## 4. Bulgular

*Tablo 1: Katılımcıların Bireysel Özelliklerine İlişkin Bulgular*

Değişkenler	Kategori	N	%
Cinsiyetiniz	Kadın	153	58,8
	Erkek	107	41,2
Medeni Durum	Evli	142	54,6
	Bekar	118	45,4
Yaş	18-25 yaş	42	16,2
	26-35 yaş	65	25
	36-45 yaş	102	39,2
	46-55 yaş	36	13,8
	56-60 yaş	13	5
	61 üstü yaş	2	0,8
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	20	7,7
	Lise	66	25,4
	Lisans	140	53,8
	Lisansüstü	34	13
Gelir Algı Düzeyi	Çok Düşük	10	3,8
	Düşük	24	9,2
	Orta	91	35
	Yüksek	99	38,1
	Çok Yüksek	36	13,8

Katılımcıların %58,8'i kadın, %41,2'si ise erkek, medeni durumlarına bakıldığında %54,6'sı evli %45,4'ü ise bekar'dır. Katılımcıların yaş aralıkları incelendiğinde en fazla katılımın; %39,2 ile 36-45 yaş aralığından olduğu ve bu oranı %25 ile 26-35 yaş aralığının takip ettiği görülmektedir. Katılımcıların eğitim düzeyleri incelendiğinde %53,8'i lisans, %7,7'si ise ilköğretim mezunudur. Katılımcıların gelir durumlarına bakıldığında %38,1'i yüksek gelir algısına sahipken, %3,8'i düşük gelir algısına sahiptir (Bknz. Tablo 1).



Tablo 2: Değişkenlere İlişkin Güvenirlilik ve Geçerlilik Sonuçları

	Faktör	Özdeğer	Varyans	KMO	Cronbach Alpha
<b>Sağlık ve Güvenlik</b>					
<i>Organik gıdalar...</i>					
Çok sayıda vitamin ve mineral içerir	0,957				
Besleyicidir	0,936				
Düşük kalorilidir	0,924				
Hiçbir katkı maddesi/yapay bileşen içermez	0,626				
Sağlıklıdır.	0,604	4,371	54,638	0,862	0,927
Düşük kimyasal kalıntılara sahiptir (örn. pestisitler)	0,579				
Tüketmek güvenlidir	0,570				
Doğaldır (örn. genetiği değiştirilmemiş)	0,555				
<b>Organik Gıda Tüketim Niyeti</b>					
Çevreye ve insana verilen zararı azaltmak için organik gıda ürünleri satın almak istiyorum.	0,974				
Sağlığımı garanti altına almak için organik gıda ürünleri satın almak isterim.	0,901	3,06	76,498	0,799	0,926
Mümkün olduğunca organik gıda ürünleri satın almayı planlıyorum.	0,821				
Organik gıda ürünleri için daha fazla ödemeye hazırım.	0,790				
<b>Öznel İyi Oluş</b>					
<i>Organik gıda tükettiğimde kendimi...</i>					
Memnun hissediyorum	0,941				
Rahatlamış hissediyorum	0,924				
Sağlıklı hissediyorum	0,908	4,138	82,764	0,859	0,960
Fiziksel olarak enerjik hissediyorum	0,895				
Zihinsel olarak uyanık hissediyorum	0,879				

Tablo 2'deki KMO değerleri ve Bartlett's testlerine ilişkin sonuçlara bakıldığında, örneklemin faktör analizi için yeterli büyüklükte olduğu ( $KMO > 0,70$ ;  $p = 0,000$ ) tespit edilmiştir. Yapılan faktör analizi sonucunda sağlık güvenlik ölçeğinin toplam varyansın %54,638'ini, organik gıda tüketim niyetinin %76,498'ini ve son olarak öznel iyi oluşun %82,764'ünü

açıklayan her bir değişken için tek boyut altında toplandığı görülmüştür. Sağlık ve güvenlik Cronbach's Alpha katsayısı 0,927 olarak; organik gıda tüketim niyeti 0,926 olarak öznel iyi oluş ise 0,960 olarak hesaplanmıştır. İlgili değişkenlerin faktör sonuçları incelendiğinde sağlık ve güvenlik değişkenininin 0,555-0,957 arasında; organik gıda tüketim niyetininin 0,790-0,974 arasında ve son olarak öznel iyi oluş değişkeninin 0,879-0,941 arasında olduğu belirlenmiştir.

Araştırmada organik gıda tüketim niyeti, öznel iyi oluş ve sağlık ve güvenlik arasındaki ilişkileri incelemek amacıyla Pearson Korelasyon testi uygulanmış, elde edilen sonuçlar Tablo 3'te sunulmuştur. Değişkenler arasındaki ilişkinin düzeyi, korelasyon katsayısının 0-0,29 arasında olması durumunda zayıf; 0,30-0,64 arasında olması durumunda orta; 0,65-0,84 arasında olması durumunda güçlü; 0,85-1 arasında olması durumunda da çok güçlü şeklinde yorumlanabilir (Ural ve Kılıç, s.244).

*Tablo 3: Değişkenlere İlişkin Korelasyon Sonuçları*

	X	SS	Çarpıklık	Basıklık	OG	WEL	SG
Organik Gıda Tüketim Niyeti (OG)	3,260	1,258	-0,330	-0,851	1		
Öznel İyi Oluş (WEL)	3,829	1,188	-1,251	0,613	0,534**	1	
Sağlık ve Güvenlik (SG)	3,536	1,128	-0,660	-0,300	0,660**	0,538**	1

Organik gıda tüketim niyeti ile öznel iyi oluş arasında pozitif yönlü, orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğu ( $r=0,534$ ;  $p=0,000$ ) belirlenmiştir. Organik gıda tüketim niyeti ile sağlık ve güvenlik arasında pozitif yönlü, yüksek düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğu ( $r=0,660$ ;  $p=0,000$ ) belirlenmiştir. Öznel iyi oluş ile sağlık ve güvenlik arasında pozitif yönlü, orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğu ( $r=0,538$ ;  $p=0,000$ ) belirlenmiştir.

Sağlık ve güvenlik (X) ve öznel iyi oluş (Y) arasındaki ilişkide organik gıda tüketim niyetinin (M) aracılık rolü SPSS ve PROCESS makrosu ile test edilmiştir (Hayes, 2009). Aracı rolünü test etmek için bootstrap katsayısı ve 5000 bootstrap örneği çıkarılmış ve güven aralığı %95 olarak belirlenmiştir.

Tablo 4: Değişkenlere İlişkin Macro Process Analizi Sonuçları

Hipotezler	Etki				Araştırma Modeli				
	$\beta$	S.H.	t	p	R	R <sup>2</sup>	MSE	F	p
<b>Model 1</b>									
Sabit	0,658	0,194	3,40	0,000*					
H <sub>1</sub> >OG	SG---- 0,736	0,052	14,106	0,000*	0,660	0,435	0,721	198,97	0,00*
<b>Model 2</b>									
Sabit	1,825	0,205	8,902	0,000*					
H <sub>2</sub> >WEL	SG---- 0,567	0,055	10,263	0,000*	0,538	0,290	0,582	105,33	0,00*
<b>Model 3</b>									
Sabit	1,628	0,201	8,08	0,000*					
H <sub>3</sub> >WEL	OG---- 0,298	0,063	4,71	0,000*	0,588	0,346	0,929	68,08	0,00*

Tablo 4'te ilk olarak sağlık ve güvenliğin organik gıda tüketim niyeti üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir ( $\beta$ : 0,736; S.H: 0,052; %95 BootCI [BootLLCI: 0,509 → BootULCI: 0,674];  $p < 0,01$ ; R<sup>2</sup>: 0,435) Model 1'deki  $\beta$  katsayısı anlamlıdır, p-değeri 0,001'den küçüktür ve güven aralığı (BootCI) (0) sıfır içermez. R<sup>2</sup> determinasyon katsayısına göre sağlık ve güvenliğin organik gıda tüketim niyeti varyansının %43,5'ini açıklamaktadır. Dolayısıyla H<sub>1</sub> hipotezi kabul edilmiştir.

Sağlık ve güvenliğin öznel iyi oluş üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir ( $\beta$ : 0,567; S.H: 0,055; %95 BootCI [BootLLCI: 0,545 → BootULCI: 0,695];  $p < 0,01$ ; R<sup>2</sup>: 0,290) Model 2'deki  $\beta$  katsayısı anlamlıdır, p-değeri 0,001'den küçüktür ve güven aralığı (BootCI) (0) sıfır içermez. R<sup>2</sup> determinasyon katsayısına göre organik gıda tüketim niyetinin öznel iyi oluştaki varyansın %29'unu açıklamaktadır. Dolayısıyla H<sub>2</sub> hipotezi kabul edilmiştir.

Üçüncü olarak, organik gıda tüketim niyetinin öznel iyi oluş üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir ( $\beta$ : 0,298; S.H: 0,063; %95 BootCI [BootLLCI: 0,173 → BootULCI: 0,423];  $p < 0,01$ ). Model 3'teki  $\beta$  katsayısının anlamlı olduğu, p değerinin 0,05 ve 0,01'den küçük olduğu ve güven aralığının (BootCI) (0) sıfır içermediği görülmüştür. R<sup>2</sup> determinasyon katsayısına göre organik gıda tüketim niyeti ile sağlık ve güvenliğin öznel iyi oluştaki varyansın %34,6'sını açıklamaktadır. Dolayısıyla H<sub>3</sub> hipotezi kabul edilmiştir.

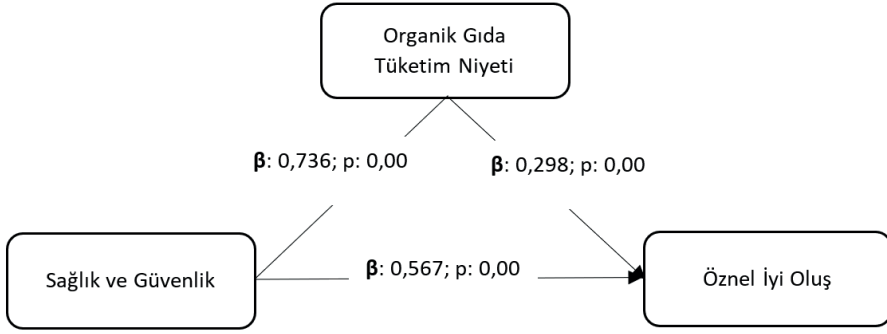
Son olarak, organik gıda tüketim niyeti değişkeninin aracılık etkisinin istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını test etmek için Sobel testi ve Bootstrapping tekniği kullanılmıştır. Bir aracılık etkisinden tam olarak bahsedebilmek için Sobel Testi z skorunun 1,96'dan yüksek ve p-değerinin anlamlı olması gerekmektedir (Preacher ve Hayes, 2008). Bootstrapping tekniği ile aracılık etkisinin derecesini belirlemek için p-değerinden ziyade güven aralığı önemlidir. Bootstrap güven aralığı [BootLLCI → BootULCI] (0) sıfır içermiyorsa aracılık etkisinin derecesi anlamlıdır (Preacher ve Hayes, 2008). Aracı etkiyi belirlemek için Hayes tarafından geliştirilen makro Process kullanılmıştır. Process makrosu, a ve b yollarının anlamlılığını ve etki düzeylerini ölçmekte ve ayrıca toplam, doğrudan ve dolaylı etkileri analiz etmektedir. Toplam etki bağımsız değişkenden bağımlı değişkene giden yol; doğrudan etki bağımsız değişkenin aracı değişken üzerinden bağımlı değişkene giden yol; dolaylı etki ise toplam etki ile doğrudan etki arasındaki farktır (Preacher ve Hayes, 2008).

*Tablo 5: Aracılık Etki Sonuçları*

	$\beta$	BootSE	t	p	Bootcamp	
					BootLLCI	BootULCI
Doğrudan Etki	0,247	0,050	4,9141	0,000*	0,148	0,346
Dolaylı Etki	0,264	0,039			0,192	0,345
Z Skor	5,102			0,013*		

Aracılık Etki Türü: Kısmi Aracılık

Tablo 5'te sağlık ve güvenliğin öznel iyi oluşa etkisinde organik gıda tüketim niyetinin aracılık etkisi analiz edilirken ilk olarak doğrudan ve dolaylı etkiler hesaplanmıştır. Doğrudan etki ( $\beta$ : 0,204; BootSE = 0,050; %95 BootCI [BootLLCI: 0,148 → BootULCI: 0,346]) ile dolaylı etkisini [ $\beta$ : 0,264; BootSE = 0,039; %95 BootCI [BootLLCI: 0,192 → BootULCI: 0,345] olduğu belirlenmiştir. Analiz sonuçlarına göre, doğrudan etki %20 ,5 olduğunda bootstrap güven aralığı (0) sıfırı içermez (Preacher ve Hayes, 2008: 884) ve Sobel Testi z puanı 1,96'dan yüksek ve anlamlıdır ( $z = 5,102 \rightarrow p = 0,013$ ). Böylece sağlık ve güvenliğin öznel iyi oluşa etkisinde organik gıda tüketiminin kısmi aracılık rolüne sahip olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla  $H_4$  hipotezi kabul edilmiştir.



Şekil 2: Araştırma Model Sonuçları

## 5. Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Bu çalışmada, bireylerin sağlık ve güvenlik algısının öznel iyi oluşuna etkisinde organik gıda tüketim niyetinin aracılık rolünü incelenmiştir. Araştırma, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'nın Gastronomi şehri olarak kabul ettiği Afyonkarahisar ilinde gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında 260 katılımcıdan elde edilen veriler değerlendirilmiştir.

Araştırmanın sonuçları, organik gıda tüketim niyetinin sağlık ve güvenlik faktörleriyle pozitif yönlü bir ilişki içinde olduğunu göstermektedir. Katılımcıların organik gıda tercih etme niyeti, bu ürünlerin sağlık açısından zengin olduğuna, besleyici olmalarına, düşük kalorili olmalarına, katkı maddesi içermemelerine, düşük kimyasal kalıntılara sahip olmalarına ve doğal olmalarına dayanmaktadır. Ayrıca, sağlık ve güvenlik faktörlerinin, bireylerin öznel iyi oluşunu olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Organik gıdaların sağlık açısından zengin, besleyici ve güvenli olduğuna olan inançlar, bireylerin bu ürünleri tüketme niyetini artırmaktadır. Ayrıca, organik gıdaların doğal ve katkı maddesi içermeyen yapısı, bireylerin kendilerini daha iyi hissetmelerini desteklemektedir. Bununla birlikte, organik gıda tüketim niyetinin sağlık ve güvenlik ile öznel iyi oluş arasında kısmi aracılık rolüne sahip olduğu belirlenmiştir.

Sonuç olarak, Afyonkarahisar ilinin Gastronomi şehri olarak kabul edilmesi ve organik tarımın teşvik edilmesi, sürdürülebilir bir beslenme ve yaşam tarzını teşvik etmek adına önemlidir. Bu çalışma, organik gıda tüketiminin bireylerin öznel iyi oluşunu artırabileceğini ve bu etkinin sağlık ve güvenlik faktörleri aracılığıyla gerçekleşebileceğini vurgulamaktadır. Gelecekteki çalışmaların, bu alandaki bulguları desteklemesi ve bu ilişkileri daha derinlemesine anlaması açısından önemli olacaktır.

### **5.1. Teorik ve pratik çıkarımlar**

Bu çalışma, organik gıda tercihlerinin bireylerin subjektif iyi oluşları üzerindeki etkilerini sağlık ve güvenlik faktörleri aracılığıyla incelemiş ve önemli teorik çıkarımlar ortaya koymuştur. Öncelikle, bu sonuçlar tüketici davranışları ve karar alma süreçleri teorileri açısından önemlidir. Sağlık ve güvenlik algıları, tüketicilerin organik gıda tercihlerini etkileyen temel belirleyiciler olarak öne çıkmaktadır. Bu, tüketici davranışları teorilerinde sağlık ve güvenlik faktörlerinin daha fazla vurgulanması gerektiğini göstermektedir. Ayrıca, araştırmanın bulguları, bireylerin organik gıda tercihlerini şekillendiren sağlık ve güvenlik algılarına odaklanan pazarlama stratejilerinin önemini vurgulamaktadır. Organik gıda üreticileri ve pazarlamacıları, ürünlerinin sağlık yönlerini vurgulayarak ve güvenli olduklarına dair doğru bilgilendirme yaparak, tüketicilerin ilgisini çekebilirler. Organik ürünlerin doğallığı, besleyici özellikleri ve katkı maddesi içermemesi gibi özellikler, sağlık ve güvenlik algılarını güçlendirmek için vurgulanmalıdır.

Çalışmanın pratik çıkarımları, organik gıda endüstrisi ve sağlıklı beslenme teşvikleri için önemli rehberlikler sunmaktadır. İlk olarak, organik gıda üreticileri, ürünlerinin sağlık ve güvenlik yönlerini vurgulamak suretiyle tüketicileri cezbetmek için bu faktörleri öne çıkarmalıdır. Organik ürünlerin doğallığı, besleyici özellikleri ve katkı maddesi içermemesi gibi özellikler vurgulanarak sağlık ve güvenlik algıları güçlendirilmelidir. Ayrıca, sağlık ve güvenlik algılarının organik gıda tercihinin etkilediği göz önüne alındığında, kampanyalar ve eğitim programları bu iki faktörü ön plana çıkarmalıdır. Tüketicilere organik gıdaların sağlık açısından faydaları ve güvenliği hakkında doğru bilgilendirme yapılması, organik gıda pazarının büyümesine katkıda bulunabilir.

Son olarak, bu araştırma, Gastronomi şehri olarak kabul edilen bölgelerin organik gıda tüketimini teşvik etme potansiyelini ortaya koymaktadır. Bu bölgeler, organik tarım ve sürdürülebilir beslenme konusunda örnek projeler geliştirerek hem ekonomik olarak kalkınabilirler hem de çevresel ve sağlık açısından faydalar sağlayabilirler. Bu pratik çıkarımlar, organik gıda sektörünün büyümesi ve tüketici sağlığının artırılması adına önemli bir rehberlik sağlamaktadır.

### **5.2. Sınırlılıklar ve gelecekteki araştırmalara yönelik öneriler**

Bu çalışmanın birkaç sınırlılığı bulunmaktadır. İlk olarak, verilerin yalnızca Afyonkarahisar ilinde toplanmış olması, sonuçların genelleme kapasitesini sınırlayabilir. Farklı coğrafi bölgelerde, farklı kültürel ve sosyal yapılar altında benzer çalışmaların yapılması, sonuçların daha geniş bir

perspektife oturmasını sağlayabilir. İkinci olarak, verilerin çevrimiçi anketler aracılığıyla toplanmış olması, yanıt verenlerin internet erişimine ve dijital becerilere sahip olmasını gerektirir. Bu nedenle, çalışmanın örnekleminde dijital bölünmeler olabilir. Bu durum, sonuçların belirli bir demografik profili temsil etmesine neden olabilir. Üçüncü olarak, çalışmada kullanılan ölçeklerin tamamının öz-bildirime dayalı olması, sübjektif algıları yansıtmaya eğilimindedir. Objektif ölçüm yöntemlerinin de dâhil edilmesi, sonuçların güvenilirliğini artırabilir.

Bu çalışmanın sonuçlarından yola çıkarak, gelecekte yapılabilecek araştırmalara yönelik birkaç öneri sunulabilir. Öncelikle, farklı coğrafi bölgelerde benzer çalışmalar yapılması ve sonuçların karşılaştırılması, organik gıda tüketim niyetinin sağlık ve güvenlik algıları üzerindeki etkilerinin genellemesini sağlayabilir. Ayrıca, organik gıda tercihlerinin demografik faktörlere göre nasıl değiştiğini inceleyen çalışmalar, tüketici segmentasyonu ve hedefleme stratejileri açısından önemlidir. Örneğin, yaş, cinsiyet, gelir seviyesi gibi faktörlerin organik gıda tercihleri üzerindeki etkileri daha detaylı bir şekilde araştırılabilir. Gelecekteki araştırmalar ayrıca, organik gıda tercihlerinin çevresel etkilerini ve sürdürülebilirlik boyutunu da ele almalıdır. Organik tarımın çevresel sürdürülebilirlik üzerindeki etkileri ve tüketicilerin bu faktörleri ne kadar önemseydiği konusunda daha fazla bilgi edinmek önemlidir. Son olarak, bu çalışma sağlık ve güvenlik faktörlerinin organik gıda tercihlerindeki aracılık rolünü ele almıştır. Gelecekteki araştırmalar, diğer potansiyel aracı değişkenleri de göz önünde bulundurarak bu ilişkileri daha kapsamlı bir şekilde inceleyebilir. Bu öneriler, mevcut çalışmanın sınırlılıklarını aşarak, organik gıda tercihleri ve tüketici davranışları alanında daha kapsamlı ve geniş perspektifli araştırmaların yapılmasına katkıda bulunabilir.

## Kaynakça

- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: conceptual, strategic, and statistical considerations. *J. Pers. Soc. Psychol.*, 51(6), 1173–1182.
- Cavite, H.J., Mankeb, P. & Suwanmaneepong, S. (2022). Community enterprise consumers' intention to purchase organic rice in Thailand: the moderating role of product traceability knowledge. *British Food Journal*, 124(4), 1124-1148. <https://doi.org/10.1108/BFJ-02-2021-0148>
- Chen, M.F. (2009). Attitude toward organic foods among Taiwanese as related to health consciousness, environmental attitudes, and the mediating effects of a healthy lifestyle. *British Food Journal*, 111(2), 165-178. <https://doi.org/10.1108/00070700910931986>
- Colom-Gorgues, A. (2009). The challenges of organic production and marketing in Europe and Spain: innovative marketing for the future with quality and safe food products. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, 21(2-3), 166-190. <https://doi.org/10.1080/08974430802589675>
- Colovic, M. & Stojkovic, M. (2017). Midlife crisis - external manifestations and internal changes. *Temе*, 41(2), 315-336. <https://doi.org/10.22190/TEME1702315C>
- Colovic, M., Gadzic, A., Ilic, R. & Petrovic, M. (2020). Physical activity as one of the most optimal ways of active fatigue elimination and overcoming midlife crisis. *Facta Universitatis, Series: Physical Education and Sport*, 18(1), 239-247. <https://doi.org/10.22190/FUPES190630021C>.
- Ditlevsen, K., Sandoe, P. & Lassen, J. (2019). Healthy Food is nutritious, but organic food is healthy because it is pure: the negotiation of healthy food choices by Danish consumers of organic food. *Food Quality and Preference*, 71, 46-53. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2018.06.001>
- Doorn, J.V. & Verhoef, P.C. (2015). Drivers of and barriers to organic purchase behavior. *Journal of Retailing*, 91(3), 436-450, doi: 10.1016/j.jretai.2015.02.003.
- Gabriel, A. E., Abbyssinia, M., & Shehu F. G. Y. (2021). The willingness to consume organic food: A review. *Food and Agricultural Immunology*, 32(1), 78-104, <https://doi.org/10.1080/09540105.2021.1874885>.
- Goetzke, B., Nitzko, S., & Spiller, A. (2014). Consumption of organic and functional food. A matter of well-being and health?. *Appetite*, 77, 96-105.
- Haghiri, M., Hobbs, J.E. & McNamara, M.L. (2009). Assessing consumer preferences for organically grown fresh fruit and vegetables in Eastern New Brunswick. *International Food and Agribusiness Management Review*, 12(4), 81-100. <https://doi.org/10.22004/ag.econ.92556>



- Hayes, A. F. (2009). Beyond Baron and Kenny: Statistical mediation analysis in the new millennium. *Communication monographs*, 76(4), 408-420. <https://doi.org/10.1080/>
- Hingston, S.T. & Noseworthy, T.J. (2018). Why consumers don't see the benefits of genetically modified foods, and what marketers can do about it. *Journal of Marketing*, 82(5), 125-140, <https://doi.org/10.1509/jm.17.0100>
- Huber, M., Rembiałkowska, E., Srednicka, D., Bugel, S. & Van de Vijver, L. (2011), Organic food and impact on human health: assessing the status quo and prospects of research. *NJAS - Wageningen Journal of Life Sciences*, 58(3-4), 103-109. <https://doi.org/10.1016/j.njas.2011.01.004>
- Jitrawang, P., & Krairit, D. (2019). Factors influencing purchase intention of organic rice in Thailand. *Journal of Food Products Marketing*, 25(8), 805-828.
- Kähkönen, P., Tuorila, H., & Rita, H. (1996), How information enhances acceptability of a low-fat spread. *Food Quality and Preference*, 7 (2), 87-94.
- Kriwy, P., & Mecking, R. A. (2012). Health and environmental consciousness, costs of behaviour and the purchase of organic food. *International Journal of Consumer Studies*, 36(1), 30-37.
- Lin, J., Li, T., & Guo, J. (2021). Factors influencing consumers' continuous purchase intention on fresh food e-commerce platforms: an organic foods-centric empirical investigation. *Electronic Commerce Research and Applications*, 50, 101103. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2021.101103>
- Liu, C., Zheng, Y., & Cao, D. (2021). An analysis of factors affecting selection of organic food: perception of consumers in China regarding weak signals. *Appetite*, 161(1), doi: 10.1016/j.appet.2021.105145.
- Lockie, S., Lyons, K., Lawrence, G., & Mummery, K. (2002). Eating 'Green': Motivations behind organic food consumption in Australia. *Sociologia Ruralis*, 42(1), 23-40. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00200>.
- Marette, S., Disdier, A., & Beghin, J.C. (2021). A comparison of EU and US consumers' willingness to pay for gene-edited food: evidence from apples. *Appetite*, 159, 105064, doi: 10.1016/j.appet.2020.105064.
- Menrad, K. (2003). Market and marketing of functional food in Europe. *J. Food Eng.* 56(2-3), 181-188. [https://doi.org/10.1016/s0260-8774\(02\)00247-9](https://doi.org/10.1016/s0260-8774(02)00247-9).
- Mohamad, S. S., Rusdi, S. D., & Hashim, N. H. (2014). Organic food consumption among urban consumers: Preliminary results. *Precedia -Social and Behavioral Sciences*, 130, 509-514. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.059>.
- Mondelaers, K., Verbeke, W. & Van Huylenbroeck, G. (2009), Importance of health and environment as quality traits in the buying decision

- of organic products. *British Food Journal*, 111, 1120-1139. <https://doi.org/10.1108/00070700910992952>
- Nagappan, R., & Getinet, M. (2015). Plant based biopesticides: Safer alternative for organic food production. *Journal of Agricultural Science and Food Research*, 6(2), 1000e128. <https://doi.org/10.4172/2471-2728.1000e128>.
- Nei, Y.Y., Liang, A.R. & Chen, D.J. (2017). Assessing the effects of organic-food short storytelling on consumer response. *The Service Industries Journal*, 7(15-16), 968-985. <https://doi.org/10.1080/02642069.2017.1371144>
- Parashar, S., Singh, S. & Sood, G. (2023). Examining the role of health consciousness, environmental awareness and intention on purchase of organic food: a moderated model of attitude. *Journal of Cleaner Production*, 386, 135553. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.135553>
- Reganold, J.P. & Wachter, J.M. (2016). Organic agriculture in the twenty-first century. *Nature Plants*, 2, 1-8. <https://doi.org/10.1038/nplants.2015.221>
- Rehder, L., Krautgartner, R., & Bolla, S. (2022). *COVID-19 Boosts Organic Food Sales in the EU*. Berlin: United States Department of Agriculture Foreign Agricultural Services.
- Roberfroid, M.B., 2002, Global view on functional foods: European perspectives. *British Journal of Nutrition*, 88, 133-138.
- Ryan, R. M., & Frederick, C. (1997). On energy, personality, and health: Subjective vitality as a dynamic reflection of well-being. *Journal of personality*, 65(3), 529-565.
- Saleki, Z. S., & Seydsaleki, S. M. (2012). The main factors influencing purchase behaviour of organic products in Malaysia. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4(1), 98-116. <https://journal-archives18.webs.com/98-116.pdf>.
- Siriattakul, P., Thaiprayoon, K., & Harakan, A. (2019). Managing subjective well-being of organic food consumers through sustainability orientation, environmental consciousness, and skepticism in Thailand: Mediating role of organic food consumption. *World Food Policy*, 5, 92-109. <https://doi.org/10.1002/wfp2.12011>.
- Smith, S., & Paladino, A. (2010). Eating clean and green? Investigating consumer motivations towards the purchase of organic food. *Australian Marketing Journal*, 18(2), 93-104. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2010.01.001>
- Tandon, A., Dhir, A., Kaur, P., Khushwa, S., & Salo, J. (2020). Behavioral reasoning perspectives on organic food purchase. *Appetite*, 154, 104786, doi: 10.1016/j.appet.2020.104786.
- Tandon, A., Jabeen, F., Talwar, s., Sakashita, M. & Dhir, A. (2021). Facilitators and inhibitors of organic food buying behavior. *Food Quality and Preference*, 88, 104077. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2020.104077>

- Wibowo, S. F., Najib, M., Sumarwan, U., & Asnawi, Y. H. (2022), Rational and moral considerations in organic coffee purchase intention: Evidence from Indonesia. *Economies*, 10(12), 308. <https://doi.org/10.3390/economies10120308>.
- Willer, H., Travnicek, J., Meier, C., & Schlatter, B. (2021), “The world of organic agriculture 2021-statistics and emerging trends.” *Research Institute of Organic Agriculture FiBL and IFOAM*. Available from: <https://www.organic-world.net/yearbook/yearbook-2021.html>

## Restoran İşletmelerinde Sürdürülebilir Mutfak Yönetim Süreci Üzerine Bir Durum Çalışması

Hikmet Can Çetin<sup>1</sup>

Alican Akçiçek<sup>2</sup>

Selda Uca<sup>3</sup>

Emrah Özkul<sup>4</sup>

### Özet

#### Amacı

Çalışmada restoran işletmelerinde sürdürülebilir mutfak yönetimi üzerine incelemelerde bulunarak sürdürülebilir mutfak yönetim süreçlerini, uygulamalarını, değişkenlerini değerlendirmek ve buna yönelik durum tespiti yapılarak sürecin geliştirilmesine ilişkin birtakım çıkarımlarda ve önerilerde bulunmak amaçlanmaktadır.

#### Araştırma Yöntemi

Araştırmada restoran işletmelerinde sürdürülebilir mutfak yönetim sürecine ilişkin bir çerçeve sunmak üzere derinlemesine bilgi ediniminin hedeflenmesi nedeniyle nitel araştırma yönteminden yararlanılmıştır. Bu doğrultuda sürdürülebilir yönetim yaklaşımını benimseyen birinci sınıf restoran işletmelerinin mutfak çalışanları ile görüşmeler gerçekleştirilmiş ve görüşmelerden elde edilen veriler durum çalışmasına dayanan tematik analiz metodu ile çözümlenmiştir.

- 1 Kırklareli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Türkiye, hikmetcancetin@klu.edu.tr
- 2 Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Türkiye, a.akcicek@kocaeli.edu.tr
- 3 Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Türkiye, selda.uca@kocaeli.edu.tr
- 4 Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Türkiye, emrah.ozkul@kocaeli.edu.tr

## Bulgular

Çalışmada sürdürülebilir yönetim ile ilişkilendirilen olgular, sürdürülebilir mutfak yönetimi için ihtiyaç duyulan temel gereklilikler, yetkinlikler, yürütülen politikalar ve planlamalar, uygulamalar, kontrol süreçleri, sürdürülebilir mutfak yönetim sürecinin sonuçları gibi konular üzerine çeşitli verilere ulaşılmıştır. Söz konusu veriler çalışmanın bulgular kısmında yer alan temalar, kategoriler, kodlar ve açıklamalar halinde sınıflandırılarak değerlendirilmiştir.

## Sonuç ve Öneriler

Sürdürülebilir mutfak yönetim yaklaşımını benimseyen restoran işletmelerinin mali, çevresel, sosyal ve yönetsel bakımlardan birtakım yararlı çıktılarının bulunduğu ifade edilmiştir. Sürdürülebilir mutfak yönetiminin benimsenmesi konusunda henüz yeterince gelişim göstermemiş olan restoran işletmelerinin yatırım, zaman, iş gücü vb. unsurlar çerçevesinde incelenerek teorik ve pratik bağlamda değerlendirilmesi üzerine birtakım önerilerde bulunulmuştur.

## Orijinalliği/Değeri

Restoran işletmelerinde sürdürülebilir mutfak yönetimine ilişkin gereklilikler, yetkinlikler, planlamalar, politikalar, uygulamalar ve kontrol işlemleri gibi unsurların sürdürülebilirlik sertifikası bulunan birinci sınıf restoranlar üzerinden süreç yönetimi bağlamında ortaya konulması çalışmanın özgün değerini oluşturmaktadır.

## 1. Giriş

Sürdürülebilir yönetim; kamu ve özel kuruluşlar tarafından çevre, ekonomi, toplum gibi unsurların öne çıkarıldığı yönetsel faaliyetler bütünüdür (Yoon vd., 2020). Bu kapsamda günümüzde maliyet kontrolü, marka imajı gibi konular bağlamında stratejik fırsatlar barındıran sürdürülebilir yönetim faaliyetlerinin çeşitli kurum ve kuruluşlar için önem taşıdığı bilinmektedir. Söz konusu kurum ve kuruluşlar tarafından sürdürülebilir yönetim metodlarının ve uygulamalarının benimsenmesine ilişkin birtakım politikalar geliştirilmektedir (Wang vd., 2013). Ancak özellikle yiyecek-içecek işletmeleri gibi alanlarda sürdürülebilir yönetim sürecinin gelişimine ihtiyaç duyulduğu düşünülmektedir (Nyamogosa ve Obonyo, 2020; Van Bussel vd., 2022). Nitekim Jang vd. (2017) tarafından yapılan çalışmada; restoran işletmelerinde insan kaynağı, organizasyon yönetimi ve mali yapı gibi bakımlardan stratejik öneme sahip olan mutfakların sürdürülebilir yönetim bağlamında ele alınması gerektiğine vurgu yapılmaktadır. Bu doğrultuda sürdürülebilir mutfak yönetim sürecine yönelik bir çerçeve geliştirmek, sürdürülebilir mutfak yönetimi konusunda restoran uygulamalarına yönelik bir bakış açısı oluşturmak, teorik ve pratik bağlamda konuya ilişkin saptama ve önerilerde bulunmak için uzman görüşlerine dayanan bir alan araştırması

gerçekleştirmek faydalı olacaktır. Araştırmada, restoran işletmelerinde sürdürülebilir mutfak yönetimine ilişkin gereklilikler, yetkinlikler, planlamalar, politikalar, uygulamalar ve kontrol işlemleri gibi unsurlar sürdürülebilirlik sertifikası bulunan birinci sınıf restoranlar üzerinden süreç yönetimi bağlamında incelenmekte, restoran işletmelerinde sürdürülebilir mutfak yönetimine ilişkin tanımlamalara, saptamalara, önerilere yer verilmekte; ilgili konuda faaliyet gösteren uygulayıcılara bir yol haritası sunulmaktadır. Tüm bunlar araştırmanın önemini ve özgün değerini ortaya koymaktadır. Çalışmada restoran işletmelerinde sürdürülebilir mutfak yönetimi üzerine incelemelerde bulunarak sürdürülebilir mutfak yönetim süreçlerini, uygulamalarını, değişkenlerini değerlendirmek ve buna yönelik durum tespiti yapılarak sürecin geliştirilmesine ilişkin birtakım çıkarımlarda ve önerilerde bulunmak amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda çalışmanın literatür taraması kısmında sürdürülebilir restoran ve mutfak yönetimi konularına ilişkin alanyazın bilgilerine yer verilmiştir.

## 2. Literatür Taraması

### Sürdürülebilir Restoran ve Mutfak Yönetimi

Sürdürülebilir yönetim; çeşitlilik ve üretim esaslarının sürekliliğini, insan yaşamını daimî kılmayı ve insan ihtiyaçlarını karşılarken gelecek kuşakları düşünerek hareket etmeyi hedeflemektedir (Higgings-Desbiolles vd., 2019). Bu bağlamda çevreyi, ekonomiyi, toplumsal yapıyı korumak; geleceği inşa etmek ve sürekliliği sağlamak için birtakım yönetsel faaliyetlerin uygulandığı bir yaklaşım olarak da değerlendirilmektedir (Jang ve Lee vd., 2022). Sürdürülebilir yönetim kapsamında kamu, vakıf ve özel işletmelerin hem iç hem de dış süreçleri ele alınmaktadır. Günümüzde özellikle uluslararası anlaşmalarda sıklıkla yer verilmesi ve önemli bir kıstas olarak görülmesi nedeniyle iş modellerinde geniş bir yer tutmaya başlayan sürdürülebilirlik yönetimi, bazı kurumlarda departman halinde bulunurken bazılarında ise sadece yönetsel bir unsur olarak değerlendirilmektedir (Raab vd., 2018). Bu çerçevede su ve karbon ayak izi, atık yönetimi, temiz enerji, yerel tedarik, sorumlu üretim, mesleki eğitim, kadın ve genç istihdamı, sosyal sorumluluk gibi olguların ve ölçütlerin öne çıktığı görülmektedir (Taş ve Olum, 2020). Ancak sürdürülebilir yönetim uygulamaları işletmelerin veya diğer kuruluşların ekonomik yapılarıyla yakından ilişkilidir. Bundan dolayı sürdürülebilir yönetim faaliyetlerinin maliyet-fayda analizleri dahilinde ilgili kurumların mali güçleri, hedefleri ve stratejileri çerçevesinde şekillenmesi beklenmektedir (Tehrani vd., 2020).

Sürdürülebilir restoran yönetimi; restoranların yiyecek-içecek üretim ve tüketim süreçlerini verimlilik, çeşitlilik ve insan odaklılık esaslarına dayandırmayı öngören yönetsel bir yaklaşımdır (Principato vd., 2018). Bu yaklaşımda menü planlama, satın alma, depolama, ön hazırlık, servis ve değerlendirme aşamaları göz önüne alınarak restoran yönetim değişkenleri sürdürülebilirlik kıstaslarına uyumlu hale getirmek hedeflenmektedir (Meneguel vd., 2022). Restoran işletmeleri türlerine göre farklılaşmakla birlikte mutfak, servis ve bar alanlarını temele alan bir yapıya sahiptir. Bu kapsamda sürdürülebilir restoran yönetimi tüm çalışan ve yöneticilerin içerisine dahil olduğu bir süreç olarak değerlendirilmektedir (Filimonau vd., 2022). Chou vd. (2018) çalışmalarında, restoran işletmeleri tarafından sürdürülebilir yönetim sürecinin yürütülmesi için planlama, uygulama ve değerlendirme aşamalarında birtakım sistemlerden ve uygulamalardan destek alınması ve çeşitli standartlara sahip olunması gerektiğini ifade etmektedir. Bunlar arasında yeşil nesil restoran kuruluşlarına ilişkin standartların sürdürülebilir restoran yönetimi bakımından önem taşıdığı belirtilmektedir. Literatürde sürdürülebilir restoran yönetim standartları ve uygulamaları farklı şekillerde ele alınmış ve bu kapsamda birtakım sınıflandırmalar yapılmıştır. Legrant vd. (2010) tarafından yapılan çalışmada; sürdürülebilir yapı ve tasarım, araçlar ve ekipmanlar; su, enerji ve atık yönetimi, kurumsal sosyal sorumluluk, sürdürülebilir yiyecek-içecek üretimi ve tüketimi gibi konuların restoran işletmelerinin sürdürülebilirliği bakımından önem taşıdığı ifade edilmektedir. Nitekim sürdürülebilir restoran yönetimi kapsamında ele alınan politikalar, planlamalar ve uygulamalar da bu doğrultuda gelişim göstermektedir (Kaya, 2022). Dolayısıyla sürdürülebilir restoran yönetimi; bütüncül bir uygulama ağının planlandığı, yürütüldüğü ve denetlendiği bir yapıyı içerisinde barındırmaktadır (Sarmiento ve El Hanandeh, 2018).

Restoran mutfakları; su ve karbon ayak izi, katı atık, enerji tüketimi, insan kaynağı yönetimi, organizasyon yapısı, kadın ve genç istihdamı gibi sürdürülebilirlik olgusuna ilişkin ölçütlerin yönetimine ihtiyaç duyulan alanlar arasında önemli bir yer tutmaktadır (Karagiannis ve Andrinou, 2021). Nitekim Halloran vd. (2018) tarafından yapılan çalışmada mutfaklarda menü planlama sürecinden tüketim sonrası değerlendirme sürecine kadar olan tüm aşamalarda söz konusu ölçütlerin her birini önemli birer kıstas olarak değerlendirmenin ve süreçleri buna göre organize etmenin sürdürülebilir mutfak yönetimi bakımından faydalı olacağı belirtilmektedir. Örneğin günümüzde restoran mutfaklarında sürdürülebilir yönetime ilişkin çeşitli sorunların bulunduğu bilinmektedir. Bunlar arasında altyapı, ekipman, personel tutumu, ilişkiler gibi yönetsel ve çözümlenebilir konular önemli bir yer tutmaktadır (Jang ve Lee, 2020). Ancak konuya ilişkin bilgi düzeyinin

düşük olması, ilgi ve mali kaynaklar bakımından çeşitli yetersizliklerle karşı karşıya kalınması gibi nedenlerle söz konusu sorunlar henüz tam anlamıyla çözümlenmemiştir (Jang, 2021). İlgili literatürde konuya ilişkin çerçeve oluşturacak çeşitli yaklaşımlara yer verilmektedir. Nitekim Jacobs ve Klosse, (2016) tarafından gerçekleştirilen çalışmada; sürdürülebilir mutfak yönetim faaliyetlerinin planlama, uygulama ve değerlendirme süreçleri çerçevesinde düzenlenmesi ile işletmelerin sistemlilik ve verimlilik açısından daha gelişmiş bir yapıya sahip olacağı belirtilmektedir. Söz edilen bu üç üretim aşaması restoran mutfaklarında yer alan menü planlama, satın alma, depolama, ön hazırlık, servis gibi aşamaları içermektedir. Bahsedilen aşamalarda gereklilikler ve yeterlilikler, planlamalar ve politikalar, uygulamalar ve kontroller gibi unsurların organize edilmesi önem taşımaktadır. Bu bağlamda literatürde işletmecinin bilinci ve iradesi, yönetici ve personel eğitimi, planlama ve yatırım, iş akış planı, müşteri bilinci ve talebi gibi unsurlar öne çıkmaktadır (Legrand vd., 2010).

### 3. Yöntem

Araştırmada küresel ve yerel ölçekte meydana gelen çevresel, ekonomik ve toplumsal sorunların çözümünde kritik bir rolü bulunduğu düşünülen sürdürülebilirlik olgusu ele alınmaktadır. Sürdürülebilir yönetim faaliyetlerinin söz konusu sorunların çözümü için çeşitli alanlarda kullanıldığı bilinmektedir. Günümüzde sanayi, tarım ve hizmet sektörü gibi pek çok alanda yaygınlaşan sürdürülebilir yönetim faaliyetleri kurumlar, işletmeler ve toplum nezdinde giderek önem kazanmaktadır (Şahin vd., 2018). Bu bağlamda yiyecek-içecek sektörünün önemli bir parçası olan restoran işletmelerinde atık yönetimi, yerel tedarik, geleneksel ürünler ve yöntemler, doğal ve dönüştürülebilir ürün kullanımı vb. konularda çeşitli sorunlar yaşandığı bilinmektedir (Lin vd., 2022). Bunun yanında literatürde sürdürülebilir restoran yönetimi bağlamında ele alınan alan araştırmalarının gelişime açık olduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla araştırma sonucunda hem alanyazın hem de uygulama alanı için sürdürülebilir mutfak yönetim sürecine ilişkin bir çerçeve oluşturmanın faydalı olacağı düşünülmektedir.

Araştırma kapsamında “Restoran işletmelerinde sürdürülebilir mutfak yönetimi nasıl gerçekleştirilebilir ve sürdürülebilir mutfak yönetimini sağlamak için ne tür gerekliliklere, yetkinliklere, politikalara, planlamalara, uygulamalara, kontrol işlemlerine ihtiyaç duyulmaktadır” sorularına cevap aranmaktadır. Araştırmada restoran yönetim süreçlerini, değişkenlerini ve uygulamalarını değerlendirmenin hedeflenmesi nedeniyle bir süreç, durum veya olay konusunda uzmanlığı bulunan bireylerle görüşme gerçekleştirmeye olanak sağlayan nitel araştırma yönteminin kullanımı tercih edilmiştir.



Çalışmada uluslararası sürdürülebilir restoran işletmeciliği normları bakımından yeterliliklere sahip birinci sınıf restoran işletmelerinin sürdürülebilir mutfak yönetim sürecini açıklamak amacıyla durum çalışması deseninden yararlanılmıştır. Nitekim durum çalışmaları; süreç, durum veya olayların bir çalışma grubu çerçevesinde ele alınmasını içermektedir (Heale ve Twycross, 2018; Schoch, 2020). Bu doğrultuda araştırmada sürdürülebilir mutfak yönetimine ilişkin sertifikaları bulunan birinci sınıf restoran işletmelerinin mutfak çalışanları ile görüşme gerçekleştirilerek sürece yönelik incelemelerde bulunulmuştur.

Araştırma kapsamında belirlenen hedeflerin dar bir şekilde tanımlanmış olması ve bu doğrultuda homojen bir çalışma popülasyonuna ulaşılması gibi nedenlerle yedi katılımcı ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda restoran işletmelerinde baş aşçı, yardımcı baş aşçı, bölüm şefi, aşçı, aşçı yardımcısı, bulaşıkçı gibi pozisyonlarda görev alan bireyler ile 30-60 dakika arasında farklılaşan görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler 10-25 Temmuz 2023 tarihleri arasında İstanbul'da faaliyet gösteren restoran işletmeleri ile yapılmıştır.

Görüşmelerden elde edilen veriler tematik analiz yöntemi ile çözümlenmiştir. Tematik analiz; verilerin örüntü içerisinde, açık ve sistemli bir yapıda düzenlenmesini sağlayan nitel yöntemli analiz metodudur. Bu analiz metodu çerçevesinde verilerin kodlanması, temaların ve kategorilerin oluşturulması, tema, kategori ve kodların düzenlenmesi, bulguların tanımlanması ve yorumlanması gibi işlemler yürütülmektedir (Braun vd., 2023). Çalışmada sürdürülebilir mutfak yönetim sürecinin daha açık, sistemli, akılda kalıcı ve bir örüntü içerisinde ifade edilmesinin hedeflenmesi nedeniyle tematik analiz yönteminden yararlanılmıştır.

Hayashi ve diğerleri (2019) tarafından yayımlanan çalışmaya göre araştırma verilerinin geçerliğini ve güvenilirliğini sağlamak amacıyla verilerin araştırmacı yazarlar tarafından toplanması önem taşımaktadır. Bundan dolayı araştırma kapsamında edinilen veriler araştırmacı yazarlar tarafından elde edilmiştir. Ayrıca ses kayıt dosyaları depolanmış ve araştırmacılar tarafından analiz edilmiştir. Bunun yanında sürdürülebilir restoran yönetimi konusunda çalışmaları bulunan akademisyenlerden görüşme soruları üzerine uzman görüşü alınmıştır.

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen görüşmelerde katılımcılara yöneltilen sorular aşağıda yer almaktadır.

Soru 1: Sürdürülebilir yönetimle ilgili düşünceleriniz nelerdir?

Soru 2: Sürdürülebilir mutfak yönetimine ilişkin temel gereklilikler ve yetkinlikler nelerdir?

Soru 3: Restoran işletmenizin mutfak bölümünde sürdürülebilirliği sağlamak için yürüttüğünüz politikalar ve planlamalar nelerdir?

Soru 4: Restoran işletmenizin mutfak bölümünde sürdürülebilir yönetim uygulamaları ve kontrol süreçleri bakımından ne tür faaliyetler yürütmektesiniz?

Soru 5: Restoran işletmenizde uyguladığınız sürdürülebilir mutfak yönetim faaliyetlerinin ne tür sonuçları bulunmaktadır?

#### 4. Bulgular

Bulgular kısmında yer verilen veriler nitel veri toplama yöntemlerinden görüşme tekniği ile elde edilmiş ve tematik analiz metodu ile analiz edilmiştir. Bu doğrultuda katılımcılara restoran işletmelerinde sürdürülebilir mutfak yönetim süreci kapsamında temel gereklilikler, yetkinlikler, politikalar, planlamalar, uygulamalar, kontrol işlemleri gibi konular üzerine sorular yöneltilmiştir. Elde edilen verilere dayanarak tematik analiz gerçekleştirilmiş ve bunun sonucunda çeşitli bulgulara ulaşılmıştır. Bulgular kısmında yer alan tablolar araştırmada ele alınan temaları ifade etmektedir. Söz konusu tablolarda çeşitli kategoriler, kodlar ve açıklamalar yer almaktadır. Böylece restoran işletmelerinde sürdürülebilir mutfak yönetim sürecine ilişkin sistemli ve kolay anlaşılabilir bir çerçeve oluşturmak mümkün olmaktadır.

*Tablo 1. Katılımcıların Demografik ve Mesleki Bilgileri*

Kod	Mesleki Tanım	Yaş	Cinsiyet	Eğitim	Mesleki Deneyim Süresi
1	Baş Aşçı	29	Erkek	Ortaöğretim	10-15 yıl
2	Yardımcı Baş Aşçı	36	Erkek	Ortaöğretim	10-15 yıl
3	Bölüm Şefi	34	Kadın	Yükseköğretim	5-10 yıl
4	Bölüm Şefi	30	Erkek	Yükseköğretim	10-15 yıl
5	Aşçı	41	Kadın	Ortaöğretim	20-30 yıl
6	Aşçı Yardımcısı	24	Erkek	Yükseköğretim	5-10 yıl
7	Bulaşıkçı	47	Kadın	İlköğretim	15-20 yıl

Tablo 1'de sürdürülebilir mutfak yönetim faaliyetlerinin yürütüldüğü restoran işletmelerinde görev alan yedi adet mutfak çalışanına ilişkin bilgiler yer almaktadır. Araştırma kapsamında belirlenen hedeflerin dar bir şekilde tanımlanmış olması ve bu doğrultuda homojen bir çalışma popülasyonuna

sahip olunması gibi nedenlerle yedi katılımcı ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda araştırmanın hedeflerine ulaşmasına olanak sağlayacak düzeyde veri doygunluğuna ulaşıldığına kanaat getirilmiştir. Tabloda katılımcıların mesleki tanımları, yaşları, cinsiyetleri, eğitim düzeyleri ve mesleki deneyim sürelerine ilişkin bilgiler yer almaktadır. Bu doğrultuda baş aşçı, yardımcı baş aşçı, bölüm şefi, aşçı, aşçı yardımcısı, bulaşıkçı gibi pozisyonlarda faaliyet gösteren çalışanlar ile görüşülmüştür. Ayrıca katılımcılar; yirmi dört ile kırk yedi yaş aralığında, yüzde elli yedi oranında erkek yüzde kırk üç oranında kadın cinsiyetine sahip, farklı eğitim düzeylerine sahip, beş ile otuz yıl arası mesleki deneyim süreleri bulunan bireylerden oluşmaktadır.

*Tablo 2. Sürdürülebilir Restoran Kavramı ile İlişkilendirilen Olgular*

Kategori	Kod	Açıklama
Çevreci Yaklaşım	Mevsimsellik	Gıda ürünlerinin mevsiminde tüketimi
	Doğal Üretim	Zirai ilaç, kirli çevre vb. unsurlardan uzak doğal gıda üretimi
Yerel Kalkınma	Yerel Tedarik	Restoran bünyesinde kullanılan ürünlerin yakın çevreden tedarik edilmesi
	Geleneksel Ürünler	Geleneksel yöntemlerle üretilen ürünlerin tercihi ve ürün üretimi
Yönetmel Süreçler	Atık Yönetimi	Plastik, gıda, cam, karton vb. atıkların yönetilmesi
	Operasyon Yönetimi	Restoran işletmeleri tarafından yürütülen organizasyon ve operasyonların verimli ve güvenli bir şekilde yönetilmesi

Tablo 2’de katılımcıların yanıtları doğrultusunda sürdürülebilir restoran kavramı ile birtakım olguların ilişkilendirildiği görülmektedir. Sürdürülebilir restoran kavramı ile ilişkilendirilen olgular arasında üç kategori ve altı kod bulunmaktadır. Bunlardan çevreci yaklaşım kategorisi kapsamında mevsimsellik ve doğal üretim; yerel kalkınma kategorisi kapsamında yerel tedarik ve geleneksel ürünler; yönetmel süreçler kategorisi kapsamında ise atık yönetimi ve operasyon yönetimi kodları yer almaktadır. Söz konusu kodlara ilişkin açıklamalara tabloda yer verilmektedir.

Tablo 3. Sürdürülebilir Mutfak Yönetime İlişkin Temel Gereklilikler ve Yetkinlikler

Kategori	Kod	Açıklama
Eğitim ve Bilinç	Bilgi ve Bilinç Düzeyi	Sürdürülebilir yönetime ilişkin teorik altyapıya, pratik bilgilere ve bilince sahip olunması
	Eğitim	Yatırımcı, yönetici, personel, müşteri vb. grupların sürdürülebilir mutfak yönetimine ilişkin eğitim almaları
Davranışsal Gereklilikler	Personel Yaklaşımı	İşletme personeli tarafından sürdürülebilir mutfak yönetim sürecinin önemslenmesi ve uygulanması
	İletişim ve Anlayış	Sürdürülebilir mutfak yönetimi konusunda yatırımcı, yönetici, personel ve müşteri arasındaki iletişimin ve anlayışın yüksek olması
Yatırım ve Altyapı	Yatırım ve Yönetim İradesi	Yatırımcılar ve yöneticiler tarafından sürdürülebilir mutfak yönetiminin uygulanması üzerine irade geliştirilmesi
	Ekipman ve Alan	Doğal ve yerel üretim, atık yönetimi gibi süreçlerin verimli bir şekilde yönetilmesi için yeterli düzeyde ekipman ve alanın tahsis edilmesi

Katılımcılardan elde edilen veriler incelenerek sürdürülebilir restoran yönetimine ilişkin temel gereklilikler ve yetkinlikler bağlamında birtakım çıkarımlarda bulunulmuştur. Bu doğrultuda üç kategori ve altı kod oluşturulmuş ve tabloda bu kodlara ilişkin açıklamalara yer verilmiştir. Tabloda eğitim ve bilinç isimli kategori çerçevesinde bilgi ve bilinç düzeyi, eğitim kodlarına yer verilmişken, davranışsal gereklilikler kategorisi kapsamında personel yaklaşımı, iletişim ve anlayış kodlarına yer verilmiştir. Bunun yanında tabloda yer verilen yatırım ve altyapı kategorisi kapsamında yatırım ve yönetim iradesi, ekipman ve alan gibi kodlar da yer almıştır. Dolayısıyla sürdürülebilir mutfak yönetim sürecinin yürütülebilmesi için ihtiyaç duyulan gereklilikler ve yeterlilikler katılımcılardan elde edilen veriler ışığında Tablo 3'te açıklanmıştır.

**Tablo 4. Sürdürülebilir Mutfak Yönetim Politikaları ve Planlamaları**

Kategori	Kod	Açıklama
İş Yönetim Planı	İş Yükü ve Akış Planı	Sürdürülebilir mutfak yönetimine ilişkin görev ve sorumlulukların restoran çalışanlarının iş yükleri arasına dahil edilmesi ve iş yürütme süreçlerinin bir parçası haline getirilmesi
	Menü Planlama	Menü planlama çerçevesinde ele alınan değişkenlerin içerisine sürdürülebilirlik olgusunun dahil edilmesi
Eğitim Planı	Yönetici ve Personel Eğitimi	Yöneticilerin ve personelin sürdürülebilir mutfak yönetim uygulamaları ve denetimi konusunda eğitilmesi
	Mesleki Eğitim	Uygulayıcı ekibin mesleki eğitim almış olan bireylerden seçilmesi veya kurum içi mesleki eğitimlerin düzenlenmesi
İşletme Dışı Süreç Geliştirme Politikaları	Tedarikçi Tercih Kriteri	Tedarikçi firmaların tercih edilme sürecinde sürdürülebilirlik olgusunun değerlendirme kistası haline getirilmesi
	İş Birlikleri	Kooperatif, dernek, kurum ve kuruluşlar ile sürdürülebilir mutfak yönetimi kapsamında iş birlikleri yapılması
İşletme İçi Süreç Geliştirme Politikaları	Ar-ge Faaliyetleri	Atıksız mutfak, yerel ürün tedariki, geleneksel üretim metotları gibi konularda araştırma ve geliştirmelerde bulunulması
	Sıfır Atık Politikası	Atık miktarının azaltılması ve gıda bilimine uygun bir şekilde değerlendirme faaliyetlerinin yürütülmesi
	Terfi Kriteri	Personelin sürdürülebilir mutfak yönetimine ilişkin tutum ve davranışlarının terfi kistası olarak değerlendirilmesi

Tablo 4'te katılımcıların restoran işletmelerinde sürdürülebilir mutfak yönetimini sağlamak için yaptığı planlamalar ve uyguladığı politikalara yer verilmiştir. Bu bağlamda elde edilen veriler toplamda dört kategori ve dokuz kod halinde sınıflandırılmıştır. Katılımcıların yanıtları doğrultusunda iş yönetim planı, eğitim planı, işletme dışı süreç geliştirme politikaları, işletme içi süreç geliştirme politikaları gibi kategoriler oluşturulmuştur. Söz konusu kategoriler kapsamında ise iş yükü ve akış planı, menü planlama, yönetici ve personel eğitimi, mesleki eğitim, tedarikçi tercih kriteri, iş birlikleri, ar-ge faaliyetleri, sıfır atık politikası, terfi kriteri gibi kodlara yer verilmiştir. Tabloda kategoriler kapsamında belirlenen kodlara ilişkin birtakım açıklamalar yapılmıştır.

Tablo 5. Sürdürülebilir Mutfak Yönetim Uygulamaları ve Kontrol İşlemleri

Kategori	Kod	Açıklama
Gıdaya Saygılı ve Geleneksel Üretim	Gıdaya Saygılı Üretim	Gıdaya saygılı üretim ile atık miktarının azaltılması
	Geleneksel Yemek Üretimi	Restoran menülerinde geleneksel yemeklere yer verilmesi sonucunda yerel ürün tedariki ve yerelin kalkınması
	Yeniden Değerlendirme	Gıda bilimi kurallarına uygun olan ürünlerin yeniden değerlendirilmesi ve çeşitli alanlarda kullanılması
İlişki ve İletişim Yönetimi	Yönetici- Personel İlişkileri	Eğitim, operasyon ve süreç yönetimi konuları çerçevesinde yönetici-personel ilişkilerinin gelişmesi
	Müşterilere Aktarım	Sürdürülebilir mutfak olgusunun sözlü, simgesel, uygulamalı vb. şekillerde müşterilere anlatılması
Üretim Sürecinin Kontrolü ve Değerlendirilmesi	Üreten Yönetici	Yöneticilerin üretim ve uygulama süreçlerine dâhil olarak daha verimli bir yönetim için incelemelerde bulunması
	Denetim	Üretim süreci, personel, uygulama alanı vb. unsurların sürdürülebilir mutfak yönetimi kapsamında düzenli bir şekilde denetlenmesi
	Raporlaştırma	Sürdürülebilir mutfak yönetim sürecine yönelik çeşitli değerlendirme ve geliştirme işlemlerinin uygulanması amacıyla denetlenen unsurların raporlaştırılması

Sürdürülebilir restoran yönetiminin uygulama ve kontrol aşamalarında Tablo 5'te belirtilen unsurların önem taşıdığı katılımcılar tarafından ifade edilmiştir. Bu kapsamda katılımcılar ile gerçekleştirilen görüşmeler ışığında üç adet kategori ve sekiz adet kod oluşturulmuştur. Söz konusu kategoriler arasında gıdaya saygılı ve geleneksel üretim, ilişki ve iletişim yönetimi, üretim sürecinin kontrolü ve değerlendirilmesi gibi unsurlar yer almaktadır. Kodlar ise gıdaya saygılı üretim, geleneksel yemek üretimi, yeniden değerlendirme, yönetici-personel ilişkileri, müşterilere aktarım, üreten yönetici, denetim, raporlaştırma gibi uygulamalar ve kontrol işlemleri çerçevesinde şekillenmiştir.

Tablo 6. Sürdürülebilir Mutfak Yönetiminin Sonuçları

Kategori	Kod	Açıklama
Çevresel, Ekonomik ve Sosyal Fayda	Ekolojik Fayda	Atık yönetimi, yerel tedarik, mevsimsel tüketim gibi süreçler ve tutumlar nedeniyle ekolojik fayda sağlanması
	Mali Fayda	İşletme ekonomisi ve makroekonomi arasında yer alan tüm süreçlerde üretimin daha az maliyet ile gerçekleştirilmesi
	Müşterilerin Bilinçlendirilmesi	Sürdürülebilirlik olgusunun müşterilere aktarımı sonucunda toplumsal bilincin gelişimine katkı sunulması
Kültürel ve Mesleki Donanım	Yönetici ve Personel Gelişimi	Yöneticilerin ve personelin teorik ve pratik bilgi, yaratıcılık, duyarlılık vb. konularda gelişim göstermesi
	Kariyer Gelişimi	Sürdürülebilir yönetimle edinilen yetkinliklerin çalışanlara pozisyonel bağlamda fayda sağlaması
İşletme Çekiciliği	İşletme İmajının Gelişimi	Sürdürülebilirlik olgusunun toplumsal, ekolojik ve ekonomik fayda yaratması nedeniyle müşteriler, rakipler vb. gruplar arasında işletmenin imajını geliştirmesi
	Tercih Edilebilirliğin Artması	Restoran işletmesini ilk defa tercih edecek olan müşterilerin tercih kararına olumlu yönde etki etmesi veya daha önce ziyaret etmiş olan müşterilerin yeniden ziyaret etmesine olanak sağlaması

Katılımcı yanıtları çerçevesinde restoran mutfaklarında sürdürülebilir mutfak yönetiminin sonuçları değerlendirilmiş ve Tablo 6'da yer verilen kategoriler belirlenmiştir. Tablo; çevresel, ekonomik ve sosyal fayda, kültürel ve mesleki donanım, işletme çekiciliği gibi kategoriler çerçevesinde oluşturulmuştur. Bu üç tema kapsamında ekolojik fayda, mali fayda, müşterilerin bilinçlendirilmesi, yönetici ve personel gelişimi, kariyer gelişimi, işletme imajının gelişimi, tercih edilebilirliğin artması gibi kodlara yer verilmiştir. Ayrıca tabloda söz konusu kodlara ilişkin birtakım açıklamalar yapılmıştır.

## 5. Tartışma ve Sonuç

Sürdürülebilir mutfak yönetimi, temeli itibarıyla yönetsel süreç olarak ele alınması gereken ve çeşitli unsurları içeren bir yapıya sahiptir. Bu yapı içerisinde yatırımcı, yönetici, personel ve müşteri gibi unsurların yanı sıra ekolojik, ekonomik ve sosyolojik gelişim süreçleri için yatırım, eğitim, ilişkiler, yönetim ve üretim gibi unsurlar da bulunmaktadır. Tüm bu unsurlar

ve değişkenler restoran işletmelerinde sürdürülebilir mutfak yönetim sürecine ilişkin verimlilik düzeyini şekillendirmektedir.

Çalışma kapsamında restoran işletmelerinde sürdürülebilir mutfak yönetim olgusunu ve sürecini açıklamak amacıyla sürdürülebilir mutfak yönetiminin uygulandığı restoran işletmelerinin çalışanları ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerde katılımcılara sürdürülebilir mutfak yönetim olgusu ve süreci üzerine uzman görüşleri doğrultusunda oluşturulan birtakım sorular yöneltilmiştir. Yöneltilen sorular sürdürülebilir mutfak yönetim sürecine ilişkin gereklilikler, yetkinlikler, politikalar, planlamalar, uygulamalar, kontrol işlemleri ve süreç sonuçları gibi konuları kapsamaktadır. Görüşmelerde elde edilen veriler nitel araştırma yöntemleri içerisinde açık, sistemli ve kolay anlaşılır bir bulgu kümesinin oluşturulmasına olanak sağlayan tematik analiz yöntemiyle çözümlenmiştir. Söz konusu çözümlenmeler sonucunda oluşturulan tema, kategori, kod, açıklama vb. unsurların bir kısmı ilgili literatürde yer alırken bir diğer kısmı ise katılımcı yanıtları doğrultusunda şekillenmiştir.

Katılımcıların sürdürülebilir restoran kavramını çevreci yaklaşım, yerel kalkınma ve yönetsel süreçler kategorileri kapsamında mevsimsellik, doğal üretim, yerel tedarik, geleneksel ürünler, atık yönetimi, operasyon yönetimi gibi kodlar ile ilişkilendirdiği görülmüştür. Nitekim Wang ve diğerleri (2013) tarafından yapılan çalışmada da yerel kalkınma ve süreç yönetimi gibi olgular kapsamında geleneksel ve yöresel ürünlerin kullanımı, restoran işletmelerinde planlı operasyon yönetimi gibi unsurların sürdürülebilir restoran yönetimi ile yakından ilişkili olduğu belirtilmiştir.

Araştırmada ele alınan sürdürülebilir restoran yönetimine ilişkin gereklilikler ve yetkinlikler çerçevesinde eğitim ve bilinç, davranışsal gereklilikler, yatırım ve altyapı kategorileri bağlamında bilgi ve bilinç düzeyi, eğitim, personel yaklaşımı, iletişim ve anlayış, yatırım ve yönetim iradesi, ekipman ve alan gibi kodlar oluşturulmuştur. Bu doğrultuda Chou ve diğerleri (2018) tarafından gerçekleştirilen çalışmada davranışsal gereklilikler kapsamında personel yaklaşımı ve iletişimin önemi vurgulanırken Raab ve diğerleri (2018) tarafından yapılan çalışmada restoran yöneticilerinin ve çalışanlarının eğitim ve bilinç düzeyleri bağlamında sürece ilişkin teorik ve pratik bilgilerinin önemine vurgu yapılmaktadır.

Çalışmada sürdürülebilir mutfak yönetim politikaları ve planlamaları bağlamında iş yönetim planı, eğitim planı, işletme dışı süreç geliştirme politikaları, işletme içi süreç geliştirme politikaları gibi kategorilere ve iş yükü ve akış planı, menü planlama, yönetici ve personel eğitimi, mesleki eğitim, tedarikçi tercih kriteri, iş birlikleri, ar-ge faaliyetleri, sıfır atık



politikası, terfi kriteri gibi kodlara yer verilmiştir. Jacobs ve Klosse (2016) tarafından restoranlarda sürdürülebilir mutfak yönetimine ilişkin işletme dışı süreçlerin tamamlayıcı bir unsur olarak önem taşıdığı ve bu kapsamda tedarikçi tercihinin ve iş birliklerinin kritik unsurlar olduğu belirtilirken Halloran ve diğerleri (2018) tarafından yapılan araştırmada ise iş yönetim planı dahilinde iş yükü ve akış planı, menü planı gibi unsurların önem taşıdığı ifade edilmiştir.

Sürdürülebilir yönetim uygulamaları ve kontrol işlemlerinin yürütülmesi için gıdaya saygılı ve geleneksel üretim, ilişki ve iletişim yönetimi, üretim sürecinin kontrolü ve değerlendirilmesi gibi kategoriler kapsamında gıdaya saygılı üretim, geleneksel yemek üretimi, yeniden değerlendirme, yönetici-personel ilişkileri, müşterilere aktarım, üreten yönetici, denetim, raporlaştırma gibi kodlar oluşturulmuştur. Nitekim Jang ve diğerleri (2017) tarafından gerçekleştirilen çalışmada yöneticilerin sürdürülebilir mutfak yönetimindeki rolü kapsamında yönetici-personel ilişkileri ve üreten yönetici gibi olgulara yer verilmiştir. Sarmiento ve El Hanandeh (2018) tarafından yapılan çalışmada ise yöneticilerin ve personelin müşterilerle olan ilişkilerine ve iletişim becerilerine dikkat çekilmiştir.

Son olarak sürdürülebilir mutfak yönetiminin sonuçlarına da yer verilen görüşmelerde katılımcıların çevresel, ekonomik ve sosyal fayda; kültürel ve mesleki donanım, işletme çekiciliği gibi kategoriler çerçevesinde ekolojik fayda, mali fayda, müşterilerin bilinçlendirilmesi, yönetici ve personel gelişimi, kariyer gelişimi, işletme imajının gelişimi, tercih edilebilirliğin artması gibi kodlar üzerine yanıtlar verdiği görülmüştür. Higgins-Desbiolles ve diğerleri (2019), 1991-2015 yılları arasında sürdürülebilir restoran yönetimi üzerine yapılan araştırmaları incelemiş ve bu konuda çeşitli ekolojik, ekonomik ve sosyolojik sonuçları ele alan çalışmalara yer verilmiştir. Söz konusu çalışmalarda genellikle sürdürülebilir restoran yönetimi ile sağlanan ekolojik ve mali faydalar incelenmiş olsa da restoran işletmelerinin iş akış sürecine yönelik sonuçlarına da yer verilmiştir.

Sonuç olarak çalışmanın bulgular kısmında yer verilen temalar, kategoriler, kodlar ve açıklamaların bir kısmı literatürde yer alırken bir diğer kısmı görüşmeler sonucunda elde edilen verilere dayanarak oluşturulmuştur. Tüm bunların ışığında restoran işletmelerinde sürdürülebilir mutfak yönetimine ilişkin daha geniş bir yaklaşım ve daha detaylı bir çerçeve oluşturmak mümkün hale gelmiştir. Dolayısıyla restoran işletmelerinde sürdürülebilir mutfak yönetimi için araştırma kapsamında ele alınan unsurların organize edilmesi ve yürütülmesi işletmeler açısından önem taşımaktadır. Bu doğrultuda restoran işletmelerinde sürdürülebilir mutfak yönetim sürecine

ilişkin önerilerde bulunarak ilgili uygulama alanına ve literatüre katkı sağlamak mümkün olacaktır.

## 6. Öneriler

Çalışmada restoran işletmelerinde sürdürülebilir mutfak yönetimi konusunda literatürden ve araştırmadan edinilen bilgilere dayanarak söz konusu süreçleri uygulayan veya inceleyen yöneticilere, personele ve araştırmacılara ilişkin birtakım önerilerde bulunulmuştur.

Restoran işletmelerinde sürdürülebilir mutfak yönetim sürecini yürüten veya yürütmek isteyen yöneticilerin bu yönetsel sürece sistematik bir düzlemde yaklaşım göstermeleri, sürdürülebilir uygulamaları üretim sürecinin bir parçası olarak değerlendirmeleri, sürdürülebilir yönetim sürecini geliştirecek unsurlara yatırım yapmaları önerilmektedir.

Restoran mutfaklarının sürdürülebilir yönetim sürecinde personel tarafından harcanan zaman, emek vb. unsurların çalışanlar için mesleki ve etik bakımdan faydalı sonuçlara yol açacağı ve çalışanların sürdürülebilir restoran yönetimine ilişkin duyarlı ve geliştirici bir tutum benimsenmesinin tüm sürecin verimli bir şekilde yürütülmesi bakımından önem taşıdığı bilinmelidir.

Yiyecek-içecek sektöründeki önemli sorunsallardan biri olan sürdürülebilir mutfak yönetim sürecinin gözleme dayalı bir yöntem ile araştırılması, temel süreçlerin yanında belirleyici etkileri ortaya koymak üzere çalışmalar gerçekleştirilmesi önerilmektedir. Bu kapsamda ar-ge faaliyetleri, iş birlikleri, yönetici yaklaşımları, personel yaklaşımları vb. olguların restoran mutfaklarında sürdürülebilir yönetim süreci üzerinde yol açtığı sonuçlar incelenebilir.

## Kaynakça

- Braun, V., Clarke, V., & Hayfield, N. (2023). *Thematic analysis: A reflexive approach*. SAGE Publications.
- Chou, S. F., Horng, J. S., Liu, C. H., & Gan, B. (2018). Explicating restaurant performance: The nature and foundations of sustainable service and organizational environment. *International Journal of Hospitality Management*, 72, 56-66.
- Filimonau, V., Coşkun, A., Derqui, B., & Matute, J. (2022). Restaurant management and food waste reduction: factors affecting attitudes and intentions in restaurants of Spain. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(3), 1177-1203.
- Halloran, A., Fischer-Møller, M. F., Persson, M. & Skylare, E. (2018). Solutions Menu-A Nordic guide to sustainable food policy. *Nordic Council of Ministers*.
- Hayashi Jr, P., Abib, G., & Hoppen, N. (2019). Validity in qualitative research: A processual approach. *The Qualitative Report*, 24(1), 98-112.
- Heale, R., & Twycross, A. (2018). What is a case study?. *Evidence-based nursing*, 21(1), 7-8.
- Higgins-Desbiolles, F., Moskwa, E., & Wijesinghe, G. (2019). How sustainable is sustainable hospitality research? A review of sustainable restaurant literature from 1991 to 2015. *Current Issues in Tourism*, 22(13), 1551-1580.
- Jacobs, G., & Klosse, P. (2016). Sustainable restaurants: A research agenda. *Research in Hospitality Management*, 6(1), 33-36.
- Jang H-W, Lee S-B. (2022). Protection motivation and food waste reduction strategies. *Sustainability*. 14(3):1861.
- Jang, H. W. (2021). How important is human service for sustainable restaurant businesses?. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 48, 406-415.
- Jang, H. W., & Lee, S. B. (2020). Serving robots: Management and applications for restaurant business sustainability. *Sustainability*, 12(10), 3998.
- Jang, Y. J., Zheng, T., & Bosselman, R. (2017). Top managers' environmental values, leadership, and stakeholder engagement in promoting environmental sustainability in the restaurant industry. *International Journal of Hospitality Management*, 63, 101-111.
- Karagiannis, D., & Andrinou, M. (2021). The role of sustainable restaurant practices in city branding: The case of Athens. *Sustainability*, 13(4), 2271.
- Kaya, E. (2022). *Sürdürülebilir mutfak uygulamalarına bir örnek: Ankara Fine Dining restoranlarında gıda atıkları* (Yüksek lisans tezi). Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Legrand, W., Sloan, P., Simons-Kaufmann, C. & Fleischer, S. (2010), "A review of restaurant sustainable indicators", Chen, J.S. (Ed.) *Advances in Hospi-*

- tality and Leisure (Advances in Hospitality and Leisure, Vol. 6), Emerald Group Publishing Limited, Bingley, pp. 167-183.
- Lin, Y., Marjerison, R. K., Choi, J. & Chae, C. (2022). Supply Chain Sustainability during COVID-19: Last Mile Food Delivery in China. *Sustainability*, 14(3), 1484.
- Lipinski, B., Hanson, C., Lomax, J., Kitinoja, L., Waite, L. & Searchinger, T. (2013). Reducing Food Loss and Waste Creating a Sustainable Food Future. Washington DC.: *World Resources Institute and United Nations Environment Programme*.
- Meneguel, C. R. D. A., Hernández-Rojas, R. D. & Mateos, M. R. (2022). The synergy between food and agri-food suppliers, and the restaurant sector in the World Heritage City of Córdoba (Spain). *Journal of Ethnic Foods*, 9(1), 1-13.
- Nyamogosa, H. M., & Obonyo, G. O. (2022). Sustainable business strategies for fast-food restaurant growth: fast-food restaurant managers' perspectives in Lake Region economic block, Kenya.
- Principato, L., Pratesi, C. A., & Secondi, L. (2018). Towards zero waste: An exploratory study on restaurant managers. *International Journal of Hospitality Management*, 74, 130-137.
- Raab, C., Baloglu, S., & Chen, Y. S. (2018). Restaurant managers' adoption of sustainable practices: An application of institutional theory and theory of planned behavior. *Journal of foodservice business research*, 21(2), 154-171.
- Sarmiento, C. V., & El Hanandeh, A. (2018). Customers' perceptions and expectations of environmentally sustainable restaurant and the development of green index: The case of the Gold Coast, Australia. *Sustainable Production and Consumption*, 15, 16-24.
- Schoch, K. (2020). Case study research. *Research design and methods: An applied guide for the scholar-practitioner*, 245-258.
- Şahin, Z., Çankaya, F., ve Karakaya, A. (2018). Sürdürülebilirlik raporlarının sektörlerle ve yıllara göre analizi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (20), 17-32.
- Taş, D., ve Olum, E. (2020). Yiyecek-içecek sektöründe sürdürülebilirlik ve yenilikçi yaklaşımlar. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 3082-3098.
- Tehrani, M., Fulton, L., & Schmutz, B. (2020). Green cities and waste management: The restaurant industry. *Sustainability*, 12(15), 5964.
- Van Bussel, L. M., Kuijsten, A., Mars, M. & van't Veer, P. (2022). Consumer's perceptions on food-related sustainability: A systematic review. *Journal of Cleaner Production*, 130904.
- Wang, Y. F., Chen, S. P., Lee, Y. C., & Tsai, C. T. S. (2013). Developing green management standards for restaurants: An application of green supply

chain management. *International journal of Hospitality management*, 34, 263-273.

Yoon, B., Chung, Y., & Jun, K. (2020). Restaurant industry practices to promote healthy sustainable eating: a content analysis of restaurant websites using the value chain approach. *Sustainability*, 12(17), 7127.

## Restoranların Yeşil Restoran Olabilmeye Yönelik Sürdürülebilir Turizm Uygulamaları

Hasan Önal Şeyhanlıoğlu<sup>1</sup>

Ali İnanır<sup>2</sup>

### Özet

#### Araştırmanın amacı

Bu araştırma, Batman ilindeki restoranların gelecekte yeşil restoran olabilmeye yönelik sürdürülebilir turizm uygulamalarının araştırılmasını amaçlamaktadır.

#### Araştırma yöntemi

Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Veriler görüşme yöntemi ile toplanmıştır. Bu bağlamda ilde yer alan 12 restoranın sahibi/yöneticileri ile yarı yapılandırılmış görüşme formu ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler MAXQDA Analiz Programı vasıtasıyla analiz edilmiştir.

#### Bulgular

Görüşme gerçekleştirilen işletmelerin yeşil restoran olabilmeye yönelik sürdürülebilirlik çerçevesinde uygulamalara önem verdikleri veya ilgilendiklerini tespit etmiştir.

#### Sonuç ve Öneriler

Araştırma sonuçlarına göre; ortaya konulan bu araştırma, yöredeki restoranların gelecek de yeşil restoran olabilmesi konusunda yol gösterici olması açısından önem arz etmektedir.

1 Batman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Türkiye, hasanon.al.seyhanlioglu@batman.edu.tr

2 Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Ağlasun Meslek Yüksekokulu, Seyahat Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü, Türkiye, ainanir@mehmetakif.edu.tr

## Giriş

Dünyada meydana gelen nüfus artışı, kaynakların bilinçsiz kullanımı gibi etmenler doğal çevrede ciddi tahribata yol açmaya başlamıştır. Bu olumsuzluk birçok sektörü etkilediği gibi özellikle doğal çevreyi tüketim amaçlı kullanan sektörlerde ciddi yaralar açmıştır (McKinnon, 2015; Yazıcıoğlu vd., 2018; Arıca ve Sabbağ, 2020). Konunun önemli muhatabı olan turizm sektörü de gelişmelerden nasibini almıştır. Özellikle turizm sektörünün alt sektörlerinden olan yiyecek içecek sektörü de gelişmeler karşısında olumsuzluklardan etkilenmeme adına yeni stratejiler geliştirmeye başlamıştır.

Yiyecek içecek sektörü günümüzde gastronomi biliminin gelişimi ile birlikte ciddi bir gelişim göstermeye başlamıştır. Bu gelişimin sağlanmasında özellikle restoran işletmelerinin payı oldukça fazla yer tutmaktadır. Restoran işletmeleri de faaliyetlerinin sürdürülebilirliğinin sağlanması adına birçok sektöre benzer şekilde artan rekabete bağlı olarak müşteri talebinin artması ve müşteri memnuniyeti sağlama ihtiyacı gibi nedenlerden dolayı yeşil restoran uygulamalarına yönelmiştir (Dutta vd., 2008; Deveau, 2009; Dipietro, 2013).

Sürdürülebilir yeşil uygulamalar konusunda restoranlar, tüketicilerin sağlıklı beslenmesinin yanında çevrede meydana gelen gelişime duyarlı bir şekilde hareket etmeye başlamıştır. Çevreye duyarlılık kaynakların israf edilmeden korunmasını zorunlu hale getirmiştir. Bununla birlikte yerel üretime destek sağlamak, kültürel değerlere karşı duyarlı hizmet anlayışını benimsemek ve doğal ve organik gıdaların tüketimini teşvik etmek de yeşil restoranların belli başlı uygulamalarındadır (Keşkekci ve Genç, 2023). Bu araştırma Batman ilindeki restoranların gelecekte yeşil restoran olabilmelerine yönelik sürdürülebilir turizm uygulamalarını araştırmayı amaçlamaktadır.

## Yeşil Restoranların Sürdürülebilir Turizm Uygulamaları

Yeşil restoranlar, menülerinde kırsal üretim mantığıyla yetiştirilmiş ve ürünlerini yerel üreticiden tedarik etmiş, organik ürünlerin olduğu yemekleri bulduran bununla birlikte geri dönüşümün sağlanması, su kaynaklarının tasarruflu kullanılması ve katı atıkların yönetilmesi gibi felsefeleri benimseyen işletmeler olarak ifade edilmektedir (İpar vd., 2020). Yeşil restoranlar çevreye karşı duyarlı diğer bir ifadeyle çevre dostu işletmelerdir. Bu işletmeler hem çevreyi koruyan hem de ekonomik olarak büyümeyi ve gelişmeyi destekleyen kuruluşlardır. Yeşil restoranların amacı da bireylerde çevre bilinci oluşturarak işletmelerin sürdürülebilirliğini sağlamaktır (Çetinoğlu vd., 2017).

Dünyada yeşil restoranların sürdürülebilirliği sağlayabilme adına uygulayabileceği stratejileri ortaya koyan Yeşil Restoran Birliği (2007) bu

felsefenin uygulanabilmesi adına üç temel unsurdan bahsetmiştir. Bunlar; yeşil eylem (enerji ve su verimliliği, geri dönüşüm, yeşil yapılar vb.), yeşil gıdalar (organik ve yerel gıdaların tüketimi), ve yeşil uygulamalar (yeşile bağlı ve yeşil projeler) olarak ifade edilmiştir. Yeşil Restoran Birliği, sektöre yeni giren veya mevcut restoranların yeşil sertifika alabilmesine yönelik yedi kategoriden oluşan “Sertifikasyon Programı” geliştirmiştir. Bu program kapsamında yeşil restoranlar (Wang vd., 2017):

1. Gıda ve hizmet tesislerinde enerji ve su verimliliği ile tasarrufunu teşvik etmek,
2. Gıda hizmeti tesislerinin karbon emisyonunu azaltma adına yalnızca sürdürülebilir enerji kaynaklarını kullanmasını teşvik etmek,
3. Atık çıktılarını azaltarak, geri dönüştürerek ve kalanları gıda hizmeti veren tesisleri sıfır atık elde etmeye yönelik teşvik etmek,
4. Sürdürülebilir, organik ve yerel ürün üreten yerlerden ürün temin etmek,
5. Biyo bazlı malzemelerden elde edilmiş ürünleri veya daha önce geri dönüşüme tabi tutulmuş ve yeni ürün haline getirilmiş ürünleri kullanmak,
6. Kirliliği ve kimyasal kullanımı azaltmaya yönelik tedbirler almak,
7. Yeni inşa edilen tesislerde mobilya ve inşaat malzemesi kullanımında doğaya duyarlı ve çevresel açıdan sorumlu malzemeler kullanmaya yönelik çalışmalar gerçekleştirmek zorundadır.

Genel olarak ele alınacak olursa yeşil restoranlar sürdürülebilir turizm uygulamaları sırasında su tasarrufu, atıkların azaltılması ve geri dönüşüm, yapıların inşa edilmesinde veya dekorasyonunda sürdürülebilir ve geri dönüşüm malzemelerin kullanılması, sağlıklı, sürdürülebilir ve yerel gıdaların kullanımı, yenilebilir enerji kullanımı, biyo bazlı veya geri dönüştürülmek malzeme kullanımı, kimyasalların ve kirliliğin azaltılması ile örgütlerin yeşil uygulamalar konusunda bilinçlendirilmesi ile ilgili çalışmalar yürütmektedirler (Ham ve Lee, 2011). Ortaya konulan bu uygulamalar restoranların ekonomik olarak büyümesine, rekabet avantajı elde etmesine, operasyon giderlerinin azalmasına ve kurumsal itibarlarının gelişmesine katkı sağlayacaktır (Tan, 2016).

### **Batman İli ve Turizm Potansiyeli**

Güneydoğu Anadolu Bölgesinde yer alan Batman ilinin kuzeyinde Muş, batısında Diyarbakır, doğusunda Bitlis ve Siirt ile güneyinde Mardin illeri



bulunmaktadır. Genellikle dağlık ve engebeli bir coğrafyada bulunan il, dünyada benzeri az bulunan bir doğa harikasıdır. İklimsel olarak karasal bir iklim hüküm sürmektedir. İlde yazlar sıcak ve kurak, kışlar ılık ve yağışlı geçer (Batman KTB, 2023).

Batman ili tarihi ve kültürel turistik çekicilikleri bakımından zengin bir potansiyele sahiptir. Bu konuda Hasankeyf çok önemli bir değerdir. Günümüzde sular altında kalan bu yerde Zeynel Bey Kümbeti, İmam Abdullah Zaviyesi, Yol Geçen Hanı, Dicle Köprüsü, Ulu Cami, suyolları ve harabeler gibi kalıntılar bulunmaktadır. Hasankeyf'in yanı sıra Batman Malabadi Köprüsü, Batman Memik Han Köprüsü ve On Kemerli Köprü gibi önemli turistik değerleri vardır. Bunların yanında manastırlar (Mor Kiryos Manastırı, Mor Aho Manastırı) ve kalelerde (Kozluk Kalesi, Pertukan Kalesi, Bozikan Kalesi, Kandil Kalesi ve Rabat Kalesi) önemli turistik değerlerdir (Çoban vd., 2017).

Batman ili, gastronomik değerler bakımından da oldukça zengindir. Güneydoğu Anadolu'ya özel yemekler bu ilde pişirilmekte, çok nezih ortamlarda konuklara ikram edilmektedir. Et ve süt ürünleri ile hamur işleri Batman mutfağının vazgeçilmezleri arasında yer almaktadır. Nitekim bol yağlı et yemekleri yapımında içli köfteler, taze ve kurutulmuş sumaklı dolmalar, bumbar ve bağırsak dolmaları, tandır ekmeği, perde pilavı, ve birbirinden leziz çorbalar Batman mutfağının vaz geçilmezleri arasındadır (Batman KTB, 2023). Bu kapsamda oldukça fazla turistik değere ve yerel gastronomik ürünlere sahip olan ve birçok turistin ziyaret ettiği Batman ilinin, konuklarına daha etkin hizmet verebilmesi adına, gelecekte yeşil restoranlara sahip olabilmemesinin önem arz eden bir konu olduğu düşünülmektedir.

## **Yöntem**

Araştırma için nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma, görüşme, doküman analizi veya gözlem gibi farklı nitel veri açığa çıkarmaya yönelik, bakış açılarının ele alındığı, olay ve algıların gerçekçi ve bütüncül bir şekilde ortaya konması nitel bir sürecin araştırılmasını ele alan bir araştırma yöntemidir (Yıldırım & Şimşek, 2016). Bu çerçevede Batman ilinde yer alan restoranların yeşil uygulamalarına dair detaylı bilgi sahibi olunacağı öngörülmektedir. Araştırmada durum/vaka çalışması kullanılmıştır. Nitel araştırma yöntemlerinden biri olarak bilinen durum/vaka çalışması ile ilgili birçok düşünce vardır. Durum çalışmaları asıl ortam içerisinde neler olduğuna bakma, bir sistematik ışığında verileri elde etme, analiz yapma ve sonuçları ortaya koyma yolu olarak ele alınmaktadır (Aytaçlı, 2012).

Araştırmada katılımcılar Batman'da yer alan restoran yöneticileri olarak belirlenmiştir. Bunun sebebi Batman ilindeki işletmelerin sürdürülebilirlik çerçevesinde yeşil uygulamalara bakış açısını ortaya koymaktır. Bu çerçevede amaçlı/yargısal yöntem ile örneklem kitlesi tespit edilmiştir. Katılımcılar 12 kişiden oluşmaktadır. Katılımcı sayısının 12 kişide yeterli görülmesinin sebebi; bu sayıya ulaşıldığında elde edilen verilerin tekrara düşmesi ve konu ile ilgili yörede etkin kişilere ulaşıldığının düşünülmesidir. Yarı yapılandırılmış görüşme formu yardımıyla yapılan görüşmelerde 6 adet görüşme sorusu kullanılmıştır. Bu kapsamda sorulan sorular aşağıda listelenmiştir.

1. Mutfaklarda kullanılan yapı malzemeleri ve enerji çevreye dikkat ediyor mu? Dikkat ediyorsa ne gibi uygulamalar var?
2. İşletmeler sürdürülebilirlik açısından ne gibi uygulamalar yapıyor? (Neye önem veriyor)
3. Mutfaklardaki ürünlerin atık yönetim organizasyonu hakkında neler yapıyorsunuz?
4. İşletmenizin hijyen kuralları bakımından ne gibi akreditasyonları var? Akreditasyon çalışmalarına katılıyor mu?
5. Tedarik yöntemlerinde çevreci uygulamalar var mı? Varsa nelerdir?
6. Personellere çevreci eğitimler verildi mi?

### **Analiz ve Bulgular**

Batman ilinde yer alan restoranların yönetici/sahiplerinin yeşil uygulamalarına yönelik yaptıklarını değerlendirmek için toplamda 12 katılımcı ile görüşme yapılmıştır. Katılımcılara dair demografik bilgiler Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Demografik Bilgiler

Katılımcı Kodu	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Durumu	İşletme Yılı	Yaptığı Görev
K1	Erkek	37	Ön lisans	10 yıl	Restoran Yöneticisi
K2	Kadın	46	Lise	14 yıl	Restoran Yöneticisi
K3	Bayan	30	Lisans	5 yıl	Restoran Yöneticisi
K4	Erkek	37	Lisans	10 yıl	Restoran Yöneticisi
K5	Kadın	41	Ön lisans	7 yıl	Restoran Sahibi
K6	Erkek	50	Lise	11 yıl	Restoran Sahibi
K7	Kadın	45	Lise	4 yıl	Restoran Sahibi
K8	Kadın	51	Lisans	13 yıl	Restoran Sahibi
K9	Erkek	61	-	16 yıl	Restoran Sahibi
K10	Erkek	29	Lisans	3 yıl	Restoran Sahibi
K11	Erkek	51	Ön lisans	15 yıl	Restoran Sahibi
K12	Erkek	63	Ortaokul	22 yıl	Restoran Sahibi

Görüşmeler çerçevesinde elde edilen veriler deşifre edilerek MAXQDA programı ile analiz edilmiştir. Araştırmanın temel kavramlarını ortaya çıkarmak için sözcük taraması yapılmıştır. Restoran sahipleri/yöneticilerinin yeşil uygulamalara olan bakış açısının literatürle birlikte derinlemesine incelenerek ana ve alt temalar elde edilmiştir. Sürdürülebilir yeşil uygulamalara yönelik ana temalar ve alt temalar belirlenirken birbirinden bağımsız iki araştırmacı ve dört farklı uzman akademisyen tarafından ana tema ve alt temalar karşılaştırılması neticesinde 2 ana tema ve 6 alt tema ortaya çıkartılmıştır. Ana ve alt temalara dair bilgiler Tablo 2'nin içerisinde verilmiştir.

Tablo 2. Ana/alt temalar

Ana tema	Alt temalar
Çevreye duyarlılık	Atık yönetimi
	Yerel ekonomiye katkı
	Sürdürülebilirlik
Gıda güvenliği	Eğitim
	Standardizasyon
	Denetim

Tablo 2 içerisinde yer alan tema ve alt temalara dair betimsel analizler yapılmış, bu verilerin görsel halini alması için kelime bulutu/kod- alt kod bölümler modeli tablosu ele alınmıştır. Restoran yöneticileri/sahiplerine ilişkin anahtar kavramlarını belirlemek adına ilk olarak kelime frekans tablosu verilmiştir. Veriler ekseninde sık tekrarlanan ve tek başına bir anlam ifade etmeyen (yoksa, fakat, ama, bakalım, lakin, dolayısıyla, söz konusu, birlikte, aslında, ancak ve ancak, ancak, ve, veya, ki bu gibi) sözcüklerin olduğu hariç liste uygulanarak kelime bulutu sonuçlandırılmıştır.



Şekil 1. Kelime Bulutu

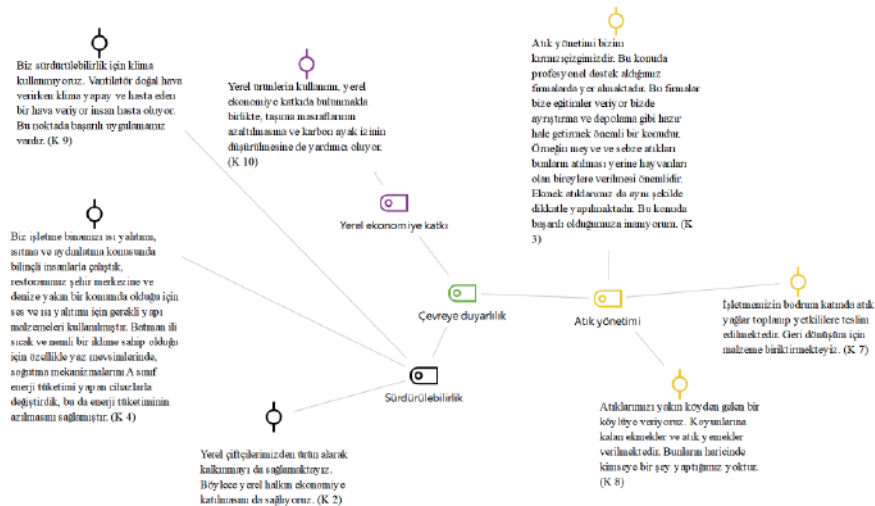
Şekil 1'de kelime bulutu analizinde sık tekrarlanan kodlar büyük puntolarla ele alınmıştır. Punto boyutu büyüdükçe kelimenin tekrar sıklığı da aynı oranda büyümektedir. Buna göre; enerji, gıda, işletme ve atık kelimelerinin yoğun tekrarda olduğu görülmektedir.

Tablo 3. Restoranlarda yeşil uygulamalar ile ilgili kelimelerin frekans tablosu

Kelime	Sıklık
Enerji	27
Gıda	25
İşletme	23
Atık	21
Tasarruf	20
Çevre	16
Su	16
Tercih	15
Uygulamalar	15
Yerel	13
Doğal	12
Ölçekli	12
Tedarik	12
Hijyen	11
Restoranlar	11
Ürünler	11

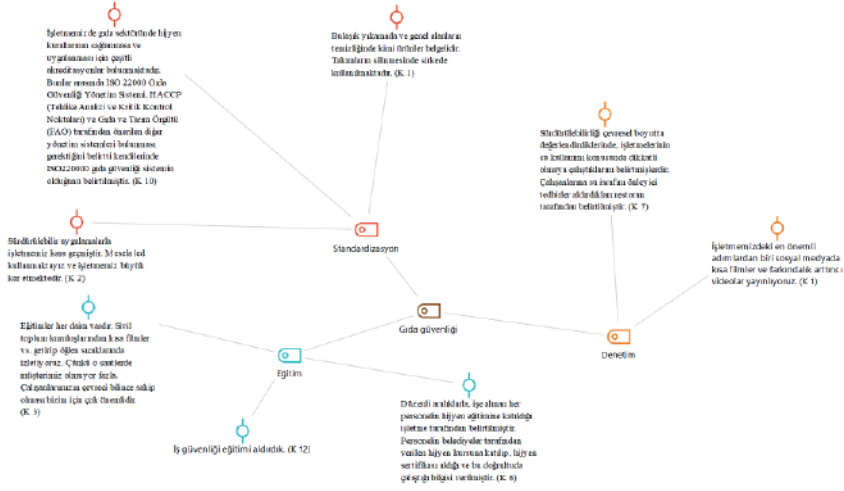
Restoran yönetici/sahiplerinin sürdürülebilir yeşil uygulamalarla ilgili ifade ettiği anlamı belirlemeye dair sorulan sorulara verilen yanıtlara ait kelimelerin frekans tablosu belirtilmektedir (Bkz: Tablo 3). Buna göre; enerji, gıda, işletme ve atık sözcüklerinin tekrara girdiği bulgusuna ulaşılmıştır. Kelime tekrarları konuyla örtüştüğünü göstermektedir.

Tablo 4. Çevreye duyarlılık ana temasına yönelik kod-alt kod bölümler şekli



Tablo 4'deki kod-alt kod bölümler şeklinde çevreye duyarlılık ana temasına dair kodlanma süreci ortaya çıkarılmış ve alt temalara dair katılımcı ifadelerine öncelik verilmiştir. Çevreye duyarlılık (10) ana temasının en çok tekrarlanan alt teması sürdürülebilirlik (7), atık yönetimi (5) ve yerel ekonomiye katkı (1) alt teması ile sıralanmıştır. Bu konudaki katılımcı görüşleri tabloda sunulmuştur.

Tablo 5. Gıda güvenliği ana temasına yönelik kod-alt kod bölümler şekli



Tablo 5'deki kod-alt kod bölümler şeklinde çevreye duyarlılık ana temasına dair kodlanma süreci ortaya çıkarılmış ve alt temalara dair katılımcı ifadelerine öncelik verilmektedir. Gıda güvenliği (12) ana temasının en çok tekrarlanan alt teması standardizasyon (9), eğitim (4) ve denetim (2) alt teması ile sıralanmıştır. Bu konudaki katılımcı görüşleri tabloda sunulmuştur.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm sektörünün var olması için gereken konulardan biri de sürdürülebilirlik çerçevesinde oluşan çevreci uygulamalardır. Bu uygulamalar işletmelerin ve destinasyonların gelişimleri adına değerli parametrelerdir. Turistler ziyaret ettikleri destinasyonlarda sürdürülebilir çerçevede gelişim gördüğünde veya tersi bir durum gördüğünde çeşitli platformlardan yöre hakkında duyurum yapabilmektedirler. Bu noktadan hareketle hazırlanan araştırmada Batman ilindeki restoranların yeşil restoran olabilmeye yönelik sürdürülebilir uygulamalarının araştırılması amaçlanmaktadır.

Araştırma sonuçlarına göre, işletmelerin yeşil restoran olabilmeye yönelik sürdürülebilirlik çerçevesinde uygulamalara önem verdikleri veya ilgilendikleri belirlenmiştir. İşletme sahipleri ve/veya yöneticiler enerjinin

değerli olduğunu ele almışlardır. Yapılan kelime bulutu tekrar sıklığında enerji, işletme, gıda ve atık kelimeleri sık tekrar etmiştir.

Araştırmada ana kategoride olan çevreye duyarlılık açısından bakıldığında sürdürülebilirlik uygulamaları bakımından işletmeler bakış açılarını ortaya koymuşlardır. İşletmelerin gelecek için A sınıfı enerji ürünlerini kullanımı gibi çevreye zarar vermeyecek ürünlerin tercihi de ön plana çıkmıştır. Atık yönetiminde geri dönüşümün önemi vurgulanmıştır. Yerel ekonomi çerçevesinde bu uygulamaların getirisinin olacağı da ele alınan önemli bir konudur.

Araştırmada diğer ana kategoride gıda güvenliği yer almaktadır. Standardizasyon sağlanması yönünde HACCP, ISO22000 vb. sertifikasyonuna ve standartlaşmaya önem verilmesi göz önüne alınmıştır. Eğitim konusunda personellerin uygun çalışma saatlerinde eğitime önem verdikleri de diğer önemli konulardan biridir. Denetim konusunda gerek kamu gerekse özel denetçilerin yoğunlukta olması vurgulanmıştır. Bu çerçevede işletmelerin uygulamalara bakış açısı değerli görülmektedir.

Araştırma içerik olarak Batman ili bağlamında ele alınan işletmelerin uygulamalarının İzmir'deki işletmelerle (Sünnetçioğlu ve Yılmaz, 2015) benzer olduğunu ortaya koymuştur. Yazıcıoğlu ve Aydın (2018) araştırmasında çevresel duyarlılık, atık yönetimi ve gıda güvenliği temalarını kullandıklarından dolayı bu çalışmayla benzeşmektedir. Araştırmadan elde edilen sonuçlardan yola çıkarak ve araştırmaya konu olan restoranların gelecekte yeşil restoran sertifikasına sahip olabilmesine yönelik daha kapsamlı stratejiler geliştirebilmesi adına bir takım öneriler sunulabilir.

Araştırmaya konu olan restoranlar çevreye duyarlılık konusunda daha kapsamlı çalışmalar gerçekleştirebilir. Özellikle kaynak israfının minimum seviyeye indirilmesi, yeşil yapıların oluşturulması, karbon emisyonunun azaltılması, kirliliğin ve kimyasal kullanımının azaltılması gibi konularda daha kapsamlı çalışmalar gerçekleştirebilirler. Bunun yanında tüketicilerin daha organik ve sağlıklı beslenmesine yönelik yerel ekonomiye de katkı sağlayabilecek ve yerel kültürü yansıtacak ürünlerin tüketilmesi konusunda daha fazla çaba gösterebilirler.

## Kaynakça

- Arıca, R. & Sabbağ, Ç. (2020). Customer to customer information production: the evaluation of customer reviews in Tripadvisor on food and beverage service providers in Adıyaman. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(2), 729-745.
- Aytaçlı, B. (2012). Durum çalışmasına ayrıntılı bir bakış. *Adnan Menderes Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 3(1), 1-9.
- Batman KTB (2023) <http://www.batman.gov.tr/batman-mutfagi> (Erişim Tarihi: 7.11.2023).
- Batman KTB (2023) <https://batman.ktb.gov.tr/TR-56576/cografya.html> (Erişim Tarihi: 17.09.2023).
- Çetinoğlu, D., Mesci, Z., & Mesci, M. (2017). Yeşil restoranların uygulanabilirliğine yönelik bir inceleme: Akçakoca örneği, *Journal of Recreation and Tourism Research*, 4(Özel Sayı-1), 112-120.
- Çoban, Ö., Dilek, S. E. & Harman, S. (2017). Batman ilinde turizm gelişiminin değerlendirilmesi. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 56, 437-455.
- Deveau, D. (2009). Fight the power. *Foodservice and Hospitality*, 41(11), 47-52.
- Dipietro, R. B., Gregoy, S. & Jackson (2013). Going green in quick-service restaurants: Customer perceptions and intentions. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 14(2), 139-156.
- Dutta, K., Umashankar, V., Choi, G. ve Parsa, H. G. (2008). A comparative study of consumers' green practice orientation in India and the United States: A study from the restaurant industry. *Journal of Foodservice Business Research*, 11(3), 269-285.
- Ham, S. & Lee, S. (2011). US restaurant companies green marketing via company websites: Impact on financial performance. *Tourism Economics*, 17(5): 1055-1069.
- İpar, M. S., Babaç, E., & Kök, A. (2020). Yeşil nesil restoranlara yönelik müşteri yorumlarının içerik analizi ile değerlendirilmesi, *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 3(2), 260-269.
- Keşkekci, D. & Gençer, K. (2023). Sürdürülebilirlik kapsamında yeşil restoran uygulamaları. *Journal of Silk Road Tourism Research*, 3(1), 17-25.
- McKinnon, A., Browne, M., Whiteing, A. & Picczyk, M. (2015). *Green logistics: Improving the environmental sustainability of logistics*. London: Kogan Page Publishers.
- Sünnetçioğlu, S. & Yılmaz, B. (2015). İzmir'deki restoran yöneticilerinin sürdürülebilir restoran işletmeciliği üzerine yaklaşımlarının değerlendirilmesi. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(1), 94-114.



- Tan, B. C., Fi, N. K. G., Harlam, Y. W. & Nguyen, L. TP (2016). What drive the intention of restourant operators to go green. *World Applied Sciences Journal*, 34(12), 1627-1638.
- Wang, Y. F., Chen, S. P., Lee, Y. C. & Tsai, S. T. C. (2013). Developing green management standards for restaurants: An application of green supply Chain Management. *International Journal of Hospitality Management*, 34, 263-273.
- Yazıcıoğlu, İ. & Aydın, A. (2018). Yeşil restoran uygulamaları üzerine nitel bir araştırma: İstanbul örneği. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 1, 55-79.
- Yazıcıoğlu, İ., Özata, E. & Yarış, A. (2018). Sürdürülebilir yiyecek içecek işletmeciliği: Ankara ilinde bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 350-368.
- Yıldırım, A. Şimşek, H. (2016). Nitel Araştırma Yöntemleri: Sosyal Bilimlerde. Ankara: Seçkin Yay

## Profesyonel Mutfaqlarda Cinsiyet Handikap Mı? Kadın Aşçılar Üzerine Bir Araştırma

Mehtap Çerkez Uçar<sup>1</sup>

Aslı Albayrak<sup>2</sup>

### Özet

#### Amacı

Yapılmış olan araştırmanın amacı, İstanbul'daki yiyecek içecek işletmelerinde çalışan kadın aşçıların çalışma hayatlarında boyunca cinsiyetleri dolayısıyla karşılaştıkları sorunları ortaya koymaktır.

#### Araştırma Yöntemi

Çalışma evrenini İstanbul ilinde faaliyette olan yiyecek içecek işletmelerinde çalışan kadın aşçılar oluşturmaktadır. Evrende yer alan kadın aşçıların sayısına ilişkin herhangi bir kurumdan net bilgi alınamadığından örneklem büyüklüğünün belirlenebilmesi için Örneklem Büyüklüğü tablosundan yararlanılmış ve maksimum örneklem büyüklüğü olan 384 kadın aşçının örnekleme alınması uygun görülmüştür. Ancak uzun veri toplama süreci sonucunda ancak 236 kişiye ulaşılabilmektedir. Çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan ankette yer alan soruların hazırlanması esnasında daha öncelerde yapılmış olan çalışmalardan yararlanılmış ve 33 önermeden oluşan Cinsiyet Ayrımcılığı ölçeği kullanılmıştır.

#### Bulgular

Çalışma sonucunda kadın aşçıların sırasıyla cinsiyet ayrımcılığı, mesleki olarak yetersiz görülme, duygusal baskı, baskı altında tutulma ve kadınların ev işleriyle özdeşleştirilmesi konularında ayrımcılığa maruz kaldıkları belirlenmiştir. Diğer taraftan kadın aşçıların maruz kaldıkları bu ayrımcılık

1 İstanbul Gelişim Üniversitesi, Gelişim Meslek Yüksekokulu, Aşçılık Programı, Türkiye, mcerkez@gelisim.edu.tr

2 İstanbul Gelişim Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Türkiye, aalbayrak@gelisim.edu.tr

türlerinin kadın aşçıların demografik özelliklerine göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir.

### **Sonuç ve Öneriler**

Çalışma sonucunda kadın aşçıların önemli bir kısmının çalışma hayatları boyunca cinsiyet ayrımcılığı ile karşı karşıya kaldıkları belirlenmiştir. Kadın aşçıların ayrımcılığa maruz kaldıkları konuların demografik özelliklerine göre değiştiği belirlenmiştir. Çalışma sonucunda kadın aşçılara yönelik ayrımcılıkların ortadan kaldırılabilmesi için hem işletme yöneticilerine hem de yasal düzenlemeler için ilgili kuruluşlara öneride bulunulmuştur.

### **Orijinalliği/değeri**

Bu çalışma verileri ve sonuçlarından hem cinsiyet ayrımcılığı üzerine hem de Gastronomi üzerine çalışan akademisyenler yararlanabilir. Aynı zamanda yiyecek içecek endüstrisi içerisinde yer alan yöneticiler ve çalışanlar çalışmadan elde edilen verilerden yola çıkarak kadın aşçılara yönelik iş ortamının nasıl düzenlenmesi gerektiğine ilişkin bilgiler elde edebilir.

## **1. Giriş**

Kadın var olduğu günden beri üretkenliği ön planda olan ve bazen para kazanmak amacıyla bazen de herhangi bir gelir getirici kaygısı olmadan çalışmaktadır. Önceleri ev işlerinin yapılması, çocukların bakılması gibi geleneksel rolleri üstlenen, düşük ücretlerle ve/veya kayıt dışı çalışan kadınlar günümüzde erkeklerle özdeşleştirilen işlerde de çalışabilecek hale gelişmiştir. Özellikle Sanayi Devrimi sonrası bilim ve teknoloji alanlarda yaşanan gelişmeler kadınların da erkeklerle eşit koşullarda eğitim almasına olanak vermiş ve kadınlar erkeklerle eşit koşullarda çalışma hayatı çerisinde girmiştir. Yetenekleri, becerileri, bakış açıları, olay ve durumları değerlendirmeleri ve en önemlisi yaradılışı ve ruhu erkelerden farklı olan kadın mal ve hizmet üreten işletmelerin üretim süreçlerine katkı sağlayan önemli bir insan kaynağı haline gelmiştir (Albayrak, 2019).

Her ne kadar kadınlar çalışma hayatında yer edinmeye başlamış olsa da çalışma hayatlarında erkeklere oranla daha fazla sorunla karşılaşmaktadır. Bu sorunların önemli bir kısmı ise cinsiyetleri dolayısıyla kadınlarla ilgili ön yargılardan oluşmaktadır. Bu durumun kültürel ve toplumsal boyutları da olduğu unutulmamalıdır. Erkek çocuğunun kız çocuğundan daha üstün olduğuna inanılan kültür ve toplumlarda erkekler kadına oranla daha üstün olduklarına inanmaları çalışma yaşamlarına da yansımakta ve kendilerini kadınlardan daha üstün görmelerine neden olmaktadır. Bu durumun kadınlar çalışanlara yansımaları ise kendini üstün gören, eğitimleri, bilgi, beceri ve yetenekleri göz ardı eden erkeğin iş yerinde kadına karşı ayrımcılık uygulaması şeklinde ortaya çıkmaktadır.

Farklı özellikteki yiyecek içecek işletmelerini bünyesinde bulunduran yiyecek içecek endüstrisi içerisinde farklı özelliklere sahip çok fazla sayıda işletme bulunmaktadır. Bu işletmelerde de işin özelliğine bağlı olarak hem kadın hem de erkekler istihdam edilmektedir. Ancak bugün kadın işi olarak görülen yemek hazırlama işi bile erkek egemenliğine alınmış, iş çalışma hayatına gelince pek çok eğitilmiş kadın aşçı olmasına rağmen mutfak bölümünün egemenliğini erkek elinde tutmaktadır. Öyle ki bugün ‘kadından aşçı olmaz’ görüşünü benimsemiş erkek aşçı ve akademisyenler bile söz konusudur. Dolayısıyla kadınlar yetenek, beceri, bilgi ve birikimine göre değil cinsiyetleri dolayısıyla önyargı ve ayrımcılığa maruz kalmaktadır. İşin başında ortaya çıkan bu ayrımcılık endüstri içerisinde farklı noktalarda da sürekli olarak kendisini göstermektedir (Albayrak, 2019: 142).

Kadın aşçıların cinsiyetleri dolayısıyla karşılaştıkları ayrımcılığın çok çeşidi bulunmaktadır. Bazı mesleklerin kadın ve erkek cinsiyetlerine göre ayrıştırılması, evlenme ve çocuk doğurma, terfiler ve ücretlerde kadınlara erkeklerle eşit şans verilmemesi, taciz, aşağılanma, yeteneksiz ve bilgisiz olduklarının düşünülmesi gibi sebeplerin kadınların iş performansını olumsuz etkileyeceği önyargısı kadın çalışanların yaşamış oldukları cinsiyete dair ayrımcılık biçimlerinden bazıları olarak örnek gösterilmektedir (Topoğlu, 2007).

Özetle, kadınların mutfaktaki bilgi, beceri ve yeteneğinden yararlanılmak yerine toplumda kadınların yerinin evlerinin mutfağı, erkeklerin ise profesyonel mutfak olduğu düşüncesi süregelmektedir (Druckman, 2010: 24). Ancak günümüzde geçmişe kıyasla çok daha fazla sayıda kadın yiyecek işletmelerinde yer alan profesyonel mutfaklarda çalışmaktadır. Kadınlar bu işletmelerde çalışırken de pek çok sorunla karşılaşmakta, cinsiyetleri dolayısıyla oluşan ön yargılardan ötürü ayrımcılığa maruz kalmaktadır. Bu ayrımcılık işe alma sürecinden başlayıp ücretlendirme, terfi, sosyal haklardan yararlanma gibi neredeyse her alanda görülmektedir. Geçmişten bu güne kadın aşçıları farklı türde pek çok ayrımcılığa uğramalarına rağmen konunun yeterince ele alınmadığı düşünülmektedir. Bu nedenle çalışmanın hem kadın aşçıların sorunlarını daha görünür hale getireceği hem de alan yazına katkı sağlayacağı düşünüldüğünden önemli görülmüştür.

## 2. Türkiye’de Kadın Aşçıları

Günümüzde yiyecek içecek işletmeleri münferit olarak faaliyet gösteren farklı restoranlardan konaklama işletmeleri içerisinde yer alan restoranlara ve etnik restoranlardan toplu yemek hizmeti sunan restoranlara kadar çok çeşitlilik göstermektedir. İlk münferit restoranlar Fransa’da 1765 yılında açılan

Retorante isimli restoranken (Zencir, 2017: 5) ilk içecek işletmesi ise bugünkü ismiyle kafe-bar olarak nitelendirilen ve kahve ile birlikte çeşitli alkolsüz ve alkollü içeceklerin servis edildiği işletmeler olarak İtalya'da açılmıştır (Pilcher, 2006: 38). Konaklama işletmeleri içerisinde yer alan yeme-içme hizmetinin geçmişi ise çok eskiye dayanmaktadır. Çin kaynaklarında yapılan betimlemelere göre milattan önceki dönemlerden var olan hanlarda insanların konakladıkları süre içerisinde yeme ve içme ihtiyaçlarını karşılayacakları birimlerin de olduğu (Maviş, 2003: 3), Roma döneminde şarap ve yemek sunan restoranlar yer aldığı ve Asurlular döneminde ise kadınlar tarafından işletilen birahaneler olduğu bilinmektedir (Gürsoy, 1995: 12). Anadolu'da ise 13. yüzyılda kervansaraylarda yeme-içme hizmeti verildiği, 1550'de ilk kahvehanenin açıldığı, 1600'lü yılların başından beri de köfteci, kebabçı, aşçı gibi esnafın varlığı bilinmektedir (Yılmaz, 2007: 10). Anadolu'da bugünkü anlamda alakart restoran olarak bilinen ilk ticari restoran ise 1879 yılında açılmıştır (Bingöl, 2015: 44).

Tarihsel süreç içerisinde açılan bu yiyecek içecek işletmelerinin tamamında erkek egemen yönetim ve çalışma sistemi söz konusudur. Kadınların profesyonel mutfaklarda görünür olmalarının geçmişi ise 18. yüzyıla dayanmaktadır (Bozok ve Korkmaz, 2019: 193). İlk kez Fransız kraliyet ailesine yemek yaparak sunan kadın aşçı sayesinde kadınlar profesyonel mutfaklara girmiştir (Fungai Zengei vd., 2014'ten aktaran Bozok ve Korkmaz, 2019: 193). Sanayi Devrimi sonrasında ise her alanda olduğu gibi profesyonel mutfaklarda çalışan kadın sayısı da artmıştır. Emek yoğun özellik gösteren yiyecek-içecek endüstrisi farklı özelliklere sahip ve farklı pozisyonlarda çalışan çok fazla sayıda kadın istihdam etmektedir. Her ne kadar bu yiyecek içecek işletmelerinde çalışan kadınların sayısı tam olarak bilinemesi de yayınlanan çeşitli raporlarda (Field vd., 2017) endüstri içerisinde çalışan kadın sayısının erkek sayısına göre daha fazla ve endüstri içerisinde yarı zamanlı ve kayıt dışı çalışan kadınların da sayıca oldukça fazla olduğu belirtilmektedir (World Travel and Tourism Council, 2017). Kadınlar bir taraftan erkeklere kıyasla daha dezavantajlı koşullarda çalışırken bir taraftan da cinsiyetleri nedeniyle ayrımcılığa uğramakta, mesleki olarak yetersiz görülmekte ve baskı altında tutulmaktadır.

Mutfak çalışanı kadınların çalışma hayatlarında karşılaştıkları ve en belirgin sorunlardan biri cinsiyet ayrımcılığıdır. Cinsiyet ayrımcılığı kişinin cinsiyetine bağlı olarak sahip olduğu özellikleri dolayısıyla iş yerinde dezavantajlı duruma düşmesi olarak ifade edilmektedir (Arshad, 2020: 4137). Genel olarak değerlendirildiğinde kadınların profesyonel mutfaklarda çalışabilecek fiziksel güce sahip olmadıkları, yetenek ve becerilerinin yeterli olmadığı düşüncesi bir taraftan cinsiyetçi bir yaklaşımken bir taraftan bu

sebepler kadınların erkeklere göre daha düşük ücretler almalarına da neden olmaktadır. Diğer taraftan kadınların daha duygusal oldukları, karar verme konusunda yetersiz oldukları ve erkeklere oranla daha heyecanlı oldukları düşüncesi de kadınların krizleri yönetemeyeceği görüşüne neden olmaktadır.

Kadın aşçıların endüstri içerisinde en sık karşılaştıkları sorunlardan bir diğeri ise terfi ve ücretlendirmede erkeklerin kadınlara oranla daha fazla avantajlı olmasıdır. Sektör içerisinde erkekler ve kadınlar aynı işi yapmalarına karşın farklı (erkeklerden daha düşük) ücret uygulamaları ile karşılaşmaktadırlar (Alparslan vd., 2015: 70). Diğer taraftan kadınların aile içindeki rolleri terfi etmesi önünde de önemli bir sorun olarak görülmektedir (Deniz, 2014: 63). Evinde anne, eş, kız çocuğu gibi rolleri olan kadınların ailesini işten daha ön planda tutacakları ve ailede olan bir sorunda işten hemen ayrılacakları şeklindeki düşünceler kadınların terfi etmesi önünde önemli bir sorun teşkil etmektedir (Kocacık ve Gökçaya, 2005; Demir, 2011). Kadınların terfi etmeleri önündeki bir diğer neden de ev ve işteki sorumluluklarını aynı zamanda yürütemeyecekleri ve erkeklere oranla daha duygusal bir yapaya sahip olmaları nedeniyle karar almada net davranamayacağı düşüncesidir. Kadın aşçıların terfi etmesi önündeki bu engeller de kadınların iş hayatında çoğunlukla beceri ve deneyim gerektirmeyen, alt kademe işlerde çalıştırılmalarına neden olmaktadır.

Mobbing bireylerin çalıştıkları işletmelerde arkadaşları ya da üst kademedekiler aracılığıyla sürekli veya belli aralıklarla uygulanan, baskı ve kuşakma, psikolojik şiddet, taciz ve psikolojik taciz ile terör olarak ifade edilmektedir (Atman, 2012; Bulut ve Göktürk, 2012). Yapılan çalışmalar (Avcı ve Kaya, 2013; Yavuzer ve Çivilidağ, 2014) mobbingin özellikle hizmet sektöründe daha yaygın olduğunu göstermektedir. Mutfak çalışanı kadınlar erkeklerle aynı eğitimi almış olsalar bile kadınların kendileri kadar başarılı olamadıklarına inanmakta aynı zamanda kendilerinin kadınlara göre karar vermede daha yetenekli olduklarını düşünmektedirler. Bu nedenle mutfakta çalışan kadınların yaptıkları işler daha fazla denetlenmekte, yetenekleri göz ardı edilmekte, sorumluluk verilmemekte, görüş ve düşünceleri de dikkate alınmamaktadır.

Kadın aşçıların çalışma hayatlarında karşı karşıya kaldıkları bir diğer sorun ise mesleki olarak yetersiz görülmeleridir. Özellikle kadın ve erkeğin toplumsal rolleri kadınların iş hayatında da ayrımcılığa maruz kalmalarına neden olmaktadır. Kadınların yaşam alanının ev olarak görülmesi, toplum yapısının ataerkil olması ve kadınların anne olabilmeleri, toplumsal cinsiyet rolleri açısından kadınların birincil görevlerinin anne ve eş olmak, evle ve ev işleriyle ilgilenmek olması kadınların sosyal, toplumsal ve siyasal hayattan

da soyutlanmalarına neden olmaktadır. Bu durum kadınların iş yaşamına da yansımaktadır (Kartal, 2014: 36; Kılıç ve Öztürk, 2014: 127). Kadınlar ya toplumsal cinsiyet rolleri ile işlerini bir arada götüremeyeceği düşüncesiyle alt kademe işlerde çalıştırılmalarına neden olmaktadır (Aşık Akşit, 2014: 85). Bununla birlikte kadınların genel fiziksel özelliklerinin erkeklere oranla daha zayıf olması zaman zaman ağır ekipmanlarla çalışılması gereken mutfaklarda çalışamayacakları düşünülürken aynı zamanda esnek çalışma saatlerine de uyamayacakları düşünülmekte ve işe almada kadınların önüne önemli bir sorun olarak çıkmaktadır (Yetiş ve Çalışkan, 2020: 113).

### 3. Yöntem

Bu çalışmanın amacı, İstanbul'daki restoranlarda çalışan kadın aşçıların çalışma hayatlarında boyunca cinsiyetleri dolayısıyla karşılaştıkları sorunları ortaya koymaktır. Bu ana amaç çerçevesinde elde edilen sonuçlardan hareketle kadın aşçıların iş hayatlarında karşılaştıkları sorunların çözümüne ilişkin önerilerde bulunulacaktır.

Çalışma evrenini İstanbul'da faaliyet gösteren restoranlarda çalışan kadın aşçıları oluşturmaktadır. Evrende yer alan kadın aşçıların sayısının belirlenmesi için Kültür ve Turizm Bakanlığı, İstanbul İl Turizm Müdürlüğü gibi farklı kurumlara ulaşılmış olmakla birlikte herhangi bir veriye ulaşılamamış ve dolayısıyla çalışma kapsamına alınacak kadın aşçı sayısı belirlenememiştir. Bu nedenle çalışma kapsamına alınacak olan kadın aşçıların sayısının belirlenmesi durumunda Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004: 49-50) tarafından ortaya konulan Örneklem Büyüklüğü tablosundan faydalanılmıştır. Söz konusu tabloya göre  $d = \pm .05$  örneklem hatası ve  $p = .05$ ,  $q = .05$  güven aralığı içerisinde evrenin 1 milyon ile 100 milyon olması halinde örneklem büyüklüğünün 384 olması gerektiği belirtilmiştir. Bu nedenle çalışma kapsamına maksimum örneklem büyüklüğü olan 384 kadın aşçının alınması uygun görülmüştür. Her ne kadar örneklem büyüklüğü 384 olarak belirlense de gerek İstanbul'da faaliyet gösteren restoranlarda çalışan kişi sayısına ulaşılamaması gerekse hem yüz yüze hem de online olarak hazırlanan anket formuna katılımın oldukça az olması nedeniyle araştırmacılar tarafından ancak 236 kişiye ulaşılabılmıştır.

Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden biri olan anket tekniği kullanılmış, anket sorularının hazırlanmasında Kakşa (2022), Aşkın ve Aşkın (2018), Çelik ve Şahingöz (2018), tarafından yapılmış olan çalışmalardan yararlanılmıştır. İki bölümden oluşan anket formunun birinci kısmında çalışma kapsamına alınan kadın aşçıların demografik özellikleriyle ilgili sorular yer alırken ikinci bölümde ise kadın aşçıların çalışma hayatları boyunca cinsiyetleri dolayısıyla karşılaştıkları ayrımcılıklara ilişkin 33 önermeden

oluşan ve beşli likert derecelendirme ölçeği ile değerlendirilecek olan ölçek yer almaktadır. Anket toplama süreci sonrası elde edilen veriler SPSS 22.0 (Statistical Package for the Social Sciences 22.0) Programı aracılığıyla istatistiksel analizlere tabi tutulmuştur.

#### 4. Bulgular

Araştırmaya dâhil olan kadın mutfak çalışanlarının demografik özelliklerine ilişkin betimleyici verilerin analizinde yüzde ve frekans dağılımlarından yararlanılmıştır. Tablo 1’de araştırmaya dâhil edilen kadın aşçıların demografik özelliklerine göre dağılımları yer almaktadır. Verilere göre katılımcıların yarıdan fazlası (%53.8) 41-50 ya arasındayken yine katılımcıların dörtte biri (%25.4) 21-30 yaş arasındadır. 51 yaş ve daha büyük olanların oranı %3.9 iken 20 yaş ve daha küçük olanların oranı %1.3’tür.

*Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı*

DEĞİŞKENLER	N	%	DEĞİŞKENLER	N	%
<b>Yaş</b>			<b>Öğrenim Görülen Alan</b>		
≤20	3	1.3	Turizm Mes. Lis.	42	17.8
21-30	37	15.7	Aşçılık	84	35.6
31-40	60	25.4	Gas. ve Mut. San.	93	39.4
41-50	127	53.8	Beslenme	17	7.2
≥51	9	3.9	<b>Meslekte Çalışılan Süre</b>		
<b>Öğrenim Durumu</b>			≤1 yıl	18	7.6
Ortaöğretim	47	19.8	2-4 yıl	67	28.4
Ön lisans	69	29.2	5-7 yıl	64	27.1
Lisans	111	47.0	8-10 yıl	51	21.6
Lisansüstü	9	3.9	≥10 yıl	36	15.3
<b>TOPLAM</b>	<b>236</b>	<b>100.0</b>	<b>TOPLAM</b>	<b>236</b>	<b>100.0</b>

Çalışma kapsamına alınan kadın aşçıların yarıya yakını (%47.0) lisans mezunuyken bunu %29.2 oranıyla ön lisan mezunları, %19.8 oranıyla ortaöğretim mezunları ve %3.9 oranıyla lisansüstü mezunları takip etmektedir. Katılımcılar öğrenim durumları açısından değerlendirildiğinde katılımcıların üçte birinden fazlası (%39.4) Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümünden mezunken yine üçte birinden fazlası (%35.6) Aşçılık bölümü mezundur. Katılımcıların %17.8’i Turizm Meslek Lisesi mezunuyken ve %7.2’si ise Beslenme Bölümü mezundur. Katılımcıların %28.4’ü 2-4 yıldır Aşçı olarak çalıştığını belirtirken %27.1’i 5-7 yıldır, %21.6’sı 8-10 yıldır, %15.3’ü 10 sene ve daha fazla süredir ve %7.6’sı ise 1 sene ve daha az süredir Aşçı olarak çalıştıklarını belirtmiştir.



Kadın aşçıların demografik özelliklerine ilişkin veriler değerlendirildikten sonra çalışma kapsamında kullanılan Cinsiyet Ayrımcılığı ölçeğinde yer alan önermeler arasında korelasyon olanları daha az sayıda boyuta indirebilmek ve ilişkileri ifade eden boyutlara ayırabilmek için faktör analizi yapılmıştır.

Çalışma kapsamında kullanılan ve 33 önermeden oluşan Cinsiyet Ayrımcılığı ölçeğinde yer alan önermelerle yönelik yapılan Faktör Analizi neticeleri Tablo 2’de yer almaktadır. Faktör analizi neticesinde öncelikle ölçekte yer alan önermelerin Faktör analizine uygunluğunu belirleyebilmek için Bartlett Küresellik Testi’nin anlamlılığı ve Kaiser-Meyer-Olkin katsayısının düzeyi incelenmiştir. Buna göre Bartlett testine ait p değerinin. 05 düzeyinde anlamlı olduğu görülmüştür. Diğer taraftan ölçekte yer alan önermelerin birbiriyle ilişkisini değerlendiren KMO değeri incelenmiştir. KMO değeri 0-1 arasında değer almakta ve 1 değerine yaklaştıkça önermeler arasındaki ilişkinin mükemmel olduğunu göstermektedir. Tablo 2’de görüldüğü üzere yapılmış olan faktör analizi neticesinde KMO değeri .846 olarak bulunmuştur. Bu değer ölçeğin ifade ettiği yapının faktör analizine uygun olduğunu ifade etmektedir.

Ölçekte yer alan önermelerin ideal alt boyutlara ayrılabilmesi için değişkenlerin özdeğerleri değerlendirilmiş ve özdeğeri 1’in üzerinde olan faktörler anlamlı olarak değerlendirilmiştir. Ölçek bu açıdan değerlendirildiğinde özdeğeri 1’den büyük olan 5 alt boyut elde edilmiştir. Ölçekte yer alan önermelerin faktör yükleri .518 ve .819 arasında değişmektedir. Bu değerlerin. 300’den yüksek değerde olması (Büyüköztürk, 2014, s. 474) yeterli düzeyde faktör yükü katsayısını ifade etmektedir. Bu bilgiler doğrultusunda yetersiz faktör yükü sebebiyle faktör yapısını bozan ve analiz kapsamı dışında tutulması gerekli bir ifadeye rastlanmamıştır.

Tablo 2. Ölçeğin Maddelerinin Faktör Yük Değerleri

FAKTÖRLER	1	2	3	4	5
<b>Faktör 1: Cinsiyet Ayrımcılığı</b>					
İşyerinde uygunsuz davranışlarla karşılaşma (sözlü/fiziksel taciz vs.)	.892				
Kadın çalışanların, yeteneklerine göre daha düşük konumlarda çalıştırılmaları	.867				
Kadınların fiziksel olarak mutfakta çalışmak için uygun olmadığının düşünülmesi	.840				
İşyerinde olabilecek krizleri yönetemeyeceğimin düşünülmesi	.805				
Kadınlara erkeklere oranla daha çok mobbing yapılması	.801				
Yönetimin erkek egemen olması	.744				
İşe almada öncelikle erkeklerin tercih edilmesi	.738				
Terfi ve atamalarda öncelikle erkeklerin tercih edilmesi	.703				
Ücret düzeyinin erkek çalışanlara oranla daha düşük olması	.657				
Çalışma saatlerinin esnek olmaması	.605				
<b>Faktör 2: Mesleki Olarak Yetersiz Görülme</b>					
Yaptığım işin gereğinden fazla denetlenmesi		.849			
İşyerinde görüş ve düşüncelerimin dikkate alınmaması		.801			
Hatalarımın tekrar tekrar hatırlatılması		.783			
İş tecrübemin şu anda yapılan göreve uygun olmadığının düşünülmesi		.664			
Bana uygun sorumlulukların verilmemesi		.602			
<b>Faktör 3: Baskı Altında Tutulma</b>					
Bağırılmaya veya azarlanmaya maruz kalma			.756		
Yasal haklarıma yönelik talepte bulunmamam için baskı yapılması			.644		
Üstesinden gelemeyeceğim kadar iş yükü altında bırakılma			.639		
Yetiştirilmesi veya yapılması çok zor işlerin verilmesi			.577		
İşyerinde fazla mesai yapmamın istenmesi			.551		
<b>Faktör 4: Duygusal Baskı</b>					
İşyerinde dışlanma				.803	
İşyerinde düşmanca davranılması				.712	
İşyerinde yokmuşum gibi davranılması				.681	

Erkeklerin çeşitli ek ödemelerde kadınlardan daha fazla yararlanması	.655
Hizmet içi eğitimden yararlanmada öncelikle erkeklerin tercih edilmesi	.643
İşyerindeki eğitim ve kurs gibi programlardan öncelikle erkeklerin yararlanması	.549
İş yerinde çocuğumun hastalığı gibi ailevi önemli durumlarda izin verilmemesi	.518
<b>Faktör 5: Kadınlar Ev İşleriyle Özleştirilmesi</b>	
Kadın olmam gereği karar almada duygusal davrandığının düşünülmesi	.708
Kadınlara erkekler göre mutfakta daha fazla kaza yaptığının düşünülmesi	.695
Kadınlara erkekler göre daha sakar olduğunun düşünülmesi	.641
Erkeklerle kıyasla iyi/rahat iletişim kuramadığının düşünülmesi	.634
Ev işleri dolayısıyla mutfakta işlerimi aksattığının düşünülmesi	.605
Profesyonel mutfaklarda çalışan kadınların erkeklerle oranla daha fazla hasta olduğunun düşünülmesi	.562
<b>Özdeğer</b>	14.938 5.264 1.973 1.357 1.125
<b>Açıklanan Varyans</b>	41.711 16.265 6.891 4.237 3.714
<b>Açıklanan Toplam Varyans</b>	72.818
<b>Cronbach's Alfa</b>	0.946 0.891 0.874 0.83 0.791
<b>KMO</b>	.846
<b>Barlett Testi</b>	6340.019

$p < .05$

Kadın aşçıların çalışma hayatlarında cinsiyetleri dolayısıyla karşılaştıkları ayrımcılıkları belirleyebilmek için yapılan faktör analizi sonucunda kadınların en fazla karşılaştıkları ayrımcılığın Cinsiyet Ayrımcılığı olduğu belirlenmiştir. Cinsiyet Ayrımcılığı boyutunun altındaki maddelerin faktör yükleri .605 ile .892 arasında değişmektedir. Bu faktör toplam varyansa katkısı %41.711'dir. Cinsiyet Ayrımcılığı alt boyutunda kadın aşçıların faktör yüklerine göre sırasıyla uygunsuz davranışlarla karşılaşma, düşük konumlarda çalıştırılma, fiziksel olarak yetersiz görülme, erkekler göre daha fazla mobbing yapılması, yönetimin erkek egemen olması, işe almada, terfi ve atamalarda erkeklerin tercih edilmesi, ücretlerin erkekler göre düşük olması ve çalışma saatlerinin esnek olmaması sorunlarıyla karşılaştıklarını belirtmişlerdir.

Kadın aşçıların çalışma hayatlarında cinsiyetleri dolayısıyla ayrımcılığa uğradıklarını ifade ettikleri ikinci dereceden önemli olan faktör ise Mesleki Olarak Yetersiz Görülme faktörüdür. Mesleki Olarak Yetersiz Görülme boyutunun altındaki maddelerin faktör yükleri .602 ile .849 arasında değişmektedir. Bu faktör toplam varyansa katkısı %16.265'tir. Buna göre kadın aşçıların çalışma hayatlarında işlerinin gereğinden fazla denetlenmesi, görüş ve düşüncelerinin dikkate alınmaması, hatalarının sürekli hatırlatılması, tecrübelerinin yetersiz görülmesi ve kendilerine uygun olacak sorumlulukların verilmemesi nedeniyle mesleki olarak yetersiz görüldüklerini ifade etmektedirler.

Kadın aşçıların çalışma hayatlarında ayrımcılığa uğradıklarını düşündükleri üçüncü derecede önemli faktör Baskı Altında Tutulma'dır. Baskı Altında Tutulma boyutunun altındaki maddelerin faktör yükleri .551 ile .756 arasında değişmektedir. Bu faktör toplam varyansa katkısı %6.891'dir. Buna göre kadın aşçıların bağırlama ve azarlanma, yasal haklarını talep etmemeleri için baskı altında tutulma, fazla ve yapılması zor işler verilmesi ve fazla mesai yapılmasının istenmesi nedeniyle baskı altında tutulduklarını belirtmektedirler. Diğer taraftan kadın aşçıların çalışma hayatlarında ayrımcılığa uğradıklarını düşündükleri dördüncü dereceden önemli olan faktör ise Duygusal Baskı faktörüdür. Duygusal Baskı boyutunun altında yer alan maddelerin faktör yükleri .518 ile .803 arasında değişmektedir. Bu faktörün toplam varyansa katkısı %4.237'dir. Kadın aşçıların cinsiyetleri dolayısıyla iş yerlerinde umursanmadıklarını, düşmanca ve yokmuşlar gibi davranıldığını, erkeklere daha fazla ek ödeme yapıldığını, hizmet içi eğitim, diğer eğitim ve kurslardan erkeklerin daha fazla yararlandığını ve ailevi durumlarda izin verilmediğini belirtmektedirler.

Kadın aşçıların çalışma hayatlarında cinsiyetleri dolayısıyla karşılaştıkları beşinci derecede önemli olan faktör ise Kadınların Ev İşleriyle Özdeşleştirilmesi'dir. Kadınların Ev İşleriyle Özdeşleştirilmesi boyutunun altında yer alan maddelerin faktör yükleri .562 ile .708 arasında değişmektedir. Bu faktörün toplam varyansa katkısı %1.125'tir. Bu faktör altında yer alan önermelere göre kadın aşçıların karar almada duygusal olduklarının düşünülmesi, mutfakta erkeklere oranla daha fazla kaza yaptıklarının, sakar olduklarının ve iletişim yeteneklerinin iyi olmadığını düşünülmesi, ev işleri nedeniyle mutfaktaki işlerini aksattıkları ve erkeklere göre daha fazla hasta oldukları düşüncesi yer almaktadır.

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin veriler değerlendirildikten sonra veri setinin normal dağılım hipotezine uyup uymadığı çarpıklık ve basıklık katsayılarına bakılarak belirlenmiştir. Çarpıklık ve basıklık değerleri

incelendiğinde çalışma verilerinin normal dağıldığı belirlenmiş ve bu nedenle parametrik testlerin kullanılmasına karar verilmiştir.

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin veriler değerlendirildikten sonra veri setinin normal dağılım hipotezine uyup uymadığı çarpıklık ve basıklık katsayılarına bakılarak belirlenmiştir. Tablo 3'te faktör analizi sonucu elde edilen boyutların çarpıklık ve basıklık değerleri yer almaktadır. Ross ve Willson'a göre (2017: 13) çarpıklık ve basıklık değerlerinin  $\pm 3$  arasında olması verilerin normal dağıldığını göstermektedir.

*Tablo 3. Değişkenlere Ait Basıklık ve Çarpıklık Değerleri*

ÖLÇEĞE AİT DEĞİŞKENLER	Basıklık	Çarpıklık	Gözlem Sayısı
Cinsiyet Ayrımcılığı	0,043	-0,575	
Mesleki Olarak Yetersiz Görülme	0,118	-1,159	
Baskı Altında Tutulma	0,081	-0,969	236
Duygusal Baskı	0,243	-0,968	
Kadınların Ev İşleriyle Özdeşleştirilmesi	0,046	-0,895	

Tablo 3'te yer alan ölçek değişkenlerine ait çarpıklık ve basıklık değerleri araştırma verilerinin normal dağılım varsayımını yerine getirdiğini göstermektedir. Bu nedenle araştırma hipotezlerinin analizinde parametrik testlerin kullanılmasına karar verilmiştir.

Tablo 4. Katılımcıların Yaş ve Meslekte Çalışma Süreleri Açısından ANOVA Çıktıları

FAKTÖRLER	DEĞİŞKENLER					
	Yaş	Ort.	SS	Meslekte Çalışılan Süre	Ort.	SS
Faktör 1: Cinsiyet Ayrımcılığı	≤20	3.25	0.91	≤1 yıl	2.80	1.18
	21-30	2.85	1.22	2-4 yıl	3.01	0.68
	31-40	3.58	0.88	5-7 yıl	3.25	0.83
	41-50	2.64	1.34	8-10 yıl	2.43	1.53
	≥51	2.77	1.29	≥10 yıl	2.97	1.01
	F=		LSD=		p=	LSD=
2.370	p= .45*	3>1	F= 2.721	.003*	3>2>5	
Faktör 2: Mesleki Olarak Yetersiz Görülme	≤20	2.19	1.45	≤1 yıl	2.71	1.18
	21-30	3.41	0.94	2-4 yıl	3.22	0.72
	31-40	3.15	1.01	5-7 yıl	3.05	1.98
	41-50	3.01	1.23	8-10 yıl	2.44	1.33
	≥51	2.27	1.36	≥10 yıl	3.10	0.90
	F=	p=	LSD=		LSD=	
1.714	.041*	2>1	F= 1.285	p= .276	2>5>3	
Faktör 3: Baskı Altında Tutulma	≤20	2.60	1.23	≤1 yıl	2.60	1.29
	21-30	3.68	0.75	2-4 yıl	2.51	1.15
	31-40	2.95	1.48	5-7 yıl	3.48	0.67
	41-50	3.10	0.97	8-10 yıl	2.14	1.04
	≥51	2.81	0.37	≥10 yıl	3.11	0.88
	F=	p=	LSD=		LSD=	
1.083	p= .37*	3>4	F= 3,687	p= .006	3>5	
FAKTÖRLER	Yaş	Ort.	SS	Meslekte Çalışılan Süre	Ort.	SS
	≤20	2.60	1.30	≤1 yıl	2.84	1.68
	21-30	3.33	0.97	2-4 yıl	2.03	0.92
	31-40	2.92	1.18	5-7 yıl	3.21	0.95
	41-50	2.44	1.35	8-10 yıl	2.55	1.35
	≥51	2.69	1.26	≥10 yıl	2.39	1.77
F=						
1.985	p= .068		F= 1.12	p= 3.81		
Faktör 5: Kadınların Ev İşleriyle Özleştirilmesi	≤20	2.60	1.46	≤1 yıl	2.63	0.68
	21-30	3.32	0.87	2-4 yıl	3.11	0.92
	31-40	3.15	0.98	5-7 yıl	2.87	1.24
	41-50	2.99	1.28	8-10 yıl	2.56	1.88
	≥51	2.84	1.34	≥10 yıl	2.80	0.28
	F=	p=	LSD=		LSD=	
.857	p= .564		F= 2.152	.048*	2>3	

 $p < .05$

Tablo 4'te kadın aşçıların faktör analizi sonucunda elde edilen alt boyutlarla yaş ve eğitim aldıkları alanlara ilişkin fark analizi yer almaktadır. Araştırmaya katılan katılımcıların cinsiyet ayrımcılığı ölçeği ve alt boyutlarına yönelik katılım düzeylerinin yaş ve meslekte çalışma müddetlerine göre farklılık gösterip göstermediğini belirleme adına Tek Yönlü Anova Testi yapılmıştır. Katılımcıların Cinsiyet Ayrımcılığı ( $F= 2.370, p<.05$ ), Mesleki Yetersizlik ( $F= 1.714, p<.05$ ), Baskı Altında Tutulma ( $F= 1.083, p<.05$ ) ve Kadınların Ev İşleriyle Özdeşleştirilmesi ( $F= 2.152, p<.05$ ) alt boyutlarının katılımcıların yaşlarına anlamlı bir farklılığın olduğu belirlenmiştir. Buna göre 31 ile 40 yaş arasında olan kadın aşçıların Cinsiyet Ayrımcılığı alt boyutuna katılma düzeyleri 20 yaş ve daha küçük yaştaki katılımcıların Cinsiyet Ayrımcılığı alt boyutuna katılma düzeylerinden daha yüksektir. 21-30 yaş arasındaki katılımcıların Mesleki Olarak Yetersiz Görülme alt boyutuna katılım düzeyleri ise 20 yaş ve daha küçük yaştaki katılımcılara göre daha yüksektir. Diğer taraftan 31-40 yaş arasındaki katılımcıların Baskı Altında Tutulma alt boyutuna katılım düzeyleri 41-50 yaş arasındaki katılımcılara göre daha yüksektir. Kadın aşçıların duygusal baskı ve kadınların ev işleriyle özleştirilmesi alt boyutlarına katılım düzeylerinin yaş gruplarına göre farklılık göstermemektedir ( $p>.05$ ).

Katılımcıların meslekte çalışma sürelerine ilişkin yapılan analizler sonucunda katılımcıların Cinsiyet Ayrımcılığı ( $F= 2.721, p<.05$ ), Mesleki Olarak Yetersiz Görülme ( $F= 1.285, p<.05$ ), Baskı Altında Tutulma ( $F= 3,687, p<.05$ ) ve Kadınların Ev İşleriyle Özdeşleştirilmesi ( $F= 2.152, p<.05$ ) alt boyutlarının meslekte çalışma sürelerine göre anlamlı bir farklılığın olduğu belirlenmiştir. Buna göre 5-7 yıl arası bir süredir çalışan kadın aşçıları 2-4 yıl arası çalışan kadın aşçılara ve 2-4 yıl arası çalışan kadın aşçıları ise 10 yıl ve daha fazla süredir çalışan kadın aşçılara göre Cinsiyet Ayrımcılığı alt boyutuna katılım düzeyleri daha yüksektir. Mesleki Olarak Yetersiz Görülme faktörü için 2-4 yıl arası bir süredir çalışan katılımcılar 10 yıl ve daha fazla süredir çalışan katılımcılara göre ve 10 yıl ve daha fazla süredir çalışan katılımcılar ise 5-7 yıl arası çalışan katılımcılara göre katılım düzeyleri daha yüksektir. 5-7 yıl arası çalışan kadın aşçıların 10 sene ve daha fazla müddette çalışan kadın aşçılara göre Baskı Altında Tutulma faktörüne katılım düzeyleri daha yüksekken 2 ile 4 yıl arası çalışan katılımcıların 5 ile 7 yıl arası çalışan katılımcılara göre Kadınların Ev İşleriyle Özleştirilmesi faktörüne katılımları daha yüksektir. Kadın aşçıların duygusal baskı alt boyutuna katılım düzeylerinin öğrenim durumlarına göre farklılık göstermemektedir ( $p>.05$ ).

**Tablo 5: Katılımcıların Öğrenim Durumu ve Eğitim Alanı Grupları Açısından ANOVA Çıktıları**

FAKTÖRLER	DEĞİŞKENLER					
	Öğr. Durumu	Ort.	SS.	Eğitim Alanı	Ort.	SS.
<b>Faktör 1:</b> Cinsiyet Ayrımcılığı	Ortaöğretim	2.34	1.41	Türizm Mes. Lis.	2.60	1.20
	Ön Lisans	2.44	1.59	Aşçılık	3.18	0.89
	Lisans	3.28	1.85	Gastronomi	3.22	0.77
	Lisansüstü	2.36	1.39	Beslenme	2.94	0.95
		<b>F= 2.670</b>	<b>p= .044</b>	<b>LSD= 3&gt;2&gt;4</b>	<b>F= 3.181</b>	<b>p= .025*</b>
<b>Faktör 2:</b> Mesleki Olarak Yetersiz Görülme	Ortaöğretim	2.86	1.43	Türizm Mes. Lis.	2.63	1.17
	Ön Lisans	2.85	1.37	Aşçılık	2.87	1.10
	Lisans	2.87	1.17	Gas. ve Mut. San.	3.03	1.01
	Lisansüstü	2.36	0.90	Beslenme	3.37	1.15
		<b>F= .503</b>	<b>p= .734</b>	<b>F= 2.868</b>	<b>p= .037*</b>	<b>LSD= 4&gt;1, 4&gt;2</b>
<b>Faktör 3:</b> Baskı Altında Tutulma	Ortaöğretim	2.83	1.32	Türizm Mes. Lis.	2.41	1.27
	Ön Lisans	3.01	1.23	Aşçılık	2.99	0.97
	Lisans	3.06	1.17	Gas. ve Mut. San.	3.05	1.07
	Lisansüstü	2.57	0.99	Beslenme	2.94	1.24
		<b>F= .947</b>	<b>p= .447</b>	<b>F= 2.402</b>	<b>p= .068</b>	
<b>Faktör 4:</b> Duygusal Baskı	Ortaöğretim	2,65	1.15	Türizm Mes. Lis.	2.37	1.17
	Ön Lisans	3.23	0.86	Aşçılık	3.28	0.92
	Lisans	3.07	0,72	Gas. ve Mut. San.	2.88	0.89
	Lisansüstü	2.43	0.90	Beslenme	2.10	1.25
		<b>F= 1.866</b>	<b>p= .017</b>	<b>LSD =2&gt;3</b>	<b>F= 3.945</b>	<b>p= .009*</b>
<b>Faktör 5:</b> Kadınların Ev İşleriyle Özleştirilmesi	Ortaöğretim	2.87	1.19	Türizm Mes. Lis.	2.56	1.24
	Ön Lisans	2.81	1.06	Aşçılık	2.90	1.11
	Lisans	2.93	0.97	Gas. ve Mut. San.	2.96	1.06
	Lisansüstü	2.45	0.79	Beslenme	2.67	1.05
		<b>F= 1.036</b>	<b>p= .389</b>	<b>F= 1.592</b>	<b>p= .192</b>	

$p < .05$



Tablo 5'te kadın aşçıların faktör analizi sonucunda elde edilen boyutlarla öğrenim durumları ve eğitim aldıkları alanlara fark analizi yer almaktadır. Araştırmaya katılan kadınların cinsiyet ayrımcılığı ölçeği ve alt boyutlarına katılım düzeylerinin öğrenim durumları ve eğitim almış oldukları alanlara göre farklılık gösterip göstermediğini belirleme adına Tek Yönlü Anova Testi yapılmıştır. Katılımcıların Cinsiyet Ayrımcılığı ( $F= 2.670, p<.05$ ) ve Duygusal Baskı ( $F= 1.866, p<.05$ ) alt boyutlarına öğrenim durumlarına yönelik farklılığı istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir. Buna göre Lisans öğrenim düzeyine sahip katılımcıların Cinsiyet Ayrımcılığı alt boyutuna katılma düzeyleri ön lisans ve lisansüstü öğrenim düzeyine sahip katılımcıların Cinsiyet Ayrımcılığı alt boyutuna katılma düzeylerinden daha yüksek ve ön lisans öğrenim düzeyine sahip katılımcıların Cinsiyet Ayrımcılığı alt boyutuna katılma düzeyleri lisansüstü öğrenim düzeyine sahip katılımcılardan daha yüksektir. Çalışma kapsamına alınan kadın aşçıların ön lisans öğrenim düzeyine sahip katılımcıların lisans öğrenim düzeyine sahip katılımcılara göre Duygusal Baskı alt boyutuna katılma düzeyleri daha yüksektir. Kadın aşçıların mesleki olarak yetersiz görülme, baskı altında tutulma ve kadınlar ev işleriyle özleştirilmesi alt boyutlarına katılım düzeylerinin öğrenim durumlarına göre farklılık göstermemektedir ( $p>.05$ ).

Yapılan analizler sonucunda çalışmaya katılan kadın aşçıların Cinsiyet Ayrımcılığı ( $F= 3.181, p<.05$ ), Mesleki Olarak Yetersiz Görülme ( $F= 2.868, p<.05$ ) ve Duygusal Baskı ( $F= 3.945, p<.05$ ) alt boyutlarının eğitim alınan alana göre farklılık gösterdiği istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Buna göre Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümünden mezun olan katılımcıların Cinsiyet Ayrımcılığı alt boyutuna katılma düzeyleri Aşçılık ve Beslenme bölümlerinden mezun olan katılımcılara göre daha yüksektir. Diğer taraftan Aşçılık bölümünden mezun olan katılımcıların Cinsiyet Ayrımcılığı alt boyutuna katılma düzeyleri Beslenme bölümünden mezun olan katılımcılara göre daha yüksektir. Beslenme bölümünde eğitim alan katılımcıların Mesleki Olarak Yetersiz Görülme alt boyutuna katılma düzeyleri Turizm Meslek Lisesi ve Aşçılık bölümünde öğrenim gören katılımcılara göre daha yüksektir. Çalışma kapsamına alınan kadın aşçılardan Aşçılık bölümünde eğitim alan katılımcılar Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümünde eğitim alan katılımcılara göre Duygusal Baskı alt boyutuna katılma düzeyleri daha yüksektir. Bununla birlikte Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümünde eğitim alan katılımcıların Duygusal Bakı alt boyutuna katılma düzeyleri Beslenme bölümünde eğitim alan katılımcılara göre daha yüksektir. Katılımcıların baskı altında tutulma ve kadınlar ev işleriyle özleştirilmesi alt boyutlarına katılım düzeylerinin öğrenim durumlarına göre farklılık göstermemektedir ( $p>.05$ ).

## 5. Sonuç ve Öneriler

Günümüzde insanların artan gelir ve refah düzeyi, uluslararası sınırların ortadan kalkması, daha çok kişinin daha uzun süreler seyahat etmesi, dışarda yemek yemenin bir ihtiyaç haline gelmesi gibi nedenlerden dolayı yiyecek içecek endüstrisinin hızla gelişmesine neden olmuştur. Bu durum yiyecek içecek işletmelerindeki istihdamın da artmasına sağlamıştır. Ancak yiyecek içecek endüstrisinin her alanında çalışan kadınlara yönelik bir ayrımcılığın olduğu görülmektedir. Özellikle söz konusu işletmelerin arka kısmı olarak da ifade edilen mutfak kısmında çalışan kadın aşçıların eğitim, yetenek, bilgi gibi özellikleri bir kenara bırakılarak sadece kadın oldukları için belirli işleri yapamayacaklarına inanılmaktadır. Bu ayrımcılık daha iş ilanında başlamakta, çalışma koşullarında, ücret ve terfi olanakları gibi pek çok konuda devam etmektedir.

Çalışma kapsamına alınan kadın aşçıların önemli bir kısmı orta yaşlı, lisans mezunu ve 2-7 yıldır çalışmaktadır. Bununla birlikte katılımcıların yine önemli bir kısmı Gastronomi ve Mutfak Sanatları ya da Aşçılık bölümü mezundur. Çalışma sonucunda farklı özelliklere sahip olan kadınlar farklı açılardan ve sadece cinsiyetlerinden ötürü ayrımcılığa maruz kaldıkları belirlenmiştir. Bu ayrımcılık cinsiyetleri dolayısıyla sözlü ya da fiziksel olarak taciz edilmekten bir çalışan olarak haklarını alamamaya, kadın evinde çalışır düşüncesinden bağırılıp azarlanmaya kadar çok geniş bir skalada değerlendirilebilir. Şüphesiz bunun tam tersi olduğu, kadın aşçılara gereken değerin verildiği işletmelerde söz konusudur ancak kadın aşçıların bu sorunlarla sıklıkla karşılaştığı da gerçektir.

Çalışma sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde profesyonel mutfaklarda çalışan 20 yaşından küçük, mesleğe yeni başlamış ya da uzun süreli tecrübesi olmayanlar, üniversite düzeyinde öğrenime sahip ve Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümünden mezun olanlar daha fazla uygunsuz davranışlarla karşılaşma, düşük konumlarda çalıştırılma, fiziksel olarak yetersiz görülme, erkeklere göre daha fazla mobbing yapılması, yönetimin erkek egemen olması, işe almada, terfi ve atamalarda erkeklerin tercih edilmesi, ücretlerin erkeklere göre düşük olması ve çalışma saatlerinin esnek olmaması sorunlarıyla karşılaşmaktadır. Bu sonucun nedeni 20 yaşından küçük olan katılımcıların hem iş tecrübelerinin az olması hem de iş hayatındaki tutum ve davranışlarını tam olarak netleşmemesinden kaynaklanabilir. Bununla birlikte kadın aşçıların meslekte çalıştıkları süre arttıkça daha az cinsiyet ayrımcılığına maruz kaldıkları göstermektedir. Konu ile ilgili hem Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı hem de Belediyelere bağlı olan yiyecek içecek işletmeleri ücret uygulamaları, çalışma saatleri, ek ücretler,

terfi kriterleri açısından denetlenerek cinsiyet ayrımcılığı yapmayanlar akredite edilirken yapan işletmelere belirli yaptırımlar uygulanabilir. Taciz ve mobbingin engellenmesi için ise sadece kadın aşçılar için değil hangi iş kolunda çalışırsa çalışsın tüm kadınları koruyacak yasalar çıkartılabilir.

Mesleki Olarak Yetersiz Görülme boyutu için 2-4 yıl arası bir süredir çalışan katılımcılar 10 yıl ve daha fazla süredir çalışan katılımcılara göre ve 10 yıl ve daha fazla süredir çalışan katılımcılar ise 5-7 yıl arası çalışan katılımcılara göre katılım düzeyleri daha yüksektir. Bu sonuç mesleğe yeni başlayan ve 10 yıldan daha uzun süredir çalışan kadınların daha fazla mesleki olarak yetersiz görüldüklerini göstermektedir.

Mesleki Olarak Yetersiz Görülme boyutu için 21- 30 yaş arası, 2-4 yıl arası ile 10 yıl ve daha fazla süredir çalışan ve Beslenme bölümünde eğitim alan kadın aşçıların daha fazla işlerinin gereğinden fazla denetlenmesi, görüş ve düşüncelerinin dikkate alınmaması, hatalarının sürekli hatırlatılması, tecrübelerinin yetersiz görülmesi ve kendilerine uygun olacak sorumlulukların verilmemesi sorunlarıyla karşılaşmaktadırlar. Bu sonuç iş yerinde çalışanların Beslenme alanını aşçılıkla bağdaştıramamalarından, genç ve az tecrübesi olan kadın aşçıların bilgi ve becerilerine güvenilmediğinden ve/veya bu kadın aşçıları işyerinden uzaklaştırmak amacıyla yapılıyor olabilir. 20 yaş ve daha küçük yaşta olan kadın aşçılar genellikle yiyecek içecek işletmelerinde alaylı ya da orta öğrenim mezunu olarak çalışmaktadır. Ancak 21-30 yaş arası katılımcıların önemli bir kısmı lisans ya da ön lisans mezunu ve aşçılık mesleğini yapmak için gerekli eğitim kurumundan yetki almış kişilerdir. Dolayısıyla bu kişilerden mesleki beklenti daha yüksektir. Üniversite düzeyinde öğrenime sahip ve Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümünden mezun olan kadın aşçıların cinsiyet ayrımcılığına uğradıklarını düşünmelerinin nedeni bu alanda üst düzey eğitim almış olmalarından ve meslekleriyle ilgili gerekli unvan ve yetkiye sahip olduklarını düşünmelerinden kaynaklanıyor olabilir. Diğer taraftan 10 yıl ve daha fazla süredir çalışan kadın aşçıların da yükselme ihtimallerine karşı mesleki olarak dışlama ile onları yıldırma düşüncesi ile yapılıyor olabilir. Bu konuda akademisyenler ve aşçılarla ilgili dernek ve federasyonlar bir araya gelerek kadın ve erkek gözetmeksizin her bir pozisyonun gerektirdiği yaş, tecrübe ve mezun olunan alan ile tanımlamalar yapabilir, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından bu iş tanımlarına uygun çalışanların istihdam edilip edilmediği denetlenebilir.

Çalışma kapsamına alınan ve Aşçılık bölümünde eğitim alan kadın aşçılar Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümünde eğitim alan katılımcılara göre daha fazla umursanmama, düşmanca ve yokmuşlar gibi davranılma, erkeklere daha fazla ek ödeme yapılması, hizmet içi eğitim, diğer eğitim ve kurslardan

erkeklerin daha fazla yararlanması ve ailevi durumlarda izin verilmemesi sorunlarıyla karşılaşmaktadır. Yiyecek içecek işletmeleri içerisindeki hiyerarşik yapının net olarak belirlenmesi ve karar alma süreçlerinin işleyişine ilişkin haritaların oluşturulmasının umursanmama sorununu çözeceği düşünülmektedir. Diğer taraftan hizmet içi eğitim, diğer eğitim ve kurslara katılıma ilişkin çalışanlar arasında cinsiyet gözetmeksizin kimin mesleki olarak eksiklikleri varsa onlara bu imkanların verilmesi sadece çalışanların mesleki gelişimine değil aynı zamanda işletmenin istihdam kalitesine de yansıtacaktır.

Elde edilen sonuçlara göre 31-40 yaş arasında olan ve 5-7 yıldır profesyonel mutfaklarda aşçı olarak çalışan kadınlar bağırılma ve azarlanma, yasal haklarını talep etmemeleri için baskı altında tutulma, fazla ve yapılması zor işlerin verilmesi ve fazla mesai yapılmasının istenmesi nedeniyle baskı altında tutulduklarını ifade etmektedirler. 31-40 yaş arası insanların yaptıkları mesleklerde en fazla yükselme şansına sahip oldukları dönemdir. Çünkü bu dönem hem yeterince deneyim kazanıldığı hem de insanların hala son derece enerjik olduğu zamanlardır. Bu nedenle kadınlara bağırma/azarlama, fazla ve zor işler verilmesi, fazla mesai yapmalarının istenmesi gibi davranışlarla kadınların baskı altında tutulmaya çalışıldığı düşünülmektedir. İnsan Hakları Evrensel Bildirgesine göre yasalar önünde ve sosyal hayatta tüm insanlar eşittir ve hiç kimse başa birinin kişilik haklarına saldıramaz. Dolayısıyla bağırılma ve azarlanma, yasal haklarını talep etmemeleri için baskı altında tutulma, fazla ve yapılması zor işlerin verilmesi ve fazla mesai yapılmasının istenmesi gibi konular zaten sadece kadın aşçılar için değil tüm çalışanlar ve insanlık için kabul edilemez bir hak ihlalidir.

Çalışma sonucunda elde edilen sonuçlardan bir diğeri ise 2-4 yıldır çalışan kadınların daha fazla karar almada duygusal olduklarının düşünülmesi, mutfakta erkeklere göre daha fazla kaza yaptıklarının, sakar olduklarının ve iletişim yeteneklerinin iyi olmadığını düşünülmesi, ev işleri nedeniyle mutfaktaki işlerini aksattıkları ve erkeklere göre daha fazla hasta oldukları sorunlarıyla karşılaşmaktadır. Bu sonuç ise beklenen bir sonuçtur. Nitekim 2-4 yıldır çalışanların mesleki tecrübeleri az olduğu için daha kolay kazalar yapabilir, daha duygusal olabilir, mesleki iletişim kurma konusunda daha çekingen davranabilirler.

Bu çalışmada bazı sınırlılıklar bulunmaktadır. Öncelikle çalışmada örneklem belirleme yoluna gidilmiş ancak hedeflenen örnekleme ulaşılamamıştır. Diğer taraftan zaman, maddi imkanlar gibi nedenlerle çalışma İstanbul ili sınırlarında gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla elde edilen sonuçlar örneklemeden elde edilen verilerle kısıtlıdır. Diğer taraftan profesyonel mutfaklarda çalışan

kadın aşçıların maruz kaldıkları cinsiyet ayrımcılıklarını belirleyebilmek için daha önceden yapılan çalışmalardan yararlanarak hazırlanan anket formu kullanılmış, katılımcılara diğer sorunlarını ifade edebilecekleri açık uçlu sorular sorulamamış, çalışma sonuçları katılımcıların anket sorularına verdikleri cevaplarla sınırlı kalmıştır.

Son olarak, hem bu çalışmada hem de sınırlı sayıda da olsa daha önce yapılmış olan çalışmalarda kadın aşçıların çalışma hayatlarında cinsiyetleri dolayısıyla çeşitli ayrımcılıklara maruz kaldıkları ifade edilmiş ve bu sorunun çözümü için önerilerde bulunulmuştur. Ancak hem bu çalışma hem de benzer konularda daha önceden yapılmış olan çalışmalar sonucunda mutfakta kadınların cinsiyetleriyle ilgili ayrımcılığa uğramamaları için yapılan öneriler oldukça yersizdir. Çünkü yapılan işin cinsiyeti olmadığı gibi işi yapanın da cinsiyetinin önemi yoktur. Önemli olan işin en iyi şekilde yapılmasıdır.

## Kaynakça

- Albayrak, A. (2019). Yiyecek içecek endüstrisinde kadının yeri ve sorunu. A. Vatan içinde, *Turizmde Kadın Olmak* (141-160), İstanbul: Değişim Yayınları.
- Alparslan, A. M., Bozkurt, Ö. Ç. ve Özgöz, A. (2015). İşletmelerde cinsiyet ayrımcılığı ve çalışan kadınların sorunları. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(3), 66-81.
- Arshad, S. H. (2020). Gender discrimination and job satisfaction. *International Journal of Scientific Research and Management*, 8(5), 4136-4150.
- Aşık Akşit, N. (2014). Konaklama işletmelerinde cam tavan sendromu kavramsal bir değerlendirme. *Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi*, 3(9), 84-103.
- Aşkın, E. Ö. ve Aşkın, U. (2018). Çalışma yaşamında kadına yönelik mobbing: bankacılık sektöründe bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 9(24), 255-282.
- Atman, Ü. (2012). İşyerinde psikolojik terör: mobbing. *Sağlıkta Performans ve Kalite Dergisi*, 3(1), 157-174.
- Avcı, U. ve Kaya, U. (2013). Yıldırma algısı ve etkileri: hizmet sektöründe bir araştırma. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi*, 68(2), 1-25.
- Bingöl, R. (2015). *Restoran İşletmeciliği: Restoranlar ve Lokantalar Nasıl Yönetilir?*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Bozok, D. ve Korkmaz, M. (2019). Profesyonel mutfakta kadının yeri ve sorunu. A. Vatan içinde, *Turizmde Kadın Olmak* (ss. 191-206), İstanbul: Değişim Yayınları.
- Bulut, S. ve Göktürk, G. (2012). Mobbing: işyerinde psikolojik taciz, *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 53-70.
- Büyükköztürk, Ş. (2014). *DeneySEL Desenler: Öntest-Sontest, Kontrol Grubu, Desen ve Veri Analizi*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Çelik, M. ve Akar Şahingöz, S. (2018). İş yaşamında cinsiyet ayrımcılığı: kadın aşçılar örneği. *Journal of Tourism And Gastronomy Studies*, 6(3), 370-383.
- Demir, M. (2011). İş yaşamında ayrımcılık: turizm sektörü örneği. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8(1), 760-784.
- Deniz, A. C. (2014). *Çalışma yaşamında kariyer yönetimi kapsamında, kadınlara yönelik cinsiyet ayrımcılığı*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Yaşar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,
- Druckman, C. (2010). Why are there no great women chefs?. *Gastronomica*, 10(1), 24-31.
- Gürsoy, D. (1995). *Yemek ve Yemekçiliğin Evrimi*. İstanbul: Kurtiş Matbaacılık.

- Field, E., Krivkovich, A., Kügele, S., Robinson, N. & Yee, L. (2023). *Women in the work place*. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/gender-equality/women-in-the-workplace-2017>, Erişim Tarihi: 01.09.2023.
- Kakşa, D. (2022). *Mutfak çalışanı kadınlara yönelik ön yargular ve cinsiyet ayrımcılığı*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Kartal, M. (2014). *Emek piyasasında kadın çalışanlara yönelik cinsiyet ayrımcılığı: Kahramanmaraş tekstil sektörü örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kılıç, D. ve Öztürk, S. (2014). Türkiye’de kadınların işgücüne katılımı önündeki engeller ve çözüm yolları: bir ampirik uygulama. *Amme İdaresi Dergisi*, 47(1), 107-130.
- Kocacık, F. ve Gökkaya, V. B. (2005). Türkiye’de çalışan kadınlar ve sorunları. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 6(1), 195- 219.
- Maviş, F. (2003). *Endüstriyel Yiyecek Üretimi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Pilcher, J. M. (2006). *Food in World History*, New York: Routledge.
- Ross, A. & Willson, V. L. (2017). *Basic and Advanced Statistical Tests: Writing Results Sections and Creating Tables And Figures*. Rotterdam: Sense.
- Topoğlu, S. (2007). *Kadın istihdamında fırsat eşitsizliği toplumsal dışlanma; Türkiye-AB karşılaştırması*. <http://nek.istanbul.edu.tr:4444/ekos/TEZ/43306.pdf>, Erişim Tarihi: 10.08.2023.
- World Travel and Tourism Concil. (2017). [wttc.org//media/files/reports/policy%20research/gender\\_equality\\_and\\_youth\\_employment\\_final.pdf](http://wttc.org/media/files/reports/policy%20research/gender_equality_and_youth_employment_final.pdf), Erişim Tarihi: 03.08.2023
- Yavuzer, Y. ve Çivilidağ, A. (2014). Sağlık çalışanlarında iş yerinde mobbing ile yaşam doyumu arasındaki ilişkide depresyonun aracı rolü. *Düşünen Adam: Psikiyatri ve Nörolojik Bilimler Dergisi*, 27(2), 115-125.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yetiş, Ş. A. ve Çalışkan, N. (2020). Turizm sektöründe kadın istihdamı: mevcut duruma ilişkin bir değerlendirme. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(3), 105-119.
- Yılmaz, Ö. ve Yılmaz, Y. (2013). *Yiyecek İçecek İşletmeciliği*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Zencir, E. (2015). *Endüstri Devrimi ve Mutfaklara Etkisi içinde Gastronomi Tarihi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

## Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği: Mardin Yöresel Yemeklerinin Yapılış Farklılıkları, Ev ve İşletmelerin Karşılaştırılması

Merve Sağlam<sup>1</sup>

Aleyna Aktemur<sup>2</sup>

### Özet

Jeopolitik olarak bulunduğu konum itibarıyla Mardin birçok şehir, kültür ve toplum ile etkileşim halinde bulunmaktadır. Mardin'in bu kozmopolit ve 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.

### Amacı

Bu çalışma kapsamında Mardin mutfak kültürünün sürdürülebilirliği, yöresel lezzetlerin daha çok kitleye hitap edilen restoranlarda bulunma durumu ve yapılış ve içerik farklılıkları üzerinden incelenmesi amaçlanmıştır.

### Araştırma Yöntemi

Bu çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği uygulanarak veri toplanmıştır. Toplanan verilerin analizi yapılmış ve bulgular kısmında sunulmuştur.

### Bulgular

Yapılan araştırma sonucunda Mardin yöresel ürünlerinin işletmeler tarafından yeteri kadar kullanılmadığı belli ürünlerin bulunduğunu bazı ürünlerin ise

1 Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Yüksek Lisans, merve.saglm99@gmail.com

2 Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Yüksek Lisans, aktemuraleyna3675@gmail.com



sipariş üzerine yapıldığını ve bu ürünlerin yapılarındaki farklılıklar olduğunu görülmüştür.

### **Sonuç ve Öneriler**

Çalışmada elde edilen bulgulara göre, yöresel ürünlerin birçoğunun restoranlar tarafından yapılmadığı, tüm restoranların benzer ürünleri çıkardığı görülmüştür. Ürünlerin tamamının yapılmamasına sebep olarak, tüketicilerin talepleri, maliyet kontrolü ve zahmetli yapım aşamaları gösterilmektedir. Ayrıca elde edilen bulgular, Mardin'in yöresel yemeklerinin zaman içinde birtakım değişikliklere uğradığını göstermektedir. Bu değişiklikler işletmelerin ve ev hanımlarının tercihlerinden ve yeni tatlar denemek istemelerinden kaynaklanmaktadır. Ancak bu değişiklikler genellikle yemeklerin asıllarını koruyarak gerçekleşmiştir.

Birçok yemeğin orijinal tarifinde kuzu eti kullanılırken günümüzde dana eti kullanılmaya başlanmıştır. Sebze ağırlıklı yemeklerde ise sebze çeşitleri ve pişirme yöntemlerinde değişiklik yapılmıştır. Yapılan tüm değişiklikler, maliyetlerden ve tüketicilerin tercihlerinden kaynaklanmaktadır.

Yöresel ürünlerin orijinal halinin korunması için Türk Patent Kurumu tarafından tescillendirilip, orijinal reçeteleri belirlenmesi ürünlerin korunmasına ve tanıtılmasına olanak sağlayabilir. Restoranlar yöresel yemeklere menülerinde yer verirken orijinal standart reçetelerine uygun hazırlamaları ürünlerin korunmasına destek olacaktır.

### **Orijinalliği/Değeri**

Araştırma, yöresel ürünlerin ticari bir amaç için üretilmeye başlandıktan sonra değişim yaşayıp yaşamadığını anlamak açısından önemlidir. Ayrıca bu çalışma, Mardin'in yöresel mutfak kültürünün gelecekteki evrimini anlamak ve korumak için önemli bir kaynak teşkil etmektedir. Literatür taraması sonucunda yöresel yemeklerin ticari işletmelerde yaşadığı değişimleri karşılaştırmalı olarak inceleyen herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır.

## **1.Giriş**

Yöresel mutfaklar, yöresel ürünler toplumların tarihsel geçmişini yansıtan önemli oluşumların arasında yer almaktadır. Yöresel mutfak, bir toplumun kendine has özelliklerini, yaşayış şeklini, gelişimini ve tarihini içinde barındırmaktadır. Tarih boyunca yöresel ürünler kuşaklar arasında öğrenilerek günümüze kadar gelmiştir. Bugün dahi bu yemeklerin yapımının öğrenildiği ilk kaynak aile büyükleridir. Ancak bu ürünlerin yapım aşamalarının uzun ve zahmetli olması, yemek yapımına ayrılacak vaktin sınırlı olması gibi nedenler bireyleri daha kolay ulaşılan yiyeceklere yöneltmiştir. Toplumların değişen yaşam şartları göz önüne alındığında gelenekselden kopuş yaşandığı düşünülebilir. Son yıllarda gastronomi turizminin gelişmesiyle birlikte yöresel

olanın önemi artmış ve korunması yönünde bilinç oluşturulmaya çalışılmıştır. Gastronomi turizmi, şehirlerin veya destinasyonların yöresel ürünlerini ön plana çıkarmasına yönelik atılan adımlardan biridir (Aksoy ve Sezgi, 2015). Destinasyonlar ise bu turizm bağlamında bölgelerindeki yöresel ürünleri ön plana çıkararak tercih edilme oranlarını artırmaya çalışırlar. Yöresel lezzet odaklı işletme sayılarının gün geçtikçe artması bunun bir göstergesi olarak görülebilir. Mardin bu konuda son yıllarda hızla ilerleme kaydeden şehirler arasında yer almaktadır. Gastro turistler gitmek istedikleri yerlerin yöresel ürünlerini deneyimleme amacıyla yola çıkan kişilerdir ve araştırmalarını buna yönelik yaparak seçerler (Güllü ve Atasoy, 2020).

‘Güneydoğu Anadolu bölgesinde tarımın doğduğu Mezopotamya olarak bilinen coğrafyada konumlanmış olan Mardin verimli toprakları sayesinde çok fazla yöresel ürüne sahiptir. Bu avantajlı durum farklı din ve etnik kökenlerin varlığıyla daha da perçinlenmiş ve ortaya zengin ve köklü bir mutfak kültürü çıkmıştır’ (İflazoğlu ve Yaman, 2020,8). Bu çalışmada mutfak kültürü açısından zengin olan Mardin ilin yöresel ürünleri literatür taraması yapılarak belirlenmiş ve bu ürünlerin evlerdeki ve ticari işletmelerdeki yapıları arasındaki farklara bakılarak ürünlerin geleceğe nasıl aktarıldığı üzerine bir inceleme yapılmıştır.

## 2. Literatür Taraması

### 2.1. Mutfak Kültürü

Kültür kelimesi Türk Dil Kurumu’nda (TDK, 2022) ‘Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü’ olarak tanımlanmaktadır. Bir toplumun kültürünü oluşturan birçok etken bulunmaktadır. Bunlardan başlıcaları sosyolojik yaşam, bölgenin coğrafi konumu, tarihi ve geçmişi olarak sıralanabilir. Aslan-Ceylan (2017)’ın aktardığına göre; ‘Toplumların maddi ve manevi değerlerinin, yaşam tarzlarının, gelenek ve göreneklerinin oluşturdukları bütüne “kültür” adı verilir’. (s. 3). Solmaz ve Altınar (2018) ise kültürü çoklukla, bir toplumun, bir etnik grubun veya bir milletin düşünsel, sanatsal, teknik ve felsefi ürünlerini ve varlıklarını içeren, bu topluluğun, etnik grubun veya milletin diğerlerinden ayıran özgün karakteristik özelliklerinin toplamı olarak tanımlamaktadır.

Yapılan kültür tanımlarında sayılan bileşenlerle iç içe olan bir diğer kavram ise mutfak kültürüdür. Sahip olunan kültürel özellikler, uzun süreçlerin sonucu olan birikimler toplumların geçmişi, şimdisi ve geleceğine

dair sunduğu bilgilerle birlikte mutfak kültürünü de tanıtmaktadır. Mutfak kültürü toplumların her bileşenini içinde barındırmakta ve bütün bunların doğrultusunda şekil alıp, toplumun yapı taşlarını oluşturan önemli noktalara sahiptir. Yaşam alanlarının belirlenmesi amacıyla yürütülen mücadeleler, komşuluk ilişkileri, ticaret rotaları, düğünler ve göçler sonucu meydana gelen yer değişiklikleri gibi etkenler, çeşitli toplumların birbirlerini etkilemesine katkıda bulunarak farklı mutfak kültürlerinin oluşmasına sebep olmuştur (Aslan-Ceylan, 2017). Mutfak kültürü bir kültürün ve geleneğin en uzun süre yaşayan parçasıdır. Bir başka deyişle, bir toplumun çok farklı kimliklerinin bir arada kaynaştığı ve milli duyguların en çok hissedildiği mutfaklar, günlük yaşam biçimlerinin, dini inançların, alışkanlıkların, gelenek ve göreneklerin bir aynasıdır (Sormaz vd., 2016). Mutfak kültürü, sosyo-kültürel açıdan hem belirli bir ulusun veya kültürün özgün bir kimliğini yansıtan hem de farklı ulusları birbirine yakınlaştıran bir araç olarak işlev görmektedir. Yiyecek hazırlama, dağıtma ve tüketme süreçleri, toplumsal ilişkilerin egemen tipini herhangi bir toplum içinde yansıtmaktadır (Savgın ve Zengin, 2019).

Dünya üzerinde ekonomik, sosyal, kültürel, tarihi, coğrafi konum, iklim şartları açısından farklılara sahip toplumların var olması yeme-içme şekilleri, ritüelleri bakımından birçok farklı mutfak kültürünün oluşmasını sağlamıştır. Su kaynaklarına yakın bölgelerin mutfak kültürü balıkçılık ve deniz ürünleri üzerineyken su kaynaklarına uzak bölgelerin kültürleri daha çok çiftçilik ve hayvancılık üzerine kuruludur. Verilen bu örnek mutfak kültürü farklılığına dair en basit örnek olarak görülebilir.

Türk mutfak kültürüne baktığımızda ise coğrafi olarak kritik bir noktada olması, şehirlerin kozmopolit yapıda olması, kervan yollarının üstünde yer alması bugün dünya üzerinde önemli mutfakların arasında ilk üçe girmesini sağlayan köklü bir mutfak kültürüne sahip olmasını sağlamaktadır. Türkiye coğrafi konum açısından ülkede bulunan yedi bölgede farklı mevsimlerin yaşanmasına olanak sağlar. Ayrıca her bölge farklı özelliklere sahip olduğu için farklı kültürler oluşmuştur. Güler (2010)'e göre; Türk toplumu yemek çeşitleri, tadı ve özelliği bakımından zengin bir kültüre sahiptir. Bu zenginliğin ortaya çıkmasında Türk toplumunun göçebe geçmişe sahip olması, kendi kültürünü koruyarak farklı medeniyetlerle tanışması, coğrafya, din ve beslenmeye önem veren bir topluluk olması gibi faktörler etkili olmuştur (Seyitoğlu ve Çalışkan, 2014). Türk mutfağını Türkiye'de yaşayan kişilerin beslenmelerinde kullandıkları besinler, bu besinlerin içeriği, hazırlama yöntemleri, korunması, kullanılan araç-gereçler, yeme içme kuralları ve mutfak kapsamında gerçekleşen tüm uygulamalar bütünü olarak açıklayabiliriz. **2.2.Yöresel Mutfak Kültürü**

Yöresel mutfaklar buldukları bölgelere has ürünlerden oluşan mutfak türü olmakla birlikte bölgenin kültürünü, yaşayışını anlamamızı sağlamaya yardımcı olmaktadır. ‘Yöresel mutfak, belirli bir yöreye özgü yiyecek ve içeceklere değinirken, bunların belli yerel özellikleri taşıdığını ve belirli bir bölgeye ait olduğunu anlatmak için kullanılan bir kavramdır. Yöresel mutfak kavramının içerisinde yiyecek ve içeceklerin yanı sıra bölgeye has pişirme teknikleri, kullanılan araç gereçler, adetler gibi çeşitli bileşenler de yer almaktadır’ (Şengül ve Türkay, 2022, s.2). Anadolu’nun coğrafi bölgeleri ve iklimlerinden etkilenen yöresel yiyecekler, bu bölgelerde özgün mutfak kültürlerinin oluşmasına katkıda bulunmuştur (Işın ve Yalçın, 2020). Yöresel yemeklerin yöresel halkın geleneksel sunumlarıyla sergilenmesi, bölge kültürünü vurgulamak ve turistlerin ilgisini çekmek için önemlidir. Bu lezzetlerin standart tariflere uygun bir şekilde hazırlanması ve özgün bir şekilde sunulması, turistik destinasyonların çekiciliğini artırabilir ve yerel ekonomiye katkı sağlayabilir. Yöresel yemeklerin etkili bir şekilde pazarlanması, bölgede tercih edilme oranını yükseltebilir ve sürdürülebilir kalkınma fırsatları sunabilir (Kargıçlıoğlu ve Ayyıldız, 2018). Yöresel mutfak, belli bir bölgenin özelliklerinden ve belli bir destinasyondaki topluluğun mirasından üretilen ürünler olarak tanımlanmaktadır. Potansiyel turistleri cezbetmede çeşitli faktörler önemli rol oynamaktadır ve bunlardan biri de yerel mutfaklardır (Kaur, Lakhera ve Kumar, 2022). Yöresel yemekler, turistlerin seyahat motivasyonlarında belirgin bir yere sahiptir ve belirli bir coğrafi bölgeye veya yöreye özgü olarak üretilen, hazırlanan, tüketilen, sunulan ve tadı farklı olan yiyeceklerdir (Saatçi, 2019). Yöresel ürünler üretildikleri bölgeye özgü tat, aroma ve bileşim gibi özellikleri taşırlar (Bayat, 2020: 2642).

Yöresel mutfaklar bölgeden bölgeye değişiklik göstermektedir. Bu durumun temel sebebi her bölgenin kendine has sosyolojik ve kültürel farklılıklarının olmasıdır. Ayrıca yöresel mutfakların ortaya çıkmasında etkili olan faktörler genel olarak aşağıdaki gibi sıralanabilir (Şengül ve Türkay, 2022):

- Yöreye has yiyecek ve içecek ürünleri
- Dini Etkiler
- Milli Etkiler
- Gelenek ve görenekler
- Yeme içme alışkanlıkları
- Mevsimsel özellikler
- Coğrafi özellikler

- Tarihsel Birikim

### 2.3 Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği

Mutfak kültürü uzun yıllar öncesinden süregelen geleneklerin sonucu olarak ortaya çıkan ve kültürel miras olarak, kuşaktan kuşağa aktarılan önemli bir öğedir (Kaya ve Yaman, 2021). Mutfak kültürü bir bölgenin kültürünün yansıtılmasında en önemli parçalardan biridir. ‘Yeryüzünde ekonomik, sosyal, kültürel, coğrafi konum ve iklim açısından farklı birçok toplumun bulunması, mutfak ile ilgili bu kuralların toplumlar arasında değişmesine ve birbirinden farklı beslenme kültürlerinin ortaya çıkmasına yol açmıştır’(Aslan-Ceylan, 2017, s.3). Toplumlar birbirleri ile kültürel etkileşim halindedir. Bu etkileşim sırasında birbirlerine kültürlerini aktarırlar ve ne yazık ki bu aktarım sırasında birçok kültür unutulma, yok olma noktasına gelmektedir. Bu durumu önlemek amacıyla mutfak kültürlerinin sürdürülebilirliği çalışmalarına önem verilmelidir. Özellikle kırsal kesimde bazı yemeklerin tariflerinin kaybolması, yeni neslin bu yemekleri tanımaması anlamına geliyor. Yiyecek ve içeceğin uluslararası alanda tanınmasında ulusal yemek kültürünün korunması ve yemek kültürünün sürdürülebilirliği büyük önem taşımaktadır (Çekal ve Doğan, 2021). Mutfak kültürünün sürdürülebilirliğine katkı sağlayan bazı faaliyetler bulunmaktadır. Bunlardan en önemlileri gastronomi turizmi ve coğrafi işaretlerdir.

Gastronominin gelişimiyle birlikte ortaya çıkan Gastronomi Turizmi, yerel ürünleri ait oldukları bölgede deneyimleme motivasyonu ile yola çıkan turistlerin yapmış olduğu seyahatler olarak açıklanabilir. Aksoy (2015) ve Sezgi (2015)’in, Akgöl (2012)’den aktardığına göre:

Gastronomi turizmi genel anlamda insanların yiyecekler ve bu yiyeceklerle ilgili deneyimlerini tanımlayan bir kavramdır.’ Oldukça yeni olan bu kavram, ilk defa 1998 yılında Lucy M. Long tarafından farklı kültürleri yiyecek yoluyla ifade etmek amacıyla literatüre kazandırılan bir terimdir. Long, gastronomi turizmini, ‘bilinenden farklı bir mutfak kültüründeki yiyeceklerin tüketilmesini, hazırlanmasını, sunulmasını ve mutfağını, öğün sistemlerini, yeme biçimlerini keşfetmek amacıyla gerçekleştirilen turizm şekli’ olarak tanımlamıştır (Aksoy ve Sezgi, 2015, s..81).

Gastronomi turizminde, unutulmaya yüz tutmuş mutfak kültürlerinin, yöresel ürünlerin/lezzetlerin hak ettiği değeri görmesi, korunması ve geleceğe taşınması için atılmış önemli adımlardan biridir. Aynı zamanda, gastronomi turizmi, mutfak kültürlerinin korunmasını, tanınmasını ve gelecek nesillere aktarılmasını destekler ve sürdürülebilirliğini sağlar (Karaca ve Yıldırım, 2020). Toplumların yemek yeme alışkanlıklarının

evrimi ve yemek sosyalizasyonunun artan önemi, turizm faaliyetlerindeki canlılığın temel nedenlerinden biridir. Gastronomi turizmi, son yıllarda turistik destinasyonların cazibesinin önemli ve hızla büyüyen bir bileşeni haline gelmiştir. Bu turizm çeşidi, yiyecek üreticilerini, yemek festivallerini, restoranları ve belirli özel yiyecek yerlerini ziyaret etmenin yanı sıra özel bir yemeği tatmanın, üretim ve hazırlık süreçlerini gözlemlemenin veya ünlü bir şefin elinden özel bir yemeği yemenin ve belirli bir yemeğin hazırlık süreçlerini görmeyi içerir (Sormaz vd., 2016). Gastronomiyi turizm endüstrisi içinde çekici kılan faktörlerden biri, yeme ve içmenin turistler için en sevilen üç aktivite arasında yer almasıdır. Ayrıca, her yaş grubunun keyif alabileceği interaktif bir keşif odaklı etkinlik olarak deneyimlendirilir (Yentür ve Demir, 2022).

Mutfak turizmi, yerel kültürün ve bir bölgenin tanıtımının hayati bir parçasıdır (Kaur, Lakhera ve Kumar, 2022). Yiyecek ve içecek ile turizm arasındaki bu bağlantı, bölgesel kalkınmayı desteklerken, yerel kimliği, kültürü ve finansal koşulları güçlendirir. Dolayısıyla, gastronomi turizmi daha aktif bir şekilde teşvik edilmeli ve sürdürülmelidir (Sormaz vd., 2015). Gastronomi turizmi, köklü tarihi, yemek kültürü ve spesifik lezzetleri bulunan yerlere yapılmaktadır. Türkiye’de birçok bölge bu özellikleri barındırdığı için gastronomi turizmi amacıyla seyahat edilebilmektedir. Bu kriterlere bakıldığı zaman genelde Güneydoğu Anadolu Bölgesi özelde ise Mardin gastronomi turizmine elverişli bir destinasyon durumundadır. Gerek kültürel tarihi gerek yemek tarihi olarak köklü yapıya sahip olan Mardin bugün turizm açısından önem arz etmektedir. Bu çalışmada da turizm çekiciliği oluşturabilecek yöresel lezzetlerin işletmelerde yer alışı sırasında uğradığı değişimlerin incelenmesi yukarıda sayılan kriterler ölçüsünde önemlidir.

Coğrafi işaret kavramı, ‘bir malın belirli bir kalite, itibar veya diğer özelliklerinin kökeni bulunduğu coğrafi bölgeye atfedilmesi’ olarak tanımlanmaktadır (Usta ve Şengül, 2022, s.606). Coğrafi işaret kavramı, yerel ürünlerin korunması, belirli yasalarla koruma altına alınması (Doğancılı, 2020) ve bölgede yaşayan insanların bu ürünlerden faydalanmasını sağlamak amacıyla doğmuştur. Coğrafi işaretler, belirli bir il, bölge ile bütünleşen, diğerlerinden ayıran ve o il, bölge veya bölgenin ürününü ifade eden, kendine özgü bir kültür oluşturan işaret veya adlar olarak tanımlanmaktadır. Coğrafi işaretlerin ürün grupları tarım, el sanatları, sanayi ürünleri, doğal ürünler ve madencilik ürünleridir. Coğrafi işaretli ürünler çeşitli yönlü faydaları olan sosyal, kültürel ve ekonomik ürünlerdir (Yazıcıoğlu vd., 2019; Işın ve Yalçın, 2020; Saatçi, 2019). Coğrafi işaretler tarımsal ürünlerin ve gıda maddelerinin marka değerini korumak, tarım ve gıda endüstrilerinin

sürdürülebilir kalkınmasını teşvik etmek için kullanılmaktadır (Zhu, Zhu ve Sun, 2023).

#### **2.4. Mardin Mutfak Kültürü**

Mardin ilinin adının kökenine ilişkin farklı görüşler mevcuttur. Bazı araştırmacılar, ismin Süryanice “Merdo”, Ermenice “Mardi” veya “Marde” adlı kavimden türediğini savunurken, diğerleri Orrhoei (Urfa) ile Mardani Arap kabileleri arasında yer aldığı bilinen ve Yunanlıların Mygdone olarak adlandırdığı kabile isminden türediğini öne sürmektedir (Aydın vd., 2000). Bu tarihsel bağlama ek olarak, Mardin’in coğrafi ve kültürel özellikleri de dikkate değerdir. Mardin, tarihsel olarak Fırat ve Dicle nehirlerinin sularını kullanan verimli topraklarda bulunmasıyla bilinir. Bu bölgeler, tarım faaliyetlerinin doğduğu “Bereketli Hilal” olarak adlandırılır (Gürbüz vd., 2017; Bozkurt vd., 2019). Aynı zamanda, tarihi ticaret yollarının ve kültürel ilişkilerin kesiştiği önemli bir bölgedir (Sarı, 2010). Mardin, farklı inançlar ve dil gruplarının bulunduğu, çeşitli kültürlerin etkileşimde bulunduğu nadir şehirlerden biridir (Akbiyık, 2014).

Doğu Anadolu Bölgesi, Akdeniz Bölgesi ve Suriye ile komşu olan Mardin ayrıca Pers, Roma, Bizans, Abbasi gibi birbirinden farklı medeniyetlere de ev sahipliği yapmıştır (Bozkurt vd., 2019). Mardin, günümüzde de birçok etnik grubun bir arada yaşadığı topraklara ev sahipliği yapmaya devam etmektedir (Gürhan, 2017). Geçmişinde ve bugününde bu denli çeşitli medeniyete ev sahipliği yapan Mardin ili, bu çeşitliliğin izleriyle farklı kendine has bir kültür oluşturmuştur (Bozkurt vd., 2019).

Mardin’in bu zengin tarihsel ve kültürel mirası, yemek kültüründe de kendini gösterir. Zubaida ve Tapper (2003)’e göre Mardin mutfağı “Mezopotamya Mutfağı” olarak kabul edilmelidir. Bu, Türkiye, Suriye, Irak ve İran mutfaklarının Mezopotamya topraklarının gastronomik özelliklerine ev sahipliği yaptığını ve Mardin mutfağının da bu bölgelerin geleneklerinden etkilendiğini göstermektedir. Ayrıca, yöre halkının sürekli seyahat etmesi ve farklı yerlerden yeni ürünler getirmesi, Mardin mutfağını “tüccarların mutfağı” olarak da adlandırılmasına neden olmuştur (DİKA, 2011; Yarış, 2014). Bu zengin mutfak geleneği, Mardin ilinin yer aldığı Güneydoğu Anadolu bölgesinin genel mutfak kültürüyle de uyum içindedir. Bu bölge, Gaziantep, Diyarbakır, Şanlıurfa, Şırnak, Siirt, Adıyaman gibi diğer illerin yöresel lezzetleriyle de tanınmış bir bölgedir (Dilsiz, 2010). Yerel mutfaklar, özgün tatlar, çeşitli yemek türleri ve tariflerle ön plana çıkar ve kültürel etkileşimlerin bir sonucu olarak zenginleşir. Ayrıca, yerel mutfaklar, uluslararası mutfaklar aracılığıyla farklı kültürlerin etkisiyle gelişir ve aynı

zamanda şehirlerin sofistike damak zevklerine uyum sağlayarak kalite ve zarafet kazanır (Ifrazoğlu ve Yaman, 2020).

Güneydoğu mutfağına bakıldığında özellikle Arap toplumlarıyla büyük ölçüde etkileşim halinde olduğu görölmektedir. Bu bölge aynı zamanda yıllardır coğrafi konum açısından önemli keşişim noktasıdır. Ticaret yolları, sınırı olan ölkeler, toplumunun kozmopolit yapısı bölgenin kültürünün çok yönlü ve köklü olmasında büyük etkiye sahiptir. Bölgenin mutfak kültürüne bakıldığında baharatın, etin, unlu mamullerin, tahıl ve bakliyatın ön planda olduğunu görürüz. Özellikle kebab çeşitleri, bulgurdan yapılan içli köfte, çiğ köfte gibi ürünler, et ağırlıklı yemekler yörenin ölkede genelinde tanınmış yemeklerinden bazılarıdır (Arslan, 2010; Aslan-Ceylan, 2017).

Güneydoğu Anadolu bölgesinin diğer illeri gibi Mardin de birçok kültürden etkilenmiş, karma bir mutfağa sahiptir. Yemeklerinde acı-ekşi, tatlı-ekşi gibi birkaç tat birlikte kullanılmaktadır. Bölgedeki ürünlerin yemeklerde kullanılması, bölge mutfağının çeşitli yemeklerini zenginleştirmiştir. Yoğurdu pişirerek et, sebze ve tahılla birleştirecek hazırlanan yemek türleri oldukça yaygındır (Aksoy ve Sezgi, 2015). Farklılık olarak gördüğümüz diğer noktalar ise, kuruyemişlerin, meyvelerin ve meyve kurularının yemeklerde kullanılmasıdır. Buna sebep olarak bölge halkının yazın tüketilen ürünleri kış mevsiminde de kolayca tüketilebilmesi için farklı yollar aramaları gösterilebilir. Yağ olarak sarı yağ olarak da bilinen sade yağ kullanılmaktadır. Bunun yanı sıra eskisi kadar tercih edilmese de kuyruk yağı tüketimi de fazladır. Mardin'de zeytinyağı üretimi yapılmasına rağmen kullanımı azdır (Aksoy ve Sezgi, 2015. Dilsiz, 2010). Kullanılan ürünlerin çoğu zor pişen ürünlerden olduğu için yemeklerin yapım aşamaları uzun saatler almaktadır. Bölge genelinde olduğu gibi Mardin'de de aroma verici olarak sıklıkla soğan, sarımsak, salça, baharat, kuru nane ve maydanoz kullanılır.

'Mardin'de, yörenin en meşhur yemekleri daha çok köylerde yapılmakta olup, et ve süt ürünlerine hemen hemen tüm yemeklerde rastlanmaktadır. Sebzenin beslenme kültüründe yeri çok azdır. Tüketilen sebzelerin çoğu kışa hazırlık için kullanılmaktadır.' (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2005: 295). Mardin'e ait önemli içecekler başında mırra gelmektedir. Bir çeşit kahve olan mırranın hazırlaması uzun ve zordur. Hem Müslömanların hem de Hristiyanların bu kahveyi özel günlerde ikram ettikleri bilinmektedir. Uzun yıllardır yapılan ve genellikle yaz aylarında tüketilen diğer bir içecek ise meyan kökü şerbetidir. Sarbağ'aSabbag'a (2015) göre:

Kimilerine ağır gelen bir yapısı olsa da yöre halkı tarafından çokça tercih edilmektedir. Midyat üzümleri (mezrone ve kerkuş), Midyat kavunu, Yeşilli kirazı, Mardin bulguru ve Derik zeytini Mardin'e özđu tarımsal ürünler



arasındadır. Ayrıca buğdaya bağlı üretilen bulgurun, üzümünden elde edilen ürünlerin (pekmez, şarap, pestil, sucuk, kuru üzüm vb.), karpuz ve kavun çekirdeklerinden elde edilen çerezlerin, bademden üretilen imlebbesin (badem şekeri) ve sucuğun, tandır ekmeği ve peksimetin, Süryani ve Mardin çöreklerinin, süt ve et (özellikle kırmızı) ürünlerinin Mardin mutfağında oldukça ön planda olduğu bilinmektedir (s. 292).

Mardin Sembusek, Mardin Irok, Mardin Kebabı, Mardin Firkiye ve Alluciye (TÜRKPATENT, 2023), Mardin İkbet, Mardin İncasiyye, Mardin Kaburga Dolması ve Mardin Kibe yemekleri ile Mardin Harire, Mardin Kiliçe Çöreği, Midyat Acuru Mardin İmlebbes, Ömerli Kafroki Üzüümü, Midyat Kavunu, Midyat İnciri ve Mardin Bulguru coğrafi işaret alan ürünler arasındadır.

Mardin birçok yöresel lezzete ev sahipliği yapmaktadır. Bu ürünlerden çalışma içerisinde incelenmiş olanları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

No.	Yemek İsmi	Açıklayıcı Bilgiler
1.	Kaburga Dolması	Kuzu kaburganın içi etli bademli pilav ile doldurulup hazırlanır.
2.	Kibe	İşkemenin parçalar halinde doldurulup pişirilmesidir.
3.	Sembusek	Lahmacunun kapalı hali olarak adlandırılabilir.
4.	İncasiyye	Kuzu eti, siyah erik, kuyruk yağı, soğan ve pekmez karışımı ile yapılır.
5.	Acin	Bulgur, kıyma ve baharatlar yoğurulup üzerine yumurta kırılması ile yapılır.
6.	Alluciye	Kuzu eti, papaz eriği ve yeşil soğan ile yapılır.
7.	Doboo	Kuzu but, badem, tarçın, salça, soğan, sarımsak, maydanoz ve baharatlarla hazırlanan bir Süryani yemeğidir.
8.	Irok(kızartılmış)	Hamuru, bulgur, et ve baharatlardan yapılır. İç harcı ise kıyma ve baharatlardan oluşur.
9.	İkbet(haşlanmış)	Irokla hemen hemen aynı yapılp haşlanır.
10.	Alo Mihşi (Hindi Dolma)	Tüm hindinin etli bademli iç pilav ile doldurulmasıyla yapılır.
11.	Kitel Raha/ Kitel İKbar	Süryanilere özgü içli köfte olarak bilinir.
12.	Mardin Usulü Dolma	Dolma harcı kuyruk yağı ve parça et ile hazırlanıp sebzeler sumak suyu ile pişirilir.
13.	Kar'iyye	Kabak, pirinç ve etin baharatlar, salça ve sumak ile pişirilmesidir.
14.	Selcemiye	Beyaz şalgam, kuzu eti, soğan, nohut, kıyma ve pirinçle hazırlanır.

15.	Dahudiyet	Kuzu eti, çiğköftelik et, kuru soğan, domates salçası, pirinç, nohut, ile hazırlanan yuvarlamalı yemektir.
16.	Fırkiye	Kuzu eti, çapla, kabak ve yeşil soğanla hazırlanır.
17.	Kışkek	Kuzu eti, buğday ve nohut uzun süre pişirilerek hazırlanır.
18.	Döşimerki	Şehriyeli bulgur pilavının kuzu eti hazırlandığı halidir.
19.	Merge	Haşlanan hindi etinin yufka ile servisidir.
20.	Kinneberli pilav	Şehriyeli bulgur pilavının kinneber bitkisi ile pişirilmesidir.
21.	Yoğurt Çorbası	Kavrulmuş kıyma ve badem ile servis edilen yoğurtlu çorbadır
22.	Şiişe Çorbası	Şiişe bulguru, salça, kuru soğanla yapılan zeytinyağlı çorbadır.
23.	Lebeniye	Dövme buğday, yoğurt ve pekmez ile hazırlanan soğuk çorbadır.
24.	Harire	Un, su ve pekmez karışımından oluşan bir çeşit tatlıdır.
25.	Helevetil Cibné	Sadeyağ, un ve peynirden hazırlanan bir tatlıdır.
26.	Zingil	Kızartılmış hamurdan yapılan şerbetli bir tatlıdır.
27.	Löziye	Mardin bademinden yapılan bir çeşit kurabiyedir.
28.	Kahiye	Yufkalı, peynirli şerbetli bir tatlıdır.
29.	Imtabbaka	Zerde ve sütlacın ayrı pişirilip karıştırılmasıyla yapılan bir çeşit tatlıdır.

*Kaynak: Toprak, (2015); Yarış, (2014).*

### 3. Araştırma Yöntemi

Bu araştırmada, nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği uygulanarak veri toplanmıştır. Toplanan verilerin analizi yapılmış ve bulgular kısmında sunulmuştur. Görüşmeler yöresel yemekleri büyüklerinden öğrenen orta yaş ve üstü 12 ev hanımıyla ve en çok yöresel ürün sunumunun yapıldığı Eski Mardin'deki 10 işletmenin şefiyle yapılmıştır. Görüşme yapılan ev hanımları, tesadüfi yöntemlerden kolayda örnekleme ile seçilmişlerdir. Katılımcılara, demografik sorular dışında yöresel yemekler başlığı altında 6 soru sorulmuştur.

Çalışmanın evrenini Mardin'e ait tüm yöresel ürünler/yemekler oluşturmaktadır. Yapılan literatür çalışmaları sonucunda elde edilen bilgiler, Mardin yöresel yemeklerini sunan ticari işletmeler ve ev hanımları çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır.

#### 4.Bulgular

Araştırma kapsamında elde edilen bulgular Mardin'e ait yöresel yemeklerin Eski Mardin'de yer alan işletmeler ürünleri yapma içerik ve yöntemleri ve ev hanımlarının evlerde yapma şekli v hjoie yöntemlerine dair bilgileri sunmaktadır. Araştırma kapsamında daha çok ana yemekler üzerine durulmuş olup birkaç yöresel tatlı incelenmiştir. Ancak tatlı olarak her işletmede farklı ürünler sunulduğu için çalışmaya dahil edilememiştir. Çalışma boyunca birçok işletme ile görüşme yapılmış olsa da işletmelerin bazıları tarif vermemiş olup bazılarının yapımı diğer işletmelerle benzediği için yapılan tüm görüşmeler dikkate alınmamıştır. Bulgular Eski Mardin'de yer alan 6 işletme temsilcisi ve 12 ev hanımından alınan verilere dayandırılmıştır.

Yapılan görüşmelerden elde edilen bilgiler doğrultusunda yöresel yemeklerin neredeyse hepsinde belirli farklılıklar olduğu gözlemlenmektedir. Ancak bu farklılıklar çok dikkat çekici ya da köklü değişiklikler değildir. Yemeklerin asılları korunarak yeni dünyaya uyarlanmaya çalışılmıştır. Diğer taraftan bazen maliyetlerden dolayı bazen tercihlerden dolayı işletmeler değişim yoluna gitmek zorunda kalmıştır. Çalışma kapsamında yalnızca her işletmede ortak olarak bulunan ürünler ele alınmış olup ev hanımlarıyla da bu yemekler üzerine görüşme yapılmıştır.

Yapılan değişikliklere yemek bazında bakacak olursak ilk olarak kaburga dolmasını ele alalım. Kaburga dolmasının asıl yapılışında erkek kuzunun sağ kaburgası kullanılır. İçerisine Mardin'e ait badem konulur ve fırında pişirilir. Ancak bazı işletmeler kuzunun yağlı olmasından kaynaklanan ağırlığı istemedikleri için kuzu yerine daha az yağlı olan dana kaburgayı tercih etmektedirler.

Dobo yemeğine bakıldığında, yıllardır yapılan şekli kuzu bütün içerisine badem ve bol sarımsağın yerleştirilip dışına salçalı sade sosun sürülmesiyle tencere ya da fırında pişirilmesidir. Ancak şeflerin kendi yorumlarını katmasıyla birlikte kimi kutu tamamen kesip kullanıyor, kimi yalnızca içindeki kemiği çıkarıyor kimi ise üzerine derin çizikler atarak yapıyor. Dobo yemeğinde de aslında kuzu but kullanılır ancak zamanla dana but da kullanılır olmuştur.

Irok (kızartılmış içli köfte) yemeğine bakıldığında, dışında çekilmiş çığköftelik et kullanılır ve iç harcı da bol soğan, kıyma ve baharattan oluşur. Ancak zamanla maliyeti düşürmek ya da daha kolay yapabilmek için püre patates kullanmaya başlamışlardır. Kullanılan baharatlar artmış, ceviz konulan seçenekleri ortaya çıkmıştır. Toplumların etkileşimini gördüğümüz bir nokta olan Mardin'de aslında olmayan salçalı irok yapımıdır. Mardin'de

daha sade yapılırken diğer bölgelerle etkileşim sonucu İrok hamuruna salça konulmaya başlanmıştır.

İkbebet ise İrok yemeğinin kızartılmak yerine haşlanarak yapılan versiyonudur. Ancak bazen kullanılan bulgur çeşitleri değişmektedir. En temel fark ise İkbebet'in dış hamuruna et ya da patates konulmayıp İrok'dan daha sade ve daha uzun süre yoğurulmasıdır. İkbebet yemeği fazla değişiklik yaşamamış yemeklerdendir. Yalnızca kişilerin kendi isteklerine göre içine kattıkları değişmektedir.

Mardin Güveci; kuzu pizola ya da kuşbaşı et kullanılarak yapılan bir yemektir. Zamanla dana eti ya da süt danası kullanılmaya başlanmıştır. Sebze olarak işletmelerde patlıcan, biber, domates, sarımsak kullanılırken evlerde yapılan halinin içinde patlıcan olmadığını görmekteyiz.

Mardin Ekşili Dolma yemeği de çok değişikliğe uğramayan yemeklerden biridir. Yalnızca kişilerin kendi isteklerine göre içine kattıkları ya da çıkardıkları malzemeler değişmektedir. Temel özelliği sadece sumak suyu ile pişirilmesidir.

## 5. Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Son yıllarda yöresel mutfakların kültürel değerlerinin anlaşılmasıyla birlikte bu alanda birçok çalışma yürütülmektedir. Mardin ve yemek başlığı altında yapılan çalışmalara bakıldığında konunun birçok açıdan incelendiğini görmekteyiz. Gürhan (2017) çalışmasında Mardin ilini toplumsal değişime ve yemek kültürüne sosyolojik bir bakış açısıyla incelemiştir. Bu çalışmayla Mardin mutfağının toplumsal değişime etkisi ortaya konularak toplumsal değişimin de yemek kültürü üzerinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır.

Iflazoğlu ve Yaman (2020) ise çalışmalarında gastronomi urizminde yöresel mutfaklarının yer alma durumunu, Mardin ilinin yöresel yemeklerinin ticari işletmelerde bulunma halleri ile incelemiştir. Çalışma sonucunda Mardin'e ait 34 yöresel yemekten 14'ünün hiç yer olmadığını ortaya koymuşlardır. Ayrıca Toprak (2015) ise çalışmasında Mardin yöresel yemeklerini inceleyerek detaylı yapıları ile aktarmıştır.

Bu çalışmada incelenen Mardin mutfağının sürdürülebilirliği kapsamında yöresel yemeklerin restoranlarda bulunma durumu ve orijinal yapılarına göre farklılıkları da benzer çalışmalardan biridir. Çalışma bulgularının sonuçlarına göre, yöresel ürünlerin birçoğunun restoranlar tarafından yapılmadığı, tüm restoranların benzer ürünleri çıkardığı görülmüştür. Ürünlerin tamamının yapılmamasına sebep olarak, tüketicilerin talepleri, maliyet kontrolü ve zahmetli yapım aşamaları gösterilebilmektedir. Ayrıca

elde edilen bulgular, Mardin'in yöresel yemeklerinin zaman içinde birtakım değişikliklere uğradığını göstermektedir. Bu değişiklikler işletmelerin ve ev hanımlarının tercihlerinden ve yeni tatlar eklemek istemelerinden kaynaklanmaktadır. Ancak bu değişiklikler genellikle yemeklerin asıllarını koruyarak gerçekleşmiştir. Yemekler, yeni dünyanın getirdiklerine uygun olarak yenilenmeye çalışılmıştır.

Örneğin, kaburga dolması geleneğinde kuzu yerine dana kaburgası kullanılması veya Dobo yemeğinde kuzu yerine dana etinin kullanılması gibi değişiklikler, maliyetlerden ve tüketicilerin tercihlerinden kaynaklanmaktadır. Ayrıca şeflerin yaratıcılığı, yemeklerin sunumu ve hazırlanma şekillerini farklılaştırmıştır. İrok yemeği, özgün malzemeleri olan çiğköfte yerine püre patates ve daha fazla baharat kullanımıyla farklılaşmıştır. Ayrıca, başka bölgelerden etkilenerek salçalı ırok yapımı ortaya çıkmıştır. İkbebet yemeği ise sade ve uzun süre yoğrulmuş bir hamur olarak korunmuş, ancak içerisine kişisel tercihlere göre bazı malzemeler eklenmiştir. Mardin Güveci, et türü ve sebzeler açısından bazı değişikliklere uğramış, patlıcanın bazı versiyonlardan çıkarılması gibi farklılık göstermiştir. Mardin Ekşili Dolma yemeği ise temelde sumak suyu ile pişirilmeye devam edilmektedir.

Sonuç olarak, Mardin'in yöresel yemeklerindeki değişiklikler, geleneksel tatların modern mutfakla buluştuğu bir evrimi yansıtmaktadır. Bu değişiklikler, Mardin mutfak kültürünün sürdürülebilirliği bağlamında hem zenginliği koruma hem de yeni lezzetlerin keşfi açısından önemli bir rol oynamaktadır.

## Kaynakça

- Akbiyık, M. (2014). *Şanlıurfa ilinin turizm potansiyeli belirlenmesi ve planlamaya yönelik öneriler*. (Yayınlanmış Doktora Tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı.
- Aksoy, M. & Sezgi, G. (2015). Gastronomi turizmi ve Güneydoğu Anadolu bölgesi gastronomi unsurları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 79-89.
- Arslan, Ö. (2010). *Yabancı turistlerin yiyecek içecek işletmeleri, personeli ve Türk mutfağına ilişkin görüşlerinin değerlendirilmesi: Alanya örneği*. (Yayınlanmış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- AslanCeylan, J. (2017). *Mardin Mutfak Kültürü Üzerinde Bir Araştırma*. (Yayınlanmış yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Aydın, S., Emiroğlu, K., Özel, O., & Ünsal, S. (2000). *Mardin Aşiret-Cemaaat-Devlet*. İstanbul: Tarih Vakfı.
- Bayat, G. (2020). Kars'ın Yerel Yemekleri ve Yerel Ürünlerin Kars'taki Yiyecek İçecek İşletmelerinde Kullanımının Sürdürülebilir Gıda Kapsamında Değerlendirilmesi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2640-2654.
- Bozkurt, İ., Yıldırım, E., & Dağ, T. (2019). Mardin ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi: Swot analizi örneği. *20. Ulusal Turizm Kongresi (339-346)*, Eskişehir, Türkiye.
- Çekal, N. & Doğan, E. (2021). Sürdürülebilir gastronomide standart reçete ve coğrafi işaretlerin önemi. *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 4(1), 49-60.
- DİKA (Dicle Kalkınma Ajansı) (2011). *Mardin*. [http://www.dika.org.tr/photos/Mardin\\_YDO\\_Katalou.pdf](http://www.dika.org.tr/photos/Mardin_YDO_Katalou.pdf). Erişim Tarihi: 05.10.2023
- Dilsiz, B. (2010). *Türkiye'de gastronomi ve turizm (İstanbul örneği)*. (Yayınlanmış yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Doğancılı, O.S. (2020). GAP Turlarında coğrafi işaretli ürünlerin kullanıma ilişkin içerik analizi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 246-258.
- Güler, S. (2010). Türk Mutfak Kültürü ve Yeme İçme Alışkanlıkları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26, 24-30.
- Güllü, K. & Atasoy, B. (2020). Gastro-turistlerin seyahat özellikleri üzerine bir araştırma. *Uluslararası Türk Dünyası Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 1-12.
- Gürbüz, S., Özaltaş-Serçek, G., & Toprak, L. (2017). Mardin'in Unesco yaratıcı şehirler ağında "gastronomi kenti" olabilirliğine ilişkin paydaş görüşleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(1), 124-136.

- Gürhan, N. (2017). Toplumsal değişme ve yemek kültürü üzerine sosyolojik bir çözümleme: Mardin örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(54), 561-570.
- Iflazoğlu, N., & Yaman, M. (2020). Yöresel mutfakların gastronomi turizminde yer alma durumu: Mardin yerel restoran menülerinin incelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 1943-1957.
- Işın, A. & Yalçın E. (2020). Coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 2507-2522.
- Karaca, O.B. & Yıldırım, O. (2020). Arap mutfak kültürünün Adana gastronomi turizminin gelişmesindeki yeri: yerel halkın görüşleri. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(1), 41-55.
- Kargıgıoğlu, Ş. & Ayyıldız, S. (2018). Mutfak kültürünün sürdürülebilirliği bakımından yöresel yiyeceklerin menülerde yer alma düzeyi: Sinop ölçeğinde bir araştırma. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(86), 346-355.
- Kaur, R., Lakhera, H., & Kumar, A. (2022). The importance of regional food in gastronomy tourism -a case study of Haryanvi food. *Journal of Management and Entrepreneurship*, 16 (4), 73-80.
- Kaya, M. & Yaman, M. (2021). Hititlerden Anadolu'ya miras mutfak kültürü. *V Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi*, Sakarya: Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi.
- Saatçi, G. (2019). Coğrafi İşaretli Yiyeceklerin Tanıtım Unsuru Olarak Yöresel Yemekler Kapsamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 7(1), 358-374.
- Sabbağ, Ç. (2015). *Mardin Yeme İçme Kültürü. Fırat'tan Volga'ya Medeniyetler Köprüsü*. Yıldırım, Y. (Ed.). Adıyaman: Adıyaman Üniversitesi Yayınları.
- Sarı, E. (2010). *Kültür, Kimlik, Politika Mardin'de Kültürlerarasılık*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Savgın, E.C. & Zengin, B. (2019). Çiftlik turizmi faaliyetlerinin geleneksel mutfak kültürü sürdürülebilirliği açısından değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(1), 484-504.
- Seyitoğlu, F. & Çalışkan, O. (2014). Turizm literatüründe Türk mutfağı üzerine yapılan araştırmaların değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(4), 23-35.
- Solmaz, Y. & Altınır, D. D. (2018). *Türk Mutfak Kültürü ve Beslenme Alışkanlıkları Üzerine Bir Değerlendirme. Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 108-124.
- Sormaz, U., Akmeşe, H., Güneş, E. & Aras, S. (2016). Gastronomy in tourism. *Procedia Economics and Finance*, 39, 725 - 730.

- Şengül, S. & Türkay, O. (2022). *Türkiye'nin Yöresel Mutfaqları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Toprak, L. (2015). *Mardin ve Yemek Kültürü*. Mardin: Mardin Müze Müdürlüğü.
- Türk Dil Kurumu* (2022). *Kültür nedir?* <https://sozluk.gov.tr/>. Erişim Tarihi: 01.10.2023
- Coğrafi Ürün* (2023). *Mardin coğrafi işaretli ürünleri?*. <https://cografieurun.com/product-category/guneydogu-anadolu-bolgesi/mardin/>. Erişim Tarihi: 04.10.2023
- TÜRKPATENT, (2023). *Coğrafi işaretli ürünler*. <https://ci.turkpatent.gov.tr/veri-tabani>. Erişim Tarihi: 05.10.2023
- Usta, S. & Şengül, S. (2022). Türkiye'deki coğrafi işaretli yiyecek-içecek ürünlerinin analizi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), s.604-63.
- Yarış, A. (2014). *Mardin'de Gastronomi turizmi: Turist görüşlerine ilişkin bir uygulama*. (Yayımlanmış yüksek lisans tezi). Mardin Artuklu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mardin.
- Yazıcıoğlu, İ., Işın, A. ve Yalçın, E. (2019). Coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi: Akdeniz bölgesi örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(4), 861-871.
- Yentür, F. & Demir, C. (2022). Travel agencies' role in gastronomy tourism development and a gastronomy tour example. *Tolebo*, 4(2), 134-171.
- Zhu, H., Zhu, D., & Sun, J. (2023). Application of GC-IMS coupled with chemometric analysis for the classification and authentication of geographical indication agricultural products and food. *Frontiers in Nutrition*, 01-09.
- Zubaida, S. & Tapper, R. (2003). *Ortadoğu Mutfak Kültürleri*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.





## Safranbolu Halk Kültüründe Ritüellerin Önemli Gastronomi Unsuru: Zerde Tatlısı

Berrin Sarıtunç<sup>1</sup>

### Özet

Safranbolu Batı Karadeniz bölgesinde yer alan bir ilçedir. Önceleri Zonguldak'a bağlı iken 1994'te il olma özelliği kazanmış olan Karabük iline bağlanmıştır. "Korumanın Başkenti" sloganıyla 1995'te ise UNESCO dünya miras listesiyle koruma altına alınan Safranbolu, sadece evleri ve lokumu ile değil aynı zamanda Osmanlı mutfağının izlerini taşıyan yemek kültürüyle de önemli bir merkezdir.

Ülkemizde sınırlı alanda yetiştirilen, kendi ağırlığının bin katını boyayabilen ve pek çok mutfak kültüründe veya tıp alanında kullanılan safran bitkisi, Safranbolu'da da yetiştirilmektedir. İlçede her yıl bu isimle bir kültür festivali düzenlenmektedir. Bu festivalde kazanlarla zerde yapılıp dağıtılmakta, safranın ilçeye olan ekonomik katkısı ve tıbbi anlamda kullanımına dair söyleşiler yapılmakta, safran ile yapılan yemek yarışmaları düzenlenmektedir. Safran, ilçede lokum, kolonya ve kahve gibi pek çok yerde kullanılmakla beraber ilçedeki en köklü geleneği olan kullanımı özel günlerde hazırlanan zerde tatlısıdır. Bilindiği üzere insan hayatı doğum, evlilik, ölüm gibi evrelerden oluşmaktadır. Bu dönemlere halk kültüründe geçiş dönemleri adı verilmektedir. Bu dönemler etrafında şekillenen bir mutfak kültürünün de oluştuğu söylenebilir.

Çalışmanın konusunu oluşturan zerde, Safranbolu'da düğün, bayram gibi sevinçli günlerde yapılmakta olan safran ile harmanlanan nişastalı bir tatlıdır. Çalışmada öncelikle safran bitkisinden bahsedilmiş, ardından safran bitkisinin mutfak kültüründe kullanımına değinilmiştir. Ayrıca Safranbolu'da ana maddesi safran olan zerde tatlısı ritüelleri incelenmesi amaçlanmıştır.

Bu araştırma bir derleme makalesidir. Bu çalışmanın amacı Unesco tarafından koruma altına alınmış olan Safranbolu'nun sadece evleri ve lokumuyla değil gastronomik kimliğinin de var olduğunu ve bu kimlik etrafında gelişen ritüelleri kayıt altına almaktır.

1 Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Dil Eğitim-Öğretim Uygulama ve Araştırma Merkezi, Türkiye, berrinsaritunc@subu.edu.tr

## 1. Giriş

Karadeniz bölgesinin batısında yer alan denizden yaklaşık 65 km içerde bulunan ve Karabük'e bağlı Safranbolu, kent merkezine 8 km mesafededir. Safranbolu, coğrafi açıdan Bartın (Ulus), Kastamonu (Araç) ve Karabük (Merkez, Ovacık, Eflani) ile komşudur. Yazları sıcak geçen ilçede kışları soğuk, baharları ise ılıktır. Ayrıca Karadeniz ve İç Anadolu iklim özelliklerini bir arada taşımaktadır. Kış ve sonbahar aylarında oldukça yağış alan ilçede ilkbahar ve sonbahar oldukça uzun geçmektedir. Yıllık ortalama yağış miktarı 500 mm. ve nem oranı ise %60 civarındadır (Aksoy ve Kuş, 1996: 8). Kadim pek çok kent gibi Safranbolu'nun hangi dönemden bu yana yerleşim yeri olarak kullanıldığı hakkında net bir bilgi bulunmamakla beraber, jeolojik yapısı ve topografik görüntüsü bakımından ise Safranbolu'nun yerleşim merkezi olmadan önce sularla kaplı olduğu kabul edilmektedir (Ulukavak, 2007: 1).

Safranbolu ilçesi coğrafi açıdan engebeli bir arazi üzerinde yer alır. Safranbolu'nun yüzölçümü 1013 km<sup>2</sup> olup bunun önemli bir kısmı ormanlık alanlardan oluşmaktadır. Safranbolu'nun doğal güzellikleri arasında ormanlar, yaylalar, kanyonlar ve mağaralar gösterilebilir. Şehrin en düşük kesiminin rakımı 300, en yüksek noktası ise 1.750 metre ile Sarı Çiçek Tepesi olarak bilinen lokasyondur. İlçenin merkezinde en düşük yer 400 metre ve en yüksek ise yaklaşık 600 metre olup ortalama yükselti ise 500 metredir. Bunların haricinde su miktarı sınırlı olan ve büyük kanyonlardan meydana gelen çok sayıda küçük dereler vardır (Aksoy ve Kuş, 1996: 5).

Bunlardan Araç Çayı, Soğanlı Çayı ile bir araya gelerek Filyos Çayı üzerinden Karadeniz'e dökülür. İlçenin önemli yaylaları Sarıçiçek Yaylası ile Uluyayladır. Safranbolu'ya yaklaşık 8 kilometre mesafede olan Sarıçiçek Yaylası kamp ve dağcılık gibi sporlar açısından uygun özellikler taşır. İlçe merkezine 50 kilometre mesafede yer alan Uluyayla'nın ortasında bir gölet ve bunun içinde yeraltı nehri bulunan ayrı bir mağara bulunmaktadır. İlçenin jeolojik özellikleri arasında uzun ve dik kanyonlar ile derinlikleri kilometrelere ulaşan mağaraları yer almaktadır. Bu kanyonlar arasında en dikkat çekenleri İncekaya, Sakaralan ve Düzce kanyonlarıdır (Yaşar, 2004: 23-24).

Bulak bir diğer bilinen adıyla Mencilis Mağarası 6,5 km uzunluğu ile Türkiye'nin dördüncü büyük mağarası olup 400 metrelik bölümü ışıklandırılarak turizme hizmet etmeye başlamıştır. Ağzıkara Mağarası (Harmancık Köyü) sarkıt ve dikitleri açısından ilgi çekicidir. Bağlar (yüksekte) ve Çarşı alanı arasındaki ısı farklılıkları dikkat çeker. İlçe sakinleri tarafından Bağlar bölümü yazlık, Çarşı ise kışlık yaşam alanları olarak kullanılmaktadır.

Emecen (2008) İslam ansiklopedisinin Safranbolu maddesinde ilçenin adının nereden geldiğini şöyle açıklamaktadır: “Orta çağ eserlerinde geçen Dadibra adlı antik merkezin Safranbolu olduğu konusunda ortak görüş oluşmuştur. Türkler bu bölgeye Zalifre adını vermişler Dadibra/Zalifre kelimelerinin benzerliği Dadibra savını güçlendirmiştir. Ancak ilçenin bugünkü adı olan Za‘feran/Safran’ın Zalifre ile bir bağlantısı bulunmamaktadır. Yazıcıoğlu Ali’nin (XV. yüzyıl müellifi) Selçuknâme tercümesinde Zalifre/Zilifre’ye Burglu/Burgulu olarak kullanıldığı belirtilir. İbn Battûta ise XIV. yüzyılın ikinci çeyreğinde bölgeyi Borlu adıyla anlatmıştır. Osmanlı döneminde ise Borlu veya Taraklıborlu olarak bilinmiştir. Za‘feranborlu adı XVI. yüzyılın sonları ile XVII. yüzyılın başlarında ortaya çıkmıştır. Kâtib Çelebi’nin Cihannümâ’sının ilâveli neşrinde XVII. yüzyılda bölge Za‘feranborlu olarak anlatılmaktadır” (Emecen, 2008: 481-483).

Tunçözgür (1999: 128) çalışmasında ilçenin Osmanlı devleti zamanında stratejik nokta olma özelliğini koruyarak uzun süre sancak beyliği olduğunu, Sultan III. Selim’le beraber Safranboluluların sadrazamlık dahil üst düzey makamlarda vazifeler aldıklarını belirtmektedir.

Safranbolu, önceleri Zonguldak’a bağlı iken 1995’te Karabük’ün il olmasıyla beraber Karabük iline bağlanmıştır. İlçenin öne çıkıp dikkat çekmesini sağlayan olan 1994 yılında Unesco tarafından “Dünya Miras Listesi”ne girmesidir. İlçenin en önemli turizm unsuru 18. ve 19. yüzyılda inşa edilmiş, cumbalı, birbirinin güneşini kapatmayan, ahşap evleridir. Bu evler geleneksel Türk mimarisinin izlerini taşımakla beraber Türk aile yapısının da en güzel mikro örneklerinden biridir. Her bir oda bir ailenin hayatını idame ettirecek şekilde tasarlanmıştır. İlçenin yerleşim şekli bir çanak gibi düşünülebilir. Yazlık (Bağlar) denilen kısım çanağın üst kısmında geniş bahçeleri ve havuzlarıyla yaz sıcaklarında gidilen yer iken kışlık (Eski Çarşı) kısmı karasal iklime sahip ilçenin soğuk kış günlerinde daha korunaklı bir yaşam sürmesini sağlamak üzere konumlandırılmıştır.

İlçe, geleneksel evleri dışında pek çok tarihi ve doğal güzellikleriyle de turizm destinasyonlarında yer almaya başlamıştır. İki kanyonu birleştirerek su aktarılmasını sağlamak için yapılmış olan İncekaya Su Köprüsü ve etrafındaki cam kristal terası, kanyonlarda yürüyüş parkurları, zipline gibi aktiviteler ile turistlerin uğrak yerlerinden biri olmuştur. Yeni Hamam, Eski Hamam, İpek Yolu güzergahında yer alan ve kervanların uğrak yerlerinden Cinci Hanı, Osmanlı sadrazamlarından Köprülü Mehmet Paşa tarafından yaptırılan ve bahçesinde Osmanlı dönemine ait 95 güneş saatinden birinin yer aldığı Köprülü Mehmet Paşa Camii, Sadrazam İzzet Mehmet’in doğduğu yer olan İstanbul Nuruosmaniye’deki caminin bir küçük benzerini yaparak inşa

ettirdiği mihrabının üzerinde dönemin padişahı 3. Selim'in tuğrasının yer aldığı İzzet Paşa Camii, ahilik geleneğinin yaşatıldığı çarşıları, debbağlığın yaşayarak gezilebildiği 800 yıllık tabakhane dericilik müzesi, Hıdırlık Kalesi ile tarih, kültür ve doğa sevenlerin tercih ettiği yerlerden biri olmuştur.

Şehrin çevresinde Roma ve Bizans dönemine ait bulunan kaya mezarlar, tümülüsler, kabartmalar bulunmakta ve bölgeye ilgi gittikçe artmaktadır. Bununla ilgili film festivalleri ve şenlikler de düzenlenmektedir.

*Resim 1. Safranbolu'da her yıl düzenlenen altın safran festivalinin davetiyelerinden bir örnek*



*Kaynak: (Uluslararası Altın Safran Belgesel Film Festivali, 2023).*

Bu çalışma Unesco tarafından sit altına alınan konakları ve lokumuyla tanınan yaşayan açık hava müzesi olarak adlandırılan Safranbolu ilçesinin farklı bir yönünü özelde gastronomik kimliğini ve bu kapsamda gelişen ritüelleri mercek altına almıştır. Çalışma bir derleme makalesidir. Derleme, akademik çalışma olup araştırma makalelerine benzer bir süreç içerisinde hazırlanır. Derleme çalışmasının amacı ve araştırma soruları, bilgiyi elde etmede sistematik yöntemleri olup giriş, sonuç ve bulgulardan oluşur. Derleme kitaplardan daha çok araştırma makalelerine yakındır (Özer ve Görgülü: 4).

Derlemelerde veri olarak ikincil kaynaklar kullanıldığı için ciddi bir literatür taraması yapılır. İnternet bu açıdan araştırmacılara önemli olanaklar sağlıyor olsa da bu aşamada sadece veri tabanlarına odaklanmak da önemli bir kaynağı göz ardı etme riskini ortaya çıkarabilir (Callahan, 2014: 271). Bu açıdan tarama noktasında ulaşılan her eserin kaynakçası mercek altına

alınmalıdır. Callahan (2014: 275) bu durumu bir bakıma kartopu örneklem gibi görmüştür. Zira derlemelerde literatür, veri tabanlarıyla birlikte kitaplardan, devlet arşivlerinden veya editör eserlerinden de oluşabilir (Aaron, 2008: 185; FernándezRíos ve Buela-Casal, 2009: 329; LaRochelle vd., 2011: 790). Özetle detaylı bir araştırma için farklı tarama yöntemleri bir arada kullanılmalıdır.

Bu kapsamda veritabanları, tez merkezleri, devlet arşiv ve kütüphaneleri taranmış, alanla ilgili temel literatür kaynakları incelenmiştir. Bu süreçte geçiş dönemleri, safran, Safranbolu, zerde, özel gün tatlıları, gastronomik kimlik, gastronomi turizm kavramları üzerinde yoğunlaşarak çalışmanın genel çerçevesi oluşturulmuştur.

Kültür genel olarak bir toplumun yaşantısının tümü, diğer kültürlerden farklı yönleri ve sonraki nesillere aktardığı değerlerin toplamıdır. Bu yönüyle Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde en önemli unsur olan yeme, içme ve onun etrafında şekillenen inanç ve uygulamalar elbette ki kültürün baş öğeleri arasında yer alacaktır.

Küreselleşme ile meydana gelen dünyanın küçük bir köy haline gelmesi ve kelebek etkisiyle binlerce kilometrede meydana gelen bir olayını, akımın her yerde görülüp hissedilmesi tek tipleşme karşıtlığı, yereli koruma çabalarını ortaya çıkarmıştır. Bu anlamda popüler kültüre karşı duruş sergileyen ve toplumsal hafızamızın aktarılmasını sağlayan kültürel mirasın korunması ve nakli oldukça önem arz eden bir konudur.

Akmeşe, Ataman ve Aras'ın (2018) çalışmasında somut olmayan kültürel (yaşayan) miras olarak dil, ahlak, din, unsurların olduğunu belirtmiştir. Araştırmada yediğimiz yiyeceklerden, tatil anlayışımıza, inanç dünyamızdan, anlatılan hikayelere kadar her birinin bu kapsamda değerlendirilmesi gerektiği de ifade edilmiştir (Akmeşe vd., 2018:3601).

Türk mutfak kültürüne bakıldığında Orta Asya bozkırlarından gelen unsurların Selçuklu Osmanlı ve hâkim olunan üç kıtanın kültürel kodlarının harmanlandığı göze çarpmaktadır. Bu zengin mutfak kültüründe tatlıların her zaman önemli ve özel bir yeri olmuştur. *“Tatlı yiyip tatlı konuşmak”* ilkesinden hareketle doğum, ölüm, evlilik, sünnet, bayram, hac, askerlik gibi özel günlerin bu çerçevede şekillendiği görülmektedir.

### Safran bitkisi

Semitik kökene sahip kelime olan safran “sarı renk” anlamını taşır ve Türkçeye Arapça za'fran زعفران kelimesinden geçmiştir (Paşayeva, 2014: 11) “Kırmızı Altın / Red Gold / Golden Condiment” olarak adlandırılan

safran, yetiştiriciliğinin çok zor olması, makineli tarımı kabul etmemesi tamamen insan gücüne dayalı bir üretimle elde edilebilmesi, iklim bakımından da nadir floraya sahip yerlerde yetişebilmesi sebebiyle dünyanın en pahalı baharatları arasında yer almaktadır. Kendi ağırlığının yüz bin katını boyayabilen baharatın bu nadir üretimi maliyetini artırmıştır.

*Resim 2: Safran*



*Kaynak: (Kastamonu Köy Pazarı, 2023).*

Safran sadece bir baharat olmayıp ilaç sanayisinde, kozmetikte, boya maddesi olarak halk kültüründe de çeşitli tedavi yöntemleri ve yemeklerinde kullanılmaktadır. Özellikle 2010'dan bu yana yapılan araştırmalarda safranın antioksidan, antigenotoksik, antihipertansif, antikonvulzif, antiinflamatuvar, sitotoksik, antidepresan, antikanser etkilerinin olduğu belirlenmiştir (Abdullaev, 2006: 339). Safranın içerik zenginliği, hastalıklar konusunda farklı unsurların etki etmesi ve etkin dozda düşük toksisite etkisi göstermesi nedeniyle yeni ilaç geliştirmek için doğal kaynak olduğu kabul görmektedir (Caiola ve Canini, 2010: 1).

Safran sadece şifa kaynağı olarak değil, edebiyatta da mazmun olarak sıkça kullanılmıştır. Zâferân konusunda Divan edebiyatçılarının en önemli saptamalarından birisi de neşe verici ve mutlu edici özelliği ile antidepresif bitkisel ilaçlardan birisi olmasıdır. Darüşşifâlarda özellikle melankoli hastalarına yönelik hazırlanan ilaç karışımlarına eklenen zâferânın, hastalara koklatıldığı bilinmektedir. Bu açıdan psikolojik sorun içerisinde olan hastanın mutlu olması sağlanırdı. Onay (1992) çalışmasında düğünlerde genellikle safranlı pilav yapılmasının, eski İstanbul medreselerinde ise haftada iki

kez zerde pişirilmesinin morali yüksek tutmak adına yapılan bir uygulama olduğundan bahseder (Onay, 1992: 442). Özetle bu bitkinin depresif sorunları tedavi edici özelliği bulunmaktadır.

Yurdumuzda safran üretiminin en yoğun olduğu yerlerden biri aynı zamanda Altın Safran ismiyle kültür sanat film festivallerinin düzenlendiği Safranbolu'dur. İlçe bu kapsamda her yıl binlerce kişiyi ağırlamaktadır. Günümüzde İran başta olmak üzere safran üretimi yapan ülkeler ve üretim miktarları Tablo 1'de verilmiştir.

*Tablo 1. Dünyada safran üretim miktarı (2019-2020)*

Ülkeler	Ton bazında Üretim miktarı	Oransal dağılım
İran	404	85.05
İspanya	25	5.26
Afganistan	23	4.84
Hindistan	9	1.89
Yunanistan	8	1.68
Fas	3	0.63
İtalya	2	0.42
Çin	1	0.21
Toplam		

*Kaynak: Afganistan'da Safran Üretiminin Ekonomik Analizi, Rahmani P.M, Akdeniz Üniversitesi, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi (2021).*

## Safranın Önemi ve Kullanım Alanları

Safranın çok eski bir baharat olması nedeniyle birçok alanda değerlendirilmeye çalışılarak kullanım alanları oldukça çeşitlilik kazanmış ve yaygın bir kullanım alanına sahip olarak günümüze ulaşmıştır. Neredeyse dört bin yıldır tıbbi alanda kullanıldığı belirtilen safran bitkisinin 90 hastalığın tedavisinde kullanıldığı belirtilmektedir (Mousavi ve Bathie, 2011).

Safranın pahalı ve özel bir baharat olması sebebiyle birçok ülkede özel günlerde tercih edilmektedir. Safranın gıda kullanımlarına bağlı olarak en büyük tüketicisinin Araplar olduğu söylenmektedir. Small (2016) "Saffron (Crocus Sativus) the Eco-Friendly Spice" adlı çalışmada safran kullanılarak yapılan bazı özel yemeklere Hindistan'da Chicken Biani, Gulab Jamun, Jilebi, Almanya'da Schwenkfelder Cake'i örnek vermektedir. Alonso vd. (2012) "Saffron" çalışmasında ise Fransa'da Bouillabaisse, İspanya'da Arroz



con Pollo, Bacalao a la Vizcaina, Zarzuela, İtalya'da Risotto Milan Style örnek verilmiştir.

*Resim 3. Chicken Briani*



*Kaynak: (Tara, 2023).*

*Resim 4. Schwenkfelder Cake*



*Kaynak: (The Spelt Kitchen, 2022).*

Resim 5. Risotto Milan Style



*Kaynak: (Fariello, 2023).*

Serdaroğlu (2004: 394) çalışmasında özel günlerde tatlı ikram edilmesinin Türklerin tatlıya verdiği ehemmiyetin bir göstergesi olduğunu, zerde, baklava, aşure, helvanın olmadığı bir düğün ve taziye evinin, sünnet cemiyetinin olmadığını belirtmektedir.

Tezcan çalışmasında tatlının birleştirici işlevine değinmektedir. Özel ve anlamlı günlerde tatlı ikram etmek veya hediye olarak götürmek en yaygın gelenekler arasındadır. Bir işin tatlı ile başlaması öyle devam etmesi için bir temenni niteliğindedir. Tezcan, bunu aynı zamanda tatlı ikramının diğer tüm yemeklerden azade olarak servis edilebilme kolaylığına, gıda takviyesi hususunda da önemli bir unsura sahip olmasına bağlamaktadır (Tezcan, 2000: 98).

Kaymağı ile meşhur Afyon'da doğumdan sonra ziyarete geleneklere kaymaklı ekmek kadayıfı ikram edilirken, bebek ilk dişini çıkardığında yapılan "diş göllesi"nde fındıklı, bademli, narlı, nişastalı gibi besleyici öğelerden tatlı verilir (Çınar, 2018: 564). Aynı uygulama Konya'nın Ilgın ilçesinde de görülmektedir. Işık vd. (2017) çalışmasında bebek doğduğunda iyi temenniler için hediyelerle ziyarete gidildiğinde konuklara içeceğin yanında tatlı yiyeceklerin ikram edildiğini, söz nişan törenlerinde de yeni yuva kuracak çiftlerin evlilikleri mutlu ve huzurlu olsun diye baklava, lokum verildiğini bölgede de buna lokum yeme dendiğini ifade etmektedir (Işık vd., 2017:90).

Baysal (1984) çalışmasında baklava, helva, aşure gibi tatlıların Türk yemek kültüründe önemli olduğuna bu tatlıların özellikle kışın tüketildiğine ve ayrıca düğün, nişan zamanlarında gelin evinden damat evine ve karşılığında da damadın evinden gelinin evine sinilerle baklavaların gönderildiğine işaret etmektedir (Baysal, 1984: 52-53).

Bu gelenek Safranbolu'da da devam etmektedir. Safranbolu'da da düğün günü yatak odasına bir sini baklava bırakılmaktadır (Sarıtunç, 2021:130). Bu sininin tam ortasındaki dilim damat tarafından yenir, diğer kalan kısımlar ise düğünün ertesi gün el öpmeye giden gelin tarafından oğlan evine götürülür. Bu geleneğin devamı olarak bölgede ailelerin kaynaşması amacıyla düzenlenen varma-gelme yemeğidir. Düğünden bir hafta sonra ve genellikle pazartesi günü önce oğlan tarafı olmak üzere ailelerin birbirlerinin evinde misafir edilmesi söz konusudur (Sarıtunç, 2021: 133).

### Zerde

Osmanlı mutfak kültüründen bugüne gelen geleneksel tatlılardan biri olan zerde, safranla pişirilen ve altın sarısı rengini bu şifalı baharattan alan bir pirinç tatlısıdır (Pakalın, 2004: 653). Emevî halifesi ve Hz. Muhammed'in kâtibi Muaviye zerdeyi bulan kişi olarak bilinir. Muaviye, bu açıdan zerdecilerin ustası olarak görülür. O dönemde Hz. Hamza'nın şehit edilmesi sonucu sunulan ritüel yemeğinde kanı çağrıştıran safranla renklendirilen bu tatlı yapılmıştır. Ancak Osmanlı döneminde matemden daha çok önemli ve kutsal günlerin tatlısı haline gelmiştir. Önemli zaferlerden sonra, Ramazan ayında, sünnet ve düğünlerde, bayramlarda ve cuma günleri yapılmıştır. Buna bir gerekçe olarak da bitkinin güneş ve altına benzeyen sarı rengi gösterilebilir (Işın, 2009: 281-282).

Osmanlı devleti zamanında şekerin temininin zor ve pahalı olması nedeniyle tatlandırıcı olarak daha çok pekmez ve bal gibi doğal maddelerle yapılan zerde gibi tatlılar tercih edilmiştir (Samancı, 2016 :61).

Safran Selçuklu ile Osmanlı dönemlerinde en çok tüketilen baharatlar arasında yer gösterilmektedir (Çetin, 2008; Erdoğan, 2010; Faroqhi, 2006; Gürsoy, 2004, 90-91; Tezcan, 1982). Sarayda yaşayanların yeme olanağı olan zerdenin ana maddeleri şeker, pirinç ve nişastadır. Ayrıca Selçuklular ve özellikle Beylikler döneminde zerdeye belirli oranda gül suyu eklendiği bilinmektedir (Gizerler, 2004: 30). Osmanlı döneminde renk açısından safranla beraber öğütülmüş fındık ve badem kullanılmıştır (Bilgin, 2008a: 103). Evliya Çelebi Seyahatnamesinde bu tatlının ballı bademli, karanfilli ve tarçınlı olduğundan bahsetmektedir (Işın, 2009: 283).

Fatih döneminde zerde bugünkü gibidir. Safran, pirinç, şeker yerine eskiden bal veya pekmez ve su ile pişirilir. İmaret aşhanesinden cuma gecelerinde akşam pişer ve ekseri dane pirinç ile verilir. Softa taifesi, külliye talebesinin zerdeleri başka kazanda pişirilir. Ramazan gecelerinde pirinç ve zirbaç ile beraber dağtılır. Hatırlı misafirlerin sofrasına da misafirhanede lazım oldukça zerde konur. Fatih'in Eyübsultan vakfiyesinde Bayram ve

Mevlidi Nebevi günlerinde daima zerde verilir. Zirbaç da beraberinde sunulur (Ünver, 1952:27).

Genel bir yaklaşımla zerdenin pilavla birlikte ya da peşi sıra sunma uygulaması 15. yüzyıldan itibaren görülür (Işın, 2010: 412). Rodos'un fethi kutlamalarında (16. yüzyılın başları) bademli zerde ikram edilmiş, ayrıca Sultan Süleyman'ın şehzâdelerinin sünnet töreninde de sütlü zerde ikram edilmiştir (Işın, 2009: 282). Ayrıca III. Ahmet'in şehzâdelerinin düğününde ise 14 günde yaklaşık olarak 10 bin kişilik pilav ve zerde ikram edilmiştir (Gürsoy, 2004: 133-134). Kanunî döneminde, zafer kazanan askerlere zerde, pilav ve yahni ikram edilirdi. İlerleyen dönemde padişahlar ordunun yanında savaşa gitmediğinde askere, ulûfenin dağıtıldığı gün çorba, pilav ve zerde dağıtılırdı (Pakalın, 2004: 149).

Kanuni Sultân Süleyman, elde edilen zaferlerden dolayı askerler için ödül olarak pilav, zerde ve yahnidен oluşan ziyafet verdimiştir. Bu uygulama sonraki padişahlar tarafından da gelenek haline getirilmiştir (Tayyar-zâde Ata, 2010:320).

Anadolu'nun pek çok yöresinde zerde yaygın şekilde ikram edilmektedir. Çınar (2019) araştırmasında Kütahya'da zerdeli pilavın verilmesi yeni gelinin oğlan evine ve kendi yuvasına bereket, huzur ve ağız tatlılığı getirmesinin bir temennisi olduğunu belirtmektedir. Aynı şekilde Uşak, Manisa ve Manisa'da yeni evli çiftlerine evliliğinin bereketli olması, ağızlarının tatlı olması için zerde ikram edilmektedir (Çınar, 2019: 72). Gazelci (2021) çalışmasında Antalya ili Döşemealtı ilçesinde de düğün yemeklerinde zerde yapıldığını belirtmektedir.

### Safranbolu'da Özel Gün Tatlılarından Zerde

Yöresel ürünler bölgenin kültürel kimliğin bir parçasıdır. Bu bakımdan yöresel mutfak kültürünü merak eden seyahatçiler bir bakıma yerel kültür hakkında da bilgi sahibi olmaktadır (Lee, 2014: 20). Bu kişiler kültür turisti olarak görülmektedirler (Yüncü, 2010: 29). Bir coğrafyadaki mutfak kültürü o bölgedeki yerleşik yaşamla birlikte ortaya çıkan ve yüzyıllar boyunca birikerek devam eden ve yaşatılan bir kültürel mirastır. Yemek kültürü, geçmişten bugüne yaşanan topraklardaki gelenek, inançlar, görenek, sosyal ve ekonomik koşullar ve dini inanışlar gibi birçok unsur tarafından ortaya çıkar (Wahlqvist ve Lee, 2007: 2). Yemek kültürü, kişinin kimliğini ve ait olduğu kültürü hakkında önemli bilgiler sunar (Delind, 2006: 136).

Safranbolu tarihinin MÖ 3000 yıllarına uzanan köklü bir geçmişinin olması, kültürel turizm faaliyetleri açısından değerlendirilebilecek olan birçok turizm çeşidini içerisinde barındırdığı gibi özellikle yöresel yemek kültürü

bakımından da önemli bir yere sahiptir. Safranbolu genel olarak sayılı ana malzemeden oluşan ancak tarihi köklerinin zenginliklerini mutfağında da yansıtan kıymetli ve leziz bir gastronomik destinasyondur. Zengin sosyo-ekonomik yaşamı ve zengin fiziki çevresi ile tarihi boyunca gelişmiş bir konuma sahip olan Safranbolu, bugün UNESCO Dünya Miras Listesi'nde yer almaktadır (Canbulat, 2017). Safranbolu yemekleri incelenirken iki ayrı grupla karşılaşılmaktadır. Bir yanda 10. yüzyıldan beri bölgede varlığını sürdüren Türkmen mutfağı, diğer yanda Anadolu mutfağı bulunmaktadır. İlçe aynı zamanda ipek yolu kervan güzergahında yer alması, Osmanlı döneminde pek çok sadrazamın bölgeye katkı sunması, mübadeleye şahit olması gibi sebeplerle çeşitli mutfak kültürlerini bünyesinde toplamıştır (Canbulat, 2017).

Safranbolu'nun öne çıkan yemekleri arasında tereyağı ile pişirilerek ve genellikle bölgenin *nağza* olarak bilinen fasulyesiyle dilimlenmeden yapılan uzun fasulye yemeği, evde açılıp kurutulan yufkalarla yapılan ispanaklı ve kıymalı iç malzemelerden oluşan sin çöreği, torba yoğurdu ve kurutulmuş nane ile iç harcının hazırlandığı üçgen şeklindeki mantıya benzer yemek olan perohi, bol cevizli ve tereyağı kırk kattan oluşan ev baklavası, etli dolma ve zerde sayılabilir.

İlçe bazı ürünlerine coğrafi işaret olarak tescillendirmiştir. Bunlar lokum, safran, maniye domatesi, çavuş üzümü ve Safranbolu ktırıdır. İlçenin lokum ve yemeklerinde öne çıkan en önemli unsur olan safran dünyanın en pahalı baharatları arasında yer almakta ve kendi ağırlığının yüz bin katını boyayabilmektedir.

Anadolu geçiş dönemlerindeki yemek kültürüne baktığımızda kültürel kodlar bakımından olumlu yiyeceklerle çerçvelendiğini görürüz. Ekmek, tatlı gibi bolluğu bereketi, mutluluğu sembolize eden yiyecekler bir anlamda mesaj verir niteliktedir. Kastamonu'da kız istemeye giderken erkek tarafınca boş bir çanta götürülür. Kız tarafı eğer olumlu ise görücüleri uğurlarken çantaya ekmek koyarlar. *Ekmek umma* diye adlandırılan bu davranış kızın verildiğinin müjdecisidir (Açıkgöz, 2018: 46).

Bolluğu, bereketi simgeleyen bir diğer yiyecek de aşuredir. Aşure aynı zamanda dini bir anlamı da bulunan ve Safranbolu gibi Anadolu'nun pek çok yerinde Muharrem ayının on birinci günü çeşitli çerezlerin, baharatların karışımıyla yapılan bir tatlıdır. Safranbolu'da özel günlere ve bugün de verilen yemeklere çok önem verilir. Bu yemeklerde tatlı bulunmasına özellikle önem verilmektedir. İlçede özellikle nişan törenlerinde damat tarafının kaç adet beşi bir yerde taktığı önemli görülür. Çünkü takılan beşi bir yerde karşılığında kız evi de o kadar tepsi baklava yaptırılacaktır (Sarıtuç, 2021: 125).

İlçede baklava kadar önemli ve özel bir diğer yiyecek ise zerededir. Safranbolu ev baklavası da kırk kattan oluşması, tereyağı bol cevizle pişirilmesiyle oldukça maliyetli olmasına rağmen zerde de ana maddesi safranın oldukça pahalı olması sebebiyle özel günlerin önemli tatlısının başında gelmektedir. 1 gram safran yaklaşık olarak 100 liradır (Int 1).

Ramazan da ilçede önem verilen zaman dilimlerinden birisidir. İftar sofralarında ve diğer özel günlerde verilen tören yemeklerinde pirinç çorbası, et yemeği pilav, bamya veya fasulyenin ardından tatlı olarak zerde ikram edilmektedir. Bununla birlikte zerde sünnet ve düğün törenlerinde de baklava yerine yapılan tatlılardır. Özellikle düğünün bitmesinin ardından iki ailenin kaynaşması için yapılan *varma gelme*de gösterişli sofralar kurulur ve mutlaka zerde tatlısı yapılır. Hacılar döndüklerinde de kesilen kurban etlerinden yapılan yemeğin yanında zerde tatlısı kaselerde ikram edilmektedir. Canpulat, Safranbolu'da aşçılık yapan veya Safranbolu'da doğmuş büyümüş kadınlarla yaptığı mülakatlardan oluşan *Safranbolu Şehir Yemekleri* adlı kitabında ilçede zerdenin sünnet törenlerinde de sıkça ikram edildiğini belirtir. (Carpulat, 2007: 35). Canpulat'ın *Safranbolu Şehir Yemekleri* adlı kitabı ve BAKKA tarafından hazırlanan *Batı Karadeniz Mutfağı* kitabı bölgenin gastronomik mirasının kayıt altına alınması için önemlidir (Int 2).

*Resim 6. Safranlı zerde tatlısı*



*Kaynak: (Türkiye Kültür Portalı, 2023).*

**Safranbolu'da zerde tatlısının yapımı şu şekildedir:**

- 1 Su Bardağı Buğday Nişastası
- 2 Yemek Kaşığı Toz Şeker
- 3 Su Bardağı Safran Tepeciği
- 4 Tel Su 3 Su Bardağı

**Yapılış Aşamaları**

1. İlk olarak safran ılık suya koyularak rengi çıkana kadar bekletilir.
2. Diğer taraftan pirinçler yıkanıp süzildükten sonra bir tencereye alınıp haşlanır.
3. Pirinçlerin haşlanmasına yakın safranlı su pirinçlerin üzerine eklenir.
4. Küçük bir kâsede nişasta su ile açılır ve tencereye eklenir.
5. 2-3 dakika daha kaynatılıp önceden hazırlanan kaselere aktarılır ve dinlendirildikten sonra servise hazır hale gelir.
6. İsteğe göre üzerine kuş üzümü, ceviz, fındık eklenebilir.

**Sonuç**

Safranbolu ilçesi, Roma ve Bizans dönemi dahil pek çok uygarlığın izlerini taşıyan, ipek yolu üzerinde yer alan, Osmanlı Devleti zamanında sadrazamların camiler, hanlar inşa ettirdiği, mübadele döneminin izlerini taşıyan ve sahip olduğu bu köklü mirası korumak üzere dünya miras listesine alınmış önemli bir destinasyondur. İlçe, yemek kültürü ile de bunu yansıtmaktadır. Yörede yemeye içmeye yedirmeye misafir ağırlamaya çok kıymet verilmektedir. Osmanlı imparatorluğunun sadrazamlarının yaşadığı bu ilçede Osmanlı mutfağı ile Anadolu mutfağının harmanlandığı görülmektedir. İlçede ülkemizde pek az yerde yetişen nadide bir baharat olan safran bitkisi yetiştirilmekte her yıl eylül ayında festivali ekim ayında da hasadı yapılmaktadır.

Safranbolu sadece evleriyle değil, mutfak kültürüyle de gastronomi turizminde hak ettiği yeri alması gereken destinasyonlardan birisidir. Birçok şehir doğal güzellikleri bakımından öne çıkmaktadır. Ancak Covid-19 pandemisi sonrası yaşanan tüm gelişmeler insanların tatil anlayışını değiştirmiştir. İnsanlar tatili artık sadece deniz, kum, güneş olarak algılamamakta farklı kültürleri tanımak, farklı lezzetler tatmak istemektedir. Bu kapsamda pek çok yerde tadım şenlikleri yapılmakta ve gastronomi festivalleri düzenlenmektedir. Değişen trendler ile insanlar burada bölgenin

gastronomik kimliğini daha yakından tanıma imkânı bulmaktadır. Bununla beraber turizm amaçlı gidilen yerlerdeki en önemli harcamanın yiyecek içecek sektöründe olması ve bunun en temel ihtiyaç oluşu buradaki pazarı da artırmaktadır. Safranbolu, Amasra ve Kastamonu mutfak kültürü bakımından bir yarış halindedir. Oysaki Amasra balık ürünleriyle, Kastamonu ise etli ekmek, pastırma ve çekme helvasıyla öne çıkmaktadır. Çalışmanın konusunu oluşturan zerde ve ham maddesi olan safran Safranbolu'ya aittir. İlde son iki yılda düzenlenen Yöresel Lezzet Şenliğinde Safranbolu yemeklerine de yer verilmekle birlikte Safranbolu gibi Unesco tarafından koruma altına alınmış ve kendine ait birçok coğrafi işareti olan bir ilçenin gastronomik anlamda çalışmalar yürütmesi gerekmektedir. İlçede *Çikolata ve Kalve Müzesi* yıllardır var iken *Safran ve Lokum Evi* ancak 2022'de açılmıştır. Bu kapsamda yemeklerin tanıtımıyla birlikte çevresinde oluşan ritüellerin de anlatılması noktası üzerinde durulması gerekmektedir. Safran ve zerde tatlısı köklü bir geleneği olan tıpta, edebiyatta, tarihte karşımıza çıkan ve çevresinde belli uygulamaların geliştiği iki yiyecektir. Ancak Safranbolu çarşısını gezen bir turistin zerdeye pek az yerde rastlayabilmesi, ilçenin tanıtım organizasyonlarında, yapılan akademik çalışmalarda pek yer verilmemesi gastronomik kimliğin oluşmasında bir eksiklik olacağı gibi, somut olmayan kültürel mirasın aktarılmasında da kopmalara sebep olacaktır.



## Kaynakça

- Aaron, L. (2008). Writing a literature review article. *Radiologic Technology*, 80(2), 185–186.
- Abdullaev F. (2006). Biyolojca Properties And Medicinal Use Of Saffron (*Crocus Sativus L.*). In: *II International Symposium On Saffron Biology And Technology*, 339-345.
- Açıkgöz H. (2018). Evlilik geçiş dönemi geleneklerinde göstergeler: ekmek umma örneği. *Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 37-53.
- Akmeşe, H., Ataman, D. ve Aras, S. (2018). Somut kültürel mirasın turizm açısından değerlendirilmesi: Mardin ili örneği. *Journal of Social And Humanities Sciences Research*, 5(29): 3598-3607.
- Aksoy M. ve Kuş A. (1996). *Müze Kent Safranbolu*. Safranbolu: Safranbolu Hizmet Birliği Kültür Yayını.
- Alonso, G.L., Zalacain, A., & Carmona, M. (2012). Saffron. (K.V. Peter, ed.). *In Handbook of Herbs and Spices*. Cambridge: Woodhead Publishing.
- Bakka Kütüphane. (2023). *Zonguldak Yemekleri*. <http://bakkakutuphane.org/dokuman/zonguldak-yemekleri/134> Erişim Tarihi: 07.10.2023
- Batı Karadeniz Kalkınma Birliği. (2023). Coğrafi İşaretli Ürünler. <https://www.bakab.gov.tr/kategori/cografi-isaretli-urunler/>. Erişim Tarihi: 08.10.2023
- Baysal, A. (1984). Geleneksel Türk tatlıları ve beslenme değerleri. *Ankara, Geleneksel Türk Tatlıları Sempozyumu*. Kültür ve Turizm Bakanlığı Milli Folklor Araştırma Dairesi Yayını-51, 45-55.
- Caiola, M. G., & Canini, A. (2010). Looking for saffron's (*Crocus sativus L.*) parents. *Functional Plant Science and Biotechnology*, 4(2), 1-14.
- Callahan, J. L. (2014). Writing literature reviews. *Human Resource Development Review*, 13(3), 271-275.
- Canbulat, İ. (2017). Safranbolu şehir yemekleri. T.C. Karabük Valiliği. Online: [https://www.researchgate.net/profile/IbrahimCanbulat/publication/341205948\\_Safranbolu\\_Sehir\\_Yemekleri/links/5eb3fb7392851c-bf7fadf98a/Safranbolu-Sehir-Yemekleri.pdf](https://www.researchgate.net/profile/IbrahimCanbulat/publication/341205948_Safranbolu_Sehir_Yemekleri/links/5eb3fb7392851c-bf7fadf98a/Safranbolu-Sehir-Yemekleri.pdf).
- Çetin, A. (2008). Karahanlı-Selçuklu-Memlük çizgisinde Türk mutfacı. A. Bilgin ve Özge Samancı (Eds.). *Türk Mutfacı içinde*, Ankara: TC Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Çınar Z. (2019). *Geçiş Dönemlerinde Mutfak Kültürü ve Yöresel Mutfak Uygulamaları: Ege Bölgesi'nde Nitel Çalışma*. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi. Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çınar Z., Sormaz Ü. (2018). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Yöresel Mutfak, Uygulamaları: Afyonkarahisar'daki Geçiş Dönemlerinde Yöresel Mutfak Örneği, Afyon: 19. *Ulusal Turizm Kongresi*.

- Delind, L. B. (2006). Of bodies, place, and culture: Re-situating local food. *Journal of Agricultural and environmental ethics*, 19, 121-146.
- Emecen F. (2008). *Safranbolu Maddesi*, TDV İslam Ansiklopedisi, 35. Cilt, 481-483.
- Eralp Erdoğan, (2010). *Türkiye Selçukluları Mutfağı*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Fariello, F. (2023). Risotto alla milanese (Milanese-Style Risotto) - Memorie di Angelina. <https://memoriediangelina.com/2011/01/23/risotto-alla-milanese/> Erişim Tarihi: 06.10.2023
- Faroqhi, Suraiya ve Neumann, Christoph K (2006). *Soframız Nur, Hanemiz Mamur*. (Çeviren: Zeynep Yelçe). İstanbul: Kitap Yayınevi.
- Fernández-Ríos, L., & Buela-Casal, G. (2009). Standards for the preparation and writing of psychology review articles. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 9(2), 329-344.
- Gazeli S. C. (2021). *Gastronomi Turizmi Kapsamında Tören Yiyecek İçeceklerinin Tespiti: Antalya Döşemealtı Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gizerler M. (2004). *Türk Mutfağı ve Edirne'den Yemek Kültürümüz*. Edirne: T.C. Edirne Valiliği.
- Gürsoy D. (2004), *Tarihin Süzgecinde Mutfak Kültürümüz*. İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Işık, N., Kılıçarasan, A., Güldemir, O., Derin, D. Ö. ve Barı, N. (2017). Ilgın mutfak kültürü ve yemekleri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2017(38), 86-94.
- Işın, P. M. (2009). *Gülbeşeker; Türk tatlıları tarihi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Karabük Net Haber (2023). Safranbolu Safranı Avrupa Birliği Yolunda. <https://www.karabuknethaber.com/safranbolu-safrani-avrupa-birligi-yolunda>. Erişim Tarihi: 07.10.2023.
- Kastamonu Köy Pazarı (2023). Safranbolu Safranı. <https://kastamonukoypazari.com/urun/safranbolu-safrani-3-gr/>. Erişim Tarihi: 06.10.2023.
- Kuzu, O. (2022). Safranbolu Lokumu ile Safranın Tarihi Müzede Anlatılıyor. <https://www.aa.com.tr/tr/kultur/safranbolu-lokumu-ile-safranin-tarihi-muzede-anlatiliyor/2737444>. Erişim Tarihi: 06.10.2023.-
- LaRochelle, J. M., King, A. R., Tanas, M., Day, K., Marshall, H. M., & Tyler, A. M. (2011). Writing a review article. *American Journal of Health-System Pharmacy*, 68(9), 790-793. <https://doi.org/10.2146/ajhp100235>.
- Lee, K.H. (2014). *The importance of food in vacation decisionmaking: Involvement, lifestyles and destination activity preferences of international slow food members*. (Doctoral Thesis). Queensland University.

- Mousavi, S. Z., & Bathaie, S. Z. (2011). Historical uses of saffron: identifying potential new avenues for modern research. *Avicenna Journal of Phytomedicine*, 1(2), 57-66
- Onay A. T. (1992). *Eski Türk edebiyatında mazmunlar*. Hazırlayan: Cemal Kur-naz, Ankara: TDVY.
- Özer, A. ve Görgülü, Z. (2021). Bir bilimsel derlemenin planlanması ve yazımı. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23(3), 698-713.
- Pakalın M.Z. (2004). *Osmanlı Tarih Deyimleri ve Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: MEB Yayınları.
- Pakalın, A.G.E., “Baklava Alayı”, C. 1, 149.
- Paşayeva, L. ve Tekiner, H. (2014). Türk-İslam tıbbında safranın yeri. *Mersin Üniversitesi Tıp Fakültesi Lokman Hekim Tıp Tarihi ve Folklorik Tıp Dergisi*, 4(3), 11-15.
- Rahmani P.M. (2021). *Afganistan’da Safran Üretiminin Ekonomik Analizi*. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Safranbolu Lezzetleri (2023). *Safranbolu Safranı*. <https://www.safranbolulezzetleri.com/Safran-1-gr->. Erişim Tarihi: 16 07.10.2023
- Özer, A., & Görgülü, Z. (2021). Bir bilimsel derlemenin planlanması ve yazımı. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23(3), 698-713.
- Samancı, Ö. (2016). Osmanlı mutfağı. A. Bilgin ve S. Önçel (Eds.). *Osmanlı Mutfağı İçinde* (ss.50-70). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Sarıtuç B. (2021) *Safranbolu İlçesi Halk Kültürü*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Serdaroğlu, Ş. V. (2004). Zâtî’nin gazellerinde şeker ve şekerli mamüller Yahut Zâtî’nin ‘şeker’li şiirleri. *Journal of Turkish Studies*, 28, 393-406.
- Sevimli, Y. ve Sönmezdağ, A. S. (2017). Özel gün tatlıları: Kültür turizmi açısından önemi. *Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Dergisi (IRTAD)*, 1(2), 18-28.
- Small, E. (2016). 52. Saffron (crocus sativus) the eco-friendly spice. *Biodiversity*, 17(4), 162-170.
- Tara (2023). Italian & Italian-American Recipes <https://www.sipandfeast.com/risotto-alla-milanese/> Erişim Tarihi: 06.10.2023.
- Tayyazâde Atâ (ö. 1297/1880). (2010). *Osmanlı saray tarihi=tarih-i Enderun*, (hızr. Mehmet Arslan), İstanbul: Kitabevi.
- Tezcan M. (1982), Türklerde Yemek Yeme Alışkanlıkları ve Buna İlişkin Davranış Kalıpları. *Türk Mutfağı Sempozyumunu Bildirileri* (31 Ekim-1 Kasım 1981), Ankara.
- Tezcan M. (2000). *Türk yemek antropolojisi yazıları*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.

- The Spelt Kitchen (2022). Swedish Saffron Cake (Saffranskaka) Gluten Free. <https://www.thespeltkitchen.com/gluten-free-swedish-saffranskaka-saffron-cake/> Erişim Tarihi: 06.10.2023.
- Tunçözgür Ü. (1999). *Dünü ve bugünü ile Safranbolu*. Ankara: Meteksan Yayınları.
- Türkiye Kültür Portalı. (2023). Geleneksel Mutfak Safranlı Zerde - Karabük <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/karabuk/neyenir/safranli-zerde> Erişim Tarihi: 08.10.2023
- Ulukavak K. (2007). *Bir Safranbolulunun penceresinden Safranbolu*. Ankara: Bizim Büro Yayınları.
- Uluslararası Altınsafran Belgesel Film Festivali. (2023). <https://www.altinsafiran.org/> Erişim Tarihi: 08.10.2023
- UNESCO Türkiye Milli Komisyonu (2023). UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listeleri. <http://www.unesco.org.tr/Pages/126/123/>.
- Ünver S. (1952). *Fatih devri yemekleri*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Tıp Tarihi Enstitüsü.
- Wahlqvist, M., & Lee, M.S. (2007). Regional food culture and development, *Asia Pac J Clin Nutr*. 16(1), 2-7.
- Yaşar M. (2004). *Asaletin ve Sağduyunun Kenti Safranbolu*. İstanbul: Melisa Matbaacılık.
- Yazıcıoğlu H. (2001). *Safranbolu tarihine ait belgeler ve kaynaklar; Safranbolu, 1998, ve küçük Osmanlı'nın öyküsü Safranbolu tarihi*. İstanbul: Şa-To Yayınları.
- Yüncü, H.R. (2010). Sürdürülebilir turizm açısından gastronomi turizmi ve perşembe yaylası. *10.Aybastı-Kabataş Kurultayı*, 11(27-34). Ankara.



## Tokat Mutfağının Algılanan İmajı Ve Tokat Mutfağı Farkındalığının Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi

Cemal İnce<sup>1</sup>

İbrahim Cemal Gençay<sup>2</sup>

### Özet

Mutfak ve gastronomi kavramlarının son yıllarda sosyal medya desteği ile gündeme getirilmesi, yöresel mutfaklara ait özgün ürünlerinin coğrafi işaretli ürünler kapsamına alınarak imaj oluşturmaya, yöresel mutfağı koruma ve geliştirme adına olumlu gelişmeler olarak değerlendirilmektedir.

Gastronomi turizmi pazarlaması açısından bakıldığında halkın da yöresel mutfaklara ait düşünceleri ve farkındalığı büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle çalışmada, Tokat halkının Tokat mutfağının imajına ve yiyeceklerine yönelik farkındalığının belirlenmesi amaçlanmıştır.

Bu çalışmada Tokat mutfağının algılanan imajı, yiyeceklerin özgünlük durumunun belirlenmesi ve Tokat mutfağı yemeklerinin pişirilme sıklığı ölçülmeye çalışılmıştır. Çalışma sonucunda, halkın genel olarak Tokat mutfağının imajının genel olarak olumlu olduğu görülmektedir. Tokat halkı, 29 yemeği Tokat mutfağına özgün olarak görmekte olup, 3 yemeği ise özgün olarak görmemektedir. 35 yemeğin özgünlüğü konusunda ise fikirleri bulunmamaktadır. Kadınlara göre 10 yemek yılda 1 kere, pişirilmekte olup, erkeklere göre ise 3 yemek ayda 1 kere, 1 yemek yılda 1 kere ve 1 yemekte ayda 4'ten fazla pişirilmektedir. 52 yemekte ise cinsiyete göre pişirilme sıklığında farklılık görülmemiştir.

1 Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Rekreasyon Yönetimi, Türkiye, cemal.ince@gop.edu.tr

2 Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri, Türkiye, ibrahimcemal.gencay@gop.edu.tr

## 1. Giriş

Toplumların kültürel yapısının önemli yapı taşlarından olan mutfak ve mutfak kültürünün temelinde yer alan yemek, yaşamın ve sosyal hayatın da önemli kaynaklarından birisidir. Başka bir ifade ile yemek, sosyal yaşamın önemli kaynaklarından olup, insanoğlunun hayatının merkezinde yer almaktadır. Yemek ve mutfak kültürü içerisinde, düğün, bayram, doğum, ölüm, konuk ağırlama gibi birçok sosyal faaliyetin gerçekleşmesinde yöresel ve özgün pişirme ve servis teknikleri sunulmaktadır (Sağır, 2012). Yüzyılların birikimi ile çeşitlenen ve özgünleşen yemek kültürü; açlığı gidermek ve karın doyurmaktan daha çok eğlencelerin, kutlamaların, ritüellerin, festivallerin, sosyalleşmenin ve pek çok toplumsal davranışın vazgeçilmez öğelerinden birini oluşturmaktadır (Beşirli, 2011).

Ancak modern yaşamla beraber değişen yaşam biçimleri ve yemek alışkanlıklarıyla birlikte mutfak kültürü de üzerine düşen payı almıştır. Yaşamın şehir merkezlerinde yoğunlaşması sonucu ortaya çıkan nüfus artışı, sosyal yaşam tarzının değişmesi, sosyo-ekonomik gelişmeler, teknolojik gelişmeler gibi birçok faktörünün etkisiyle insanlar geleneksel yemek ve mutfak kültüründen uzaklaşmaya hatta karma bir mutfak kültürüne yönelmeye başladığı görülmektedir.

Modernleşmeyle beraber hızla değişen yaşam biçimlerinin, beslenme kültüründe de hızlı değişime de sebep olduğu söylenebilir. Hızlı yaşam aynı zamanda hızlı bir beslenme kültürünü de ortaya çıkarmıştır. Bunun sonucu olarak çabuk yeme (fast-food) kültürü ortaya çıkmıştır. Zaman yarışı ile insanların çabuk yemeye zorlanması ile bu gereksinimi karşılayacakları çabuk yeme işletmelerinin sayısında büyük artışlar meydana gelmiştir. Bozulmadan uzun süre saklanabilen, çabuk hazırlanan, lezzetli ve iştah açıcı olması ve daha ekonomik olma özellikleriyle çabuk yemeye ilgi yüksek oranda artmıştır. Hatta hızlı yaşamın etkisi ile evlerde yemek yapma ve yeme oranları azalmış, geleneksel yiyecekler ve mutfak ürünlerinin yerini lezzetli, karın doyuran, zaman kazandıran ama oldukça sağlıksız olan beslenme kültürü almıştır. Bu ise yöresel birçok yemek çeşidinin, içeriklerinin ve pişirme usullerinin unutulmasına neden olmuştur.

Modern kültürün etkisiyle giderek zayıflayan yerel mutfakların imdadına gastronomi turizm yetiştiği söylenebilir. Turistlerin otantik kültürlerle olan merakı, yerel kültür ve mutfakların tekrar önem kazanmasına zemin hazırlamıştır. Gastronomi turizminden yararlanmak isteyen yerel arz ediciler, yöreye özgü yiyecekleri coğrafi işaretler ile tescil ettirerek turistik bir kaynak olarak ortaya koymaya çalışmaktadırlar. Yerel işbirlikçiler, yöresel mutfakları sadece gastronomi turizm kaynağı olarak tanıtmamanın

yanında yerel halkta bir bilinç oluşturmak için de kullanmaya çalışmaktadır. Yerel halkı bilinçlendirmeye kültürde yer alan yiyecek ve içecekleri işleyen mutfaklara tekrar kazandırmaya çalışmaktadırlar. Bu amaçla sosyal medya ve yarışma programları, festivaller gibi etkinlikler ile yöresel mutfaklara karşı ilgi uyandırma, unutulmak üzere olan yemek çeşitlerine ve mutfak kültürüne yönelik farkındalık oluşturma çalışmaları oldukça yaygınlaşmıştır. Bu çabaların neticesinde gastronomi turizminde son yıllardaki dikkat çeken artışlar çerçevesinde Gaziantep, Hatay ve Afyonkarahisar gibi iller gastronomi turizminde tanınmıştır.

Bu bağlamda, yapılan bu çalışmanın amacı Tokat mutfağının algılanan imajını ve Tokatta yaşayan bireylerin Tokat mutfağı ile ilgili farkındalıklarını gastronomi turizmi açısından incelemektir. Bu kapsamda Tokat iline ait coğrafi işaretli ürünler ve yöresel yemek farkındalığının belirlenmesi, Tokat mutfağındaki yemek çeşitlerinin ve pişirme usullerinin, yaşatılması ve gelecek nesillere aktarılmasına yönelik durumun tespitine yönelik bir alan araştırması yürütülmüştür.

## 2. Mutfak ve İmaj

İmaj, nesnelere hakkında dış uyurıcılar tarafından duyu organları aracılığıyla (özellikle göz ve hisler) algılanan ilk görünümüdür (Çekiç ve Aksoy, 2021). Bu bağlamda bireylerin (özellikle turistlerin) bir mutfak veya bir yemek hakkında edindikleri olumlu ya da olumsuz algı, tutum ve davranış düzlemi mutfak imajı olarak adlandırılmaktadır. Mutfak imajı, bir destinasyonun yemek kültürü hakkında oluşan tüm izlenimleridir (Akbulut ve Yazıcıoğlu, 2020). Algılanan mutfak imajı, destinasyonun sahip olduğu mutfak kültürü ve bileşenlerinin zihinlerde oluşturduğu anlamlar bütünüdür. Algılanan mutfak imajı “yiyecek-içecek imajı”, “yöresel mutfak imajı”, “gastronomi imajı” gibi isimler ile de ifade edilmektedir (Çekiç ve Aksoy, 2021; Pešek ve Činjurević, 2014).

Mutfak, destinasyonun önemli bileşenlerinden birisi olarak kent kimliklerinin oluşumunda kritik bir öneme sahiptir. Bunun yanında mutfak; kültürel bilgi, birikim, lezzet, görünüm, teknik, sanatı ve yöresel bileşenleriyle kendine özgü bir imaja sahip olduğu gibi kentin imajına da katkı sağlamaktadır. Örneğin, Tokat mutfağı “Tokat Kebabı” ile kendine has bir mutfak imajına sahiptir. Bunun yanında gastronomi deyince insanların ilk olarak Gaziantep veya Hatay’ı hatırlamaları mutfak imajına en iyi örneklerinden biridir. Bu nedenle mutfak imajını sağlamış destinasyonlar turizm pazarlaması açısından önemli bir avantaja sahip olmaktadır.



Bir yörenin mutfak imajında; sofradaki görgü kuralları, özel yeme teknikleri, pişirme ve sunum teknikleri bilişsel anlam ifade ederken, soyut anlamlarını ise duygusal yönleri ifade etmektedir (Chang ve Mak, 2018). Bu açıdan bakıldığında Tokat mutfak kültürü, yöresel ürünlerle hazırlanan yiyecekleri, pişirme ve sunum özellikleri, lezzeti, yeme teknikleri, geçmişe dayanan kaynağı, çok kültürlü yapısı ile kendine has niteliklere sahiptir. Bu özellikleri ile Tokat mutfağının turistler için ilgi çekici bir mutfak olduğu söylenebilir.

Bir destinasyona ilişkin mutfağının pazarlanabilmesi için öncelikle yerel halkın sahip olduğu mutfak kültürü ve ürünleri hakkında bilgisinin olması gerekmektedir. Yerel halk ve işbirlikçileri kendi mutfak kültürü hakkında yeterli farkındalığa sahip değil ise bu ürünleri yeterli düzeyde müşterilerine anlatamazlar ve pazarlayamazlar. O nedenle bu araştırmada; yerel halkın Tokat mutfağına yönelik sahip olduğu imajı, Tokat'a ait yiyecekler hakkında bilgi durumlarını ve bu yiyeceklerin Tokat mutfağında pişirilme sıklıklarının belirlenmesi amaçlanmıştır.

### 3. Tokat Mutfağı

Yöresel yemek; tarihsel süreç içerisinde yöreye özgü yiyecek malzemeleri, hazırlama ve pişirme sürecini içeren ve geleneksel şekilde tüketilen yiyecek ve içecekleri ifade etmektedir. Yöresel gıdalar o bölgede yetiştirilen ürünler şeklinde tanımlanmıştır (Inwood, 2009). Yöresel mutfaklar, yörelerin sadece gelenek ve göreneklerini değil aynı zamanda ekonomik düzeylerini ve kendilerine has hazırlama ve sunum biçimlerini de yansıtmaktadır (Çiğirim, 2001). Bu nedenle yöresel mutfak ve yiyecekler kültürel mirasın bir parçası olarak nitelendirilebilir (Çapar ve Yenipınar, 2016).

Yöresel yemekler, yöre insanlarının yaşam ve beslenme kültürü, gelenek ve görenekleri ile özgülleşmiş, kendine has pişirme ve sunum teknikleri ile diğer yöre ve bölgelere göre farklılıklar gösteren yiyecek ve içeceklerden oluşmaktadır (Saatçi ve Demiral, 2018). Bu açıdan Tokat mutfağı ve yemekleri; coğrafyası, tarihi ve sosyo-kültürel yapısı ile bu yöresel mutfak ve yemekleri temsil etmektedir. Karadeniz ve İç Anadolu bölgesinin kesişme noktasında yer alan Tokat, Orta Asya'dan Anadolu'ya Muhacir, alevi, gayr-ı Müslimler gibi farklı kültürlere ait 67 yemeği ile zengin bir yöresel mutfağına sahiptir.

Kültürel miras kaynaklarından olan yöresel yemekler ile mutfak kültürünün yok olmaması için yazılı, görsel ve uygulamalı olarak kayıt altına alınarak literatüre kazandırılması önem kazanmıştır (Delil, 2022). Gastronomi turizmi, yöresel yemeklerin tekrar hatırlanması ve kullanıma kazandırılması açısından büyük fırsatlar sunmaktadır. Bu amaçla, yerel

yönetimler yöreye özgü yiyecekleri coğrafi işaretli ürünler olarak kayıt altına alarak korumaya, canlandırmaya ve gelecek nesillere aktarmaya çalışmaktadır. Bunun sonucu olarak yöresel mutfaklar ve yemekler hem gastronomi turizmine kaynak olmakta, aynı zamanda kültür mirası olarak gelecek nesillere aktarılmaktadır. Aşağıda görüldüğü üzere Tablo 1’de Tokat’ın yöresel yemekleri yer almaktadır.

*Tablo 1. Tokat’ın Yöresel Yemekleri*

1	Tokat Kebabı	24	Tokat Simidi	47	Papa
2	Bat	25	Yağlı	48	Siron
3	Keşkek	26	Bez Sucuk	49	Olibah
4	Madımak	27	Çemen	50	Tülü Köfte
5	Tokat Tavası	28	Zile Pekmezi	51	Kulak Cadı
6	Baklalı Dolma	29	Zile Kömesi	52	Kavlak Börek
7	Etlı Dolma	30	Pestil	53	Pırasa Böreği
8	Yavan (erikli) Dolma	31	Tarhana	54	Mısır Böreği
9	Pehlili Pilav	32	Kızılıcak Hoşafı	55	Yaş Börek
10	Kuskus	33	Kuşburnu Marmeladı	56	Hamba
11	Dolma İçi	34	Zambak Reçeli	57	Almus Böreği
12	Nohut Yahnisi	35	Püşürük Çorba	58	Güdül
13	Nivik	36	Keşbo Çorba	59	Kumak
14	Bacıklı Çorba	37	Kamalı Çorba	60	Hasurda
15	Helle Çorbası	38	Kelem Çorba	61	Sini Çevirme
16	Toyga Çorbası	39	Çoştı Yemeği	62	Kuru Erik Tatlısı
17	Gendüme Çorbası	40	Basta	63	Leylek (Lalek) Giliği
18	Mercimekli Hamur Çorbası	41	Ferfene	64	Pancar Tatlısı
19	Cevzli Çörek	42	Pakali	65	Pekmez Helvası
20	Katmer	43	Gelin Parmağı	66	Yufka Tatlısı
21	Yufka	44	Baldıran	67	Tırtıl Tatlısı
22	Çökelikli Gözleme	45	Isırgan Yağlı Aşı		
23	Çökelekli Pide	46	Şipsi		

Bu anlamda Türkiye’nin UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirasının Temsil Listesine kaydettiği 25 unsurdan 4 tanesi geleneksel Türk mutfağına ait yiyecek ve bunlara ait olaylardan oluşmaktadır. Bu unsurlar şunlardır (Unesco, 2023):

1. Geleneksel Tören Keşkeği (2011),
2. Mesir Macunu Festivali (2012),

3. Türk Kahvesi ve Geleneği (2013),
4. İnce Ekmek Yapımı ve Paylaşımı Geleneği: Lavaş, Katırma, Jupka, Yufka (2016).

Böylece UNESCO tarafından Uluslararası tanıtımının yapıldığı, ülkelerin kültürel diplomalarına ve kalkınma bağlamındaki kültür endüstrilerine güç sağlayan temsili listede Türkiye gastronomik zenginliği ile en çok unsur kaydettiren 10 ülkeden biri olmuştur (Tokat İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023).

Tokat sahip olduğu geleneksel mutfak kültürü ile önemli bir gastronomi zenginliğine sahiptir. Tokat il kültür ve Turizm Müdürlüğünce 2019 yılında yapılan bir çalışmaya göre gastronomik değere sahip ve Tokat mutfağında pişirilme sıklığı yüksek olan yemekler Tablo 2’de gösterilmiştir.

*Tablo 2. Tokat Mutfağında Öne Çıkan Yemekler ve İçerikleri*

No	Yemek	İçerik	Pişirme Yöntemi
1	Tokat Kebabı	Et, Patates, Patlıcan, Domates, Sarımsak	Roasting Pişirme Yöntemi
2	Bat	Mercimek, İnce bulgur (dügü), Domates salçası, Biber salçası, Pul biber, Kuru Reyhan, Ceviz, Kuru soğan, Domates, Yeşilbiber, Taze soğan, Maydanoz, Dereotu, Limon suyu, Tuz, Su, Servis için haşlanmış asma yaprağı ve ekşi mayalı ekmeç.	Haşlama ve Çiğ
3	Tokat Keşkeği	Bütün Yarma, Çemen, Sıvı yağ, Ilık su, Kuşbaşı et ve Kemikli et, Haşlanmış nohut, Tuz, Karabiber, Pul biber, Kırmızı toz biber	Simmering Pişirme Yöntemi
4	Pehlili Pilav	Yoğurtla terbiye edilen pehlilik (kaburga) etlerle ve pirinç ile yapılır.	Kızartma ve kavurma
5	Madımak	Madımak otunun kavrulması ve akabinde kısık ateşte haşlanarak pişirilir.	Simmering Pişirme Yöntemi
6	Baklalı Yaprak Dolması	İkiye kesilmiş baklalar Erbaa yaprağıyla bohça şeklinde sarılarak pişirilir.	Simmering Pişirme Yöntemi
7	Bacaklı Çorba	Yeşil mercimek ve erişteyle yapılır.	Simmering Pişirme Yöntemi
8	Çökelekli Pide	Hamur, Çökelek, Tuz	Fırın
9	Türhal Yoğurtmacı	Hamur, Ceviz, Haşhaş	Fırın
11	Tokat Çöreği	Hamur, tuz, Yumurta	Fırın
12	Tokat Yağlısı	Hamur, Yağ, tuz	Fırın
13	Tokat Simidi	Un, Tuz, Susam, Pekmez	Fırın

Tokat ve ilçelerinde zengin çeşitlilikteki yemeklerin yanında çok sayıdaki gastronomik lezzetler de bulunmaktadır. Bunlar; Zile pekmezi, Zile kömesi, Tokat çemeni, Tokat simidi, Niksar cevizli ekmek, bez sucuk, kuşburnu marmeladı, üzüm yaprağı, Turhal yoğurtmacı, katmer, yağlı, gömbe ve cevizli çörekler (Tokat İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023).

Mutfaklar, yerel kültürün önemli bir parçası olarak, yöresel ürünlerin üretildiği ve sahiplenildiği yöre ile arasında önemli bir bağ oluşturmaktadır (Şahin ve Meral, 2012). Bu nedenle yöresel mutfak ürünleri, taklitlerinden korunmak, yöresel ürünün ulusal ve uluslararası sahipliğini korumak ve ticari değerinden yararlanabilmek için coğrafi işaret ve menşe adıyla koruma altına alınmaktadır. Bu nedenle coğrafi işaret almak iller arası ve bazen de ülkeler arası rekabete konu olmaktadır.

Coğrafi işaret alan bir yemek; tüketiciler için yemeğin kaynağını, karakteristik özelliklerini, ürünün karakteristik özellikleri ile bulunduğu yöre arasındaki maddi ve manevi bağları gösteren bir kalite belgesidir. Bir yemeğin coğrafi işaret belgesini alması; yemeğin kalitesi, gelenekselliği, yöreden elde edilen hammaddesi ve yöreye özgü pişirme ve servis tekniği koruma altına alınmış demektir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2023).

Her ülkenin, her bölgenin ve her ilin yemek kültürü ve beslenmesinde önemli rol oynayan ve bulunduğu yöreye özgün niteliklere sahip bazı geleneksel yiyecek ve içecekler bulunmaktadır (Gök, Sezgin ve Yıldırım, 2017; Çekal ve Aslan, 2017). Coğrafi işaret almış bu geleneksel yiyecek ve içecekler; yerel mutfakların, lezzetlerin ve değerlerin korunmasına, nesillere aktarılmasına, ekonominin ve bölgesel turizmin kalkınmasına katkı sunmaktadır. Mutfak kültürüne ait yiyecek ve içeceklerin coğrafi işaret alması; destinasyonlar için rekabet avantajı sağlama, özgün bir mutfak imajı oluşturma, bölgesel istihdam sağlama, yerel kültürün tekrar önem kazanması, doğal ürünlerin korunması, yöresel sürdürülebilirlik sağlama, mutfak kültürü ve yiyeceklerine imaj sağlanması ve diğer yöresel ürün ve kaynakların tanıtımına da katkı sağlamaktadır (Köşker, Ercan ve Albuz 2018, Özkan, 2019).

Mutfak kültürüne ait yemeklerinin zenginliği ile dikkat çeken Tokat mutfağına ait yiyeceklerin coğrafi işaretlenme süreci 2009 yılında Zile pekmezinin işaret alması ile başlamıştır. Coğrafi işaret çalışmaları meyvelerini vermiş ve Tokat mutfağı 2023 yılında 14. Coğrafi işaretli yemeğine kavuşmuştur. Tokat mutfağına ait yeni coğrafi işaret alma çalışmaları Orta Karadeniz Kalkınma Ajansının (OKA) çalışmaları ile devam etmektedir (Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı, 2023). Tokat mutfağına ait coğrafi işaret almış yiyecekler Tablo 3'te gösterilmiştir.

**Tablo 3. Tokat'ın Coğrafi İşaret Tescilli Yiyecekleri**

Ürün Adı	Dosya No	Tescil Tarihi	Tescil No	İlçe
1 Zile Pekmezi	C2006/029	17.11.2009	118	Zile
2 Niksar Cevizi	C2011/033	17.12.2013	177	Niksar
3 Turhal Yoğurtmacı	C2012/117	28.01.2014	181	Turhal
4 Tokat Kebabı	C2013/077	31.07.2015	188	Tokat Merkez
5 Zile Kömesi	C2014/024	01.11.2017	224	Zile
6 Erbaa Narince Bağ Yaprağı	C2016/052	05.12.2017	258	Erbaa
7 Tokat Narince Salamura Asma Yaprağı	C2017/054	28.02.2019	420	Tokat Merkez
8 Tokat Çöreği	C2021/000211	17.09.2021	895	Tokat Merkez
9 Tokat Ev Ekmeği	C2021/000212	17.09.2021	896	Tokat Merkez
10 Tokat Yağlısı	C2021/000213	17.09.2021	897	Tokat Merkez
11 Tokat Bez Sucuk	C2018/142	03.01.2022	990-	Tokat Merkez
12 Perpereli Küpe	C2021	03.03.2021	877	Tokat Merkez
13 Tokat Honçası	C2021/000096	03.03.2021	931	Tokat Merkez
14 Tokat Bez Sucuğu	C2018/142	26.08.2018	990	Tokat Merkez

**Kaynak: Türk Patent ve Marka Kurumu (2023).**

Tokat'ın coğrafi işaret alabilecek ve tescili için teklif edilmesi gereken özgün gastronomik lezzetleri ise: Tokat tavası, baklalı dolma, etli dolma, yavan (erikli) dolma, pehlili pilav, toyga çorbası, zambak reçeli şekilde sıralanabilir. Yöresel mutfak kültürünün tescili olan coğrafi işaretler, gastronomi turizminin gelişmesine katkı sunan kültürel soyut değerler olarak ön plana çıkmaktadır. Coğrafi işaretli ürünleri yöresinde görme isteği, yörenin tanıtımına, farklı yöreler arasında sosyal ve kültürel etkileşime önemli katkılar sağlamaktadır. Coğrafi işaretli ürünler; yörenin tanıtımına, bölgeye gastronomi amaçlı turistik ziyaretlere, ekonominin ve istihdamın gelişmesine, mutfak hakkında olumlu imaj sağlanmasına, yörenin gelenek ve kültürünün tanınmasına ve mutfak kültürü ve yiyeceklerin bilinirliğinin artmasına katkı sunmaktadır (Hazarhun ve Tepeci, 2018; Yönet Eren, 2018).

Turistler farklı amaçlar için seyahat etseler de destinasyondaki yiyecek-içecek zenginliklerinin ortak seyahat motivasyonu olduğu söylenebilir. Turistik destinasyonlarda çeşitli amaçlarla faaliyetlere katılırsalar da farklı yöresel lezzetleri tatmak, bunların hazırlanmasını, pişirilmesini ve farklı yeme biçimlerini deneyimlemek turistler için çekici faaliyetler arasında yer

almaktadır. Bu nedenle iyi bir mutfak imajı sunmak yerel arz ediciler için önemli bir destinasyon çekiciliği faktörü olabilir.

#### 4. Yöntem

Araştırma çerçevesinde yerel halka Tokat halkının Tokat mutfağına ait yemeklerin ne kadar farkında olduğunu anlamaya yönelik sorular iletilmiş ve elde edilen cevaplarla analiz süreci gerçekleştirilmiştir. Bu amaçla  $H_2$ : Tokat Halkının yazılı kaynaklarda belirtilen Tokat mutfağına ait yemekleri Tokat'a özgün bulma düzeyi nedir, hipotezi test edilecektir. Yapılan literatür çalışması sonucunda Tokat halkının Tokat mutfağına yönelik imajını ölçmeye yönelik hipotezler geliştirilmiştir. Bu çalışmalar sonucunda aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

$H_{1_0}$ : Katılımcılara göre Tokat mutfağı olumlu bir imaja sahiptir?

$H_{1_1}$ : Tokat mutfağının imajı katılımcıların yaşlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

$H_{1_2}$ : Tokat mutfağının imajı katılımcıların cinsiyetine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

$H_{1_3}$ : Tokat mutfağının imajı katılımcıların eğitim durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

$H_2$ : Tokat halkının yazılı kaynaklarda belirtilen Tokat mutfağına ait yiyecekleri Tokat'a özgün bulma düzeyi nedir?

$H_3$ : Tokat mutfağında yer alan yiyeceklerin özgünlük durumu ile katılımcıların cinsiyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

$H_4$ : Tokat mutfağında yer alan yiyeceklerin özgünlük durumu ile katılımcıların yaş grupları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

$H_5$ : Tokat mutfağında yer alan yiyeceklerin pişirilme sıklığı ile katılımcıların yaş grupları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

$H_6$ : Tokat mutfağında yer alan yiyeceklerin pişirilme sıklığı ile katılımcıların Tokat'ta bulunma süreleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Veri toplama aracı olarak geliştirilen ölçek dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik yapılarını belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. İkinci bölümde Lertputtarak (2012) tarafından geliştirilen ve algılanan yemek imajını ölçmede kullanılan anketten yararlanılarak 5'li derecelendirme (kesinlikle katılmıyorum- kesinlikle katılıyorum) ölçeği ile oluşturulan 16 önerme yer almaktadır. Bu bölümde Tokatlı katılımcıların Tokat mutfağı imajına ilişkin katılım düzeyleri

belirlemiştir. Üçüncü bölümde ise incelenen araştırmalar neticesinde belirlenen Tokat mutfağında yer alan 67 yemeğe ait farkındalık ölçülmeye çalışılmıştır. Bu bölümde İnce ve arkadaşları (2020) tarafından geliştirilen yiyecek ve içeceklerin yöreye özgünlüğünü (özgün, özgün değil ve bilmiyorum) ve mutfaklarda pişirilme sıklığını ölçmek üzere hazırlanan önermeler yer almaktadır. Bu önermelerde Tokat mutfağına ait yiyeceklerin aylık periyotta (1 kere, 2 kere, 3 kere, 4 kere, 4'ten fazla, yılda 1 kere ve hiç olmak üzere) pişirilme sıklığı ölçülmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın evrenini Tokat'ın yerel halkı oluşturmaktadır. Çalışmada büyüklüğü 500.000 ve üzeri kişiden oluşan bir evren için gerekli örneklem sayısı 0,05 sapma miktarı ile en az 384 olmaktadır (Büyüköztürk vd., 2012). Kolayda örnekleme yöntemi ile 384 sayısına ulaşılarak araştırma için yeterli veri elde edilmiştir.

Ölçeklerin güvenilirlik analizi için Cronbach's Alpha katsayısı kullanılmıştır. İfadelere verilen cevaplar 0,00-0,40 arasında ise güvenilir değil, 0,40-0,60 arasında düşük güvenilirlikte, 0,60-0,80 arası oldukça güvenilir, 0,80-1,00 arasında yer alırsa yüksek derecede güvenilir olarak değerlendirilmektedir (Kılıç, 2016: 48). Yapılan analiz sonucu Tokat mutfağının imajı ölçeğinin Alpha katsayısı 0,864, Tokat mutfağının özgünlüğünün Alpha değeri 0,946 ve Tokat yemeklerinin pişirilme düzeyi ise 0,965 olarak tespit edilmiştir. Buna göre ölçeklerin oldukça güvenilir oldukları söylenebilir. Araştırmanın geçerliliğini test etmek için de açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Analiz sonucuna göre Tokat mutfağının imajı 2 faktör ile açıklandığı belirlenmiştir. Ayrıca, araştırma verileri üzerinde frekans ve hipotez testlerine yönelik analizler yapılmıştır.

## 5. Araştırmanın Bulguları

Bu bölümde katılımcıların demografik özelliklerine göre Tokat mutfağı imajı, yiyeceklerin özgünlüğü ile pişirilme popülarite düzeyine yönelik bulgular yer almaktadır. 2023 yılında elde edilen veriler ile frekans, tanımlayıcı analizler ile hipotez testlerine yönelik analizler yorumlanmıştır.

### 5.1. Demografik Bulgular

Tokat mutfağı imajı ve yemeklerine ait çalışmanın katılımcılarının demografik özellikleri tablo 4'de gösterilmektedir. Tablo 4 incelendiğinde katılımcıların %47,2 sinin ( 207 kişi) kadın, %51,5'inin erkek (226 kişi) olduğu görülmektedir. 6 kişi ise cinsiyetlerini belirtmemiştir. Katılımcıların yaş dağılımlarına bakıldığında ise %20,5'inin 18-24 yaş, %22,1'inin 25-34 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Katılımcılardan 35-44 ile 45-54

yaş aralığında olanlar %24,1 ile aynı oranı paylaşmaktadır. Katılımcılardan 55-64 yaş aralığında olanların oranı ise %7,7'dir. Katılımcıların medeni durumlarına bakıldığında ise %60,8'inin evli, %36,7'sinin ise bekâr olduğu görülmektedir. Katılımcıların eğitim durumu incelendiğinde %3,6'sının ilköğretim, %14,4'ünün ortaöğretim, %15,3'ünün ön lisans, %52,6'sının lisans ve %13,4'ünün lisansüstü eğitim almış oldukları görülmektedir. Katılımcıların çalışma durumları incelendiğinde %52,2'sinin kamu çalışanı, %10,9'unun özel sektörde çalıştığı görülmektedir. Katılımcıların %15'inin emekli olduğu, %8,7'sinin ise herhangi bir işte çalışmadığı belirlenmiştir. Katılımcıların aylık gelir durumuna bakıldığında %31,9'unun 5000 ₺ ve altı, %48,11'inin ise 5001-10000 ₺ aralığı gelire sahip olduğu görülmektedir. Katılımcıların %15'inin ise 10001 ile 15000 ₺ arası aylık gelire sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca anketin uygulandığı dönemde asgari ücretin 5,500 ₺ olarak tespit edilmiştir. Tablo 4'te katılımcıların demografik bilgilerine ilişkin veriler yer almaktadır.

*Tablo 4. Katılımcıların demografik bilgileri*

Cinsiyet	N	%	Çalışma Durumu	N	%
Kadın	207	47,2	Kamu Çalışanı	229	52,2
Erkek	226	51,5	Özel Sektör	48	10,9
Cevap Yok	6	1,4	Serbest Meslek	18	4,1
<b>Toplam</b>	<b>439</b>	<b>100</b>	Çalışmıyor	38	8,7
<b>Yaş</b>			Emekli	66	15
18-24	90	20,5	Ev Hanımı	24	5,5
25-34	97	22,1	Diğer	15	3,4
35-44	106	24,1	Cevap Yok	1	0,2
45-54	106	24,1	<b>Toplam</b>	<b>439</b>	<b>100</b>
55-64	34	7,7	<b>Aylık Gelir</b>		
65 ve Yukarısı	6	1,4	5000 ve Altı	140	31,9
<b>Toplam</b>	<b>439</b>	<b>100</b>	5001-10000	211	48,1
<b>Medeni Durum</b>			10001-15000	66	15,0
Evli	267	60,8	15001-20000	18	4,1
Bekâr	161	36,7	20001-25000	2	0,2
Cevap Yok	11	2,5	25001 ve Üzeri	2	0,2
<b>Toplam</b>	<b>439</b>	<b>100</b>	<b>Toplam</b>	<b>439</b>	<b>100</b>
<b>Eğitim Durumu</b>			<b>Tokat'ta Yaşanılan Süre</b>		



İlköğretim	16	3,6	10 Yıldan Az	95	21,6
Ortaöğretim	63	14,4	10-19 yıl	82	18,7
Ön Lisans	67	15,3	20-29 Yıl	85	19,4
Lisans	231	52,6	30-39 Yıl	54	12,3
Lisansüstü	59	13,4	40-49 yıl	60	13,7
Cevap Yok	3	0,7	50 Yıl ve Üzeri	41	9,3
<b>Toplam</b>	<b>439</b>	<b>100</b>	Cevap Yok	22	5,0
<b>Medeni Durum</b>			<b>Toplam</b>	<b>439</b>	<b>100</b>
Evli	267	60,8	<b>Gastronomi Amaçlı Seyahat</b>		
Bekâr	161	36,7	Evet	90	20,5
Cevap Yok	11	2,5	Hayır	347	79,0
<b>Toplam</b>	<b>439</b>	<b>100</b>	Cevap Yok	2	0,5
<b>Seyahat Edilen Şehir</b>			<b>Toplam</b>	<b>439</b>	<b>100</b>
Gaziantep	116	27,1	<b>Destinasyon Seçimine Mutfağın Etkisi</b>		
Hatay	33	7,7	Evet	267	60,8
Afyonkarahisar	37	8,6	Hayır	25	5,7
Gaziantep-Hatay	9	2,1	Fikrim Yok	118	26,9
Gaziantep-Afyonkarahisar	8	1,9	Cevap Yok	29	6,7
Hatay-Afyonkarahisar	3	0,7	<b>Toplam</b>	<b>439</b>	<b>100</b>
Gaziantep-Hatay-Afyonkarahisar	8	1,9			
Cevap Yok	225	52,5			
<b>Toplam</b>	<b>439</b>	<b>100</b>			

Katılımcıların Tokat'ta yaşadıkları süre incelendiğinde ise %21,6'sının 10 yıldan daha az süre Tokat'ta yaşadıkları görülmektedir. %19,4'ü 20-29 yıl arası Tokat'ta yaşayan kişilerden oluşmaktadır. %18,72'sinin Tokat'ta yaşadıkları süre ise 10-19 yıl arasıdır. Katılımcıların %13,7'si 40-49 yıl arası, %12,3'ü ise 30-39 yıl arası Tokat'ta yaşamaktadır. 50 ve üzeri Tokat'ta yaşayanların oranı ise %9,3'tür. Katılımcıların gastronomi amaçlı seyahatlerine bakıldığında ise %70,0'i gastronomi amaçlı seyahat etmediklerini belirtmişlerdir. %20,5'i ise gastronomi amaçlı seyahatler gerçekleştirmişlerdir. Gastronomi amaçlı seyahat edenlerin %27,1'i Gaziantep iline, %8,6'sı Afyonkarahisar iline ve %7,7'si ise Hatay iline seyahat etmişlerdir. Katılımcıların %52,5'i ise bu soruya cevap vermemeyi tercih etmişlerdir. Katılımcıların destinasyon seçiminde mutfağın etkisine yönelik düşüncelerine bakıldığında ise %60,8'i mutfağın destinasyon seçiminde etkisi olduğunu düşündüğü görülmektedir. % 26,9'u ise bu konuda fikrinin olmadığını ifade etmişlerdir.

## 5.2. Araştırmanın Betimleyici Bulguları

### 5.2.1. Tokat yemeklerinin imajının frekans analizi

Araştırma kapsamında Tokat yemeklerinin katılımcılar düzeyindeki imajını belirlemek için tanımlayıcı madde analizi yapılmıştır. Tanımlayıcı bulgularda aritmetik ortalama değerleri; “1.00-1.80 arası çok kötü”, “1.81-2.60 arası kötü”, “2.61-3.40 arası orta”, “3.41-4.20 arası iyi” ve “4.21-5.00 arası çok iyi/mükemmel” olarak değerlendirilmektedir (Akgöz ve Darkanova, 2020; Yaman ve Tekin, 2010).

Tokat mutfağının imajına yönelik maddelerden 14 tanesi çok iyi/mükemmel olarak değerlendirilmektedir. Bunlardan *“Tokat’ın yemekleri lezzetlidir”* önermesi  $\bar{x}=4,26$  ortalama ile en yüksek değeri taşımaktadır. *“Tokat’ın Yemeklerinin Sindirimi Kolaydır”* önermesi ise  $\bar{x}= 3,63$  ortalama ile en düşük değere sahiptir. Önermelerden 2 tanesi ise orta olarak tanımlanmaktadır. Bunlar ise; *“Tokat Yemekleri Garnitür ve Soslar Eşliğinde Sunulur”* ( $\bar{x}=3,25$ ) ve *“Tokat Yemekleri Pişirilirken Bilimsel Teknikler Kullanılır”* ( $\bar{x}=3,08$ ) önermeleridir.

Tablo 5. Tokat Yemeklerinin İmaji

Maddeler	$\bar{x}$	SS	N	%
<b>1.Tokat Yemekleri Güvenlidir</b>	<b>4,22</b>	<b>1,013</b>		
Kesinlikle Katılmıyorum			14	3,2
Katılmıyorum			16	3,7
Kısmen Katılıyorum			54	12,3
Katılıyorum			132	30,1
<b>Tamamen Katılıyorum</b>			<b>221</b>	<b>50,5</b>
Cevap Yok			2	0,4
<b>Toplam</b>			<b>439</b>	<b>100</b>
<b>2.Tokat’ın Yemekleri Hijyeniktir</b>	<b>4,06</b>	<b>1,006</b>		
Kesinlikle Katılmıyorum			11	2,5
Katılmıyorum			17	3,9
Kısmen Katılıyorum			92	21,0
Katılıyorum			136	31,0
<b>Tamamen Katılıyorum</b>			<b>182</b>	<b>41,5</b>
Cevap Yok			1	0,2
<b>Toplam</b>			<b>439</b>	<b>100</b>

<b>3.Tokat'ın Yemeklerinin Sindirimi Kolaydır</b>	<b>3,63</b>	<b>1,060</b>		
Kesinlikle Katılmıyorum			13	3,0
Katılmıyorum			33	7,5
<b>Kısmen Katılıyorum</b>			<b>167</b>	<b>38,0</b>
Katılıyorum			109	24,8
Tamamen Katılıyorum			114	26,0
Cevap Yok			2	0,4
<b>Toplam</b>			<b>439</b>	<b>100</b>
<b>4.Tokat'ın Yemekleri Katkısızdır</b>	<b>4,09</b>	<b>2,646</b>		
Kesinlikle Katılmıyorum			14	3,2
Katılmıyorum			21	4,8
Kısmen Katılıyorum			89	20,3
<b>Katılıyorum</b>			<b>157</b>	<b>35,8</b>
Tamamen Katılıyorum			152	34,6
Cevap Yok			6	1,3
<b>Toplam</b>			<b>439</b>	<b>100</b>
<b>5.Tokat'ın Yemekleri Organiktir</b>	<b>4,00</b>	<b>1,022</b>		
Kesinlikle Katılmıyorum			12	2,7
Katılmıyorum			21	4,8
Kısmen Katılıyorum			91	20,8
Katılıyorum			146	33,3
<b>Tamamen Katılıyorum</b>			<b>166</b>	<b>37,9</b>
Cevap Yok			3	0,7
<b>Toplam</b>			<b>439</b>	<b>100</b>
<b>6.Tokat'ın Yemeklerinde Taze Malzemeler Kullanılır</b>	<b>4,06</b>	<b>0,984</b>		
Kesinlikle Katılmıyorum			9	2,1
Katılmıyorum			18	4,1
Kısmen Katılıyorum			89	20,3
Katılıyorum			145	33,0
<b>Tamamen Katılıyorum</b>			<b>174</b>	<b>39,6</b>
Cevap Yok			4	1,0
<b>Toplam</b>			<b>439</b>	<b>100</b>
<b>7.Tokat'ın Yemekleri Lezzetlidir</b>	<b>4,26</b>	<b>0,969</b>		
Kesinlikle Katılmıyorum			12	2,7
Katılmıyorum			7	1,6
Kısmen Katılıyorum			69	15,7
Katılıyorum			117	26,7
<b>Tamamen Katılıyorum</b>			<b>233</b>	<b>53,1</b>
Cevap Yok			1	0,2
<b>Toplam</b>			<b>439</b>	<b>100</b>

<b>8.Tokat'ın Yemeklerinin Kokusu Güzeldir</b>	<b>4,09</b>	<b>0,994</b>		
Kesinlikle Katılmıyorum			10	2,3
Katılmıyorum			15	3,4
Kısmen Katılıyorum			92	21,0
Katılıyorum			130	29,6
<b>Tamamen Katılıyorum</b>			<b>191</b>	<b>43,5</b>
Cevap Yok			1	0,2
<b>Toplam</b>			<b>439</b>	<b>100</b>
<b>9.Tokat Yemekleri Çekicidir</b>	<b>4,02</b>	<b>1,033</b>		
Kesinlikle Katılmıyorum			12	2,7
Katılmıyorum			15	3,4
Kısmen Katılıyorum			112	25,5
Katılıyorum			115	26,2
<b>Tamamen Katılıyorum</b>			<b>184</b>	<b>41,9</b>
Cevap Yok			1	0,2
<b>Toplam</b>			<b>439</b>	<b>100</b>
<b>10.Tokat Yemeklerinin Görünüşü Güzeldir</b>	<b>3,99</b>	<b>1,070</b>		
Kesinlikle Katılmıyorum			13	3,0
Katılmıyorum			21	4,8
Kısmen Katılıyorum			111	25,3
Katılıyorum			107	24,4
<b>Tamamen Katılıyorum</b>			<b>186</b>	<b>42,4</b>
Cevap Yok			1	0,2
<b>Toplam</b>			<b>439</b>	<b>100</b>
<b>11.Tokat Yemekleri Masadakiler Tarafından Paylaşılır</b>	<b>4,26</b>	<b>2,482</b>		
Kesinlikle Katılmıyorum			8	1,8
Katılmıyorum			12	2,7
Kısmen Katılıyorum			91	20,7
Katılıyorum			121	27,6
<b>Tamamen Katılıyorum</b>			<b>204</b>	<b>46,5</b>
Cevap Yok			3	0,6
<b>Toplam</b>			<b>439</b>	<b>100</b>
<b>12.Tokat Yemekleri Aileye Yöneliktir</b>	<b>4,18</b>	<b>1,691</b>		
Kesinlikle Katılmıyorum			11	2,5
Katılmıyorum			13	3,0
Kısmen Katılıyorum			83	18,9
Katılıyorum			142	32,3
<b>Tamamen Katılıyorum</b>			<b>188</b>	<b>42,8</b>
Cevap Yok			2	0,4
<b>Toplam</b>			<b>439</b>	<b>100</b>

<b>13.Tokat Yemekleri Garnitür ve Soslar Eşliğinde Sunulur</b>	<b>3,25</b>	<b>1,194</b>	
Kesinlikle Katılmıyorum		27	6,2
Katılmıyorum		91	20,7
<b>Kısmen Katılıyorum</b>		<b>163</b>	<b>37,1</b>
Katılıyorum		61	13,9
Tamamen Katılıyorum		96	21,9
Cevap Yok		1	0,2
<b>Toplam</b>		<b>439</b>	<b>100</b>
<b>14.Tokat Yemeklerinin Hazırlanması Uzun Zaman Alır</b>	<b>3,66</b>	<b>0,992</b>	
Kesinlikle Katılmıyorum		7	1,6
Katılmıyorum		37	8,4
<b>Kısmen Katılıyorum</b>		<b>159</b>	<b>36,3</b>
Katılıyorum		133	30,4
Tamamen Katılıyorum		99	22,6
Cevap Yok		3	0,7
<b>Toplam</b>		<b>439</b>	<b>100</b>
<b>15.Tokat Yemekleri Çeşitli Pişirme Teknikleri İle Hazırlanır</b>	<b>3,98</b>	<b>1,017</b>	
Kesinlikle Katılmıyorum		14	3,2
Katılmıyorum		18	4,1
Kısmen Katılıyorum		92	21,0
Katılıyorum		154	35,1
<b>Tamamen Katılıyorum</b>		<b>160</b>	<b>36,4</b>
Cevap Yok		1	0,2
<b>Toplam</b>		<b>439</b>	<b>100</b>
<b>16.Tokat Yemekleri Pişirilirken Bilimsel Teknikler Kullanılır</b>	<b>3,08</b>	<b>1,257</b>	
Kesinlikle Katılmıyorum		47	10,7
Katılmıyorum		101	23,0
<b>Kısmen Katılıyorum</b>		<b>147</b>	<b>33,5</b>
Katılıyorum		58	13,2
Tamamen Katılıyorum		85	19,4
Cevap Yok		1	0,2
<b>Toplam</b>		<b>439</b>	<b>100</b>

### 5.2.2. Tokat mutfağına ait yemeklerin özgünlük analizi

$H_2$ : Tokat halkının yazılı kaynaklarda belirtilen Tokat mutfağına ait yiyecekleri Tokat'a özgün bulma düzeyi nedir?

Tokat mutfağında yer alan 67 ürünün özgünlük düzeyine yönelik betimleyici analizine ilişkin sonuçlar tablo 6'da görülmektedir. Bu yemekler

arasında tokat kebabı (427), bat (376), keşkek (285), madımak (319), Tokat tavası (344), baklalı dolma (339), etli dolma (280), yavan dolma (213), pehlili pilav (250), dolma içi (272), bacaklı çorba (310), helle çorbası (278), toyga çorbası (235), mercimekli hamur çorbası (232), almus böreği (309), cevizli çörek (334), katmer (258), çökelekli gözleme (245), çökelekli pide (262), Tokat simidi (385), yağlı (396), bez sucuk (347), çemen (365), zile pekmezi (424), zile kömesi (399), tarhana (200), kızılık hoşafı (170), kuşburnu marmeladı (263) ve yufka tatlısı (184) olmak üzere 29 yemek katılımcılar tarafından Tokat'a özgün yiyecekler olarak görülmektedir.

*Tablo 6. Tokat Mutfağının Özgünlüğü*

Yemekler	$\bar{x}$	S.S.	N	%	Yemekler	$\bar{x}$	S.S.	N	%
<b>Tokat Kebabı</b>	1,027	,1632			<b>Zambak reçeli</b>	2,166	,9127		
Tokat'a Özgün			427	97,3	Tokat'a Özgün			150	34,2
Tokat'a Özgün			12	2,7	Tokat'a Özgün			68	15,5
Değil					Değil				
Fikrim Yok			0	0	Fikrim Yok			221	50,3
<b>Bat</b>	1,243	,6210			<b>Püşürük Çorba</b>	2,467	,8183		
Tokat'a Özgün			376	85,6	Tokat'a Özgün			90	20,5
Tokat'a Özgün			19	4,3	Tokat'a Özgün			56	12,8
Değil					Değil				
Fikrim Yok			44	10	Fikrim Yok			293	66,7
<b>Keşkek</b>	1,474	,7046			<b>Keşbo Çorba</b>	2,595	,7275		
Tokat'a Özgün			285	64,9	Tokat'a Özgün			60	13,7
Tokat'a Özgün			100	22,8	Tokat'a Özgün			61	13,9
Değil					Değil				
Fikrim Yok			54	12,3	Fikrim Yok			318	72,4
<b>Madımak</b>	1,380	,6715			<b>Kamalı Çorba</b>	2,615	,7118		
Tokat'a Özgün			319	72,7	Tokat'a Özgün			56	12,8
Tokat'a Özgün			73	16,6	Tokat'a Özgün			60	13,7
Değil					Değil				
Fikrim Yok			47	10,7	Fikrim Yok			323	73,5
<b>Tokat Tavası</b>	1,365	,7336			<b>Kelem Çorbası</b>	2,419	,8093		
Tokat'a Özgün			344	78,4	Tokat'a Özgün			88	20,0
Tokat'a Özgün			32	7,3	Tokat'a Özgün			81	18,5
Değil					Değil				
Fikrim Yok			63	14,3	Fikrim Yok			270	61,5
<b>Baklalı Dolma</b>	1,388	,7503			<b>Çoştı Yemeği</b>	2,636	,6886		
Tokat'a Özgün			339	77,4	Tokat'a Özgün			51	11,6
Tokat'a Özgün			28	6,4	Tokat'a Özgün			60	13,7
Değil					Değil				
Fikrim Yok			72	16,2	Fikrim Yok			328	74,7
<b>Etlı Dolma</b>	1,626	1,670			<b>Basta</b>	2,560	,7154		
Tokat'a Özgün			280	63,9	Tokat'a Özgün			56	12,8
Tokat'a Özgün			78	17,8	Tokat'a Özgün			83	18,9
Değil					Değil				
Fikrim Yok			81	18,3	Fikrim Yok			300	67,3

Yavan (Erikli) Dolma	1,899 ,9285		Ferfene	2,519 1,6313	
Tokar'a Özgün	213	48,5	Tokar'a Özgün	91	20,7
Tokar'a Özgün Değil	57	13,0	Tokar'a Özgün Değil	60	13,7
Fikrim Yok	169	38,5	Fikrim Yok	288	65,6
Pehlili Pilav	1,752 ,9115		Pakali	2,686 1,6123	
Tokar'a Özgün	250	56,9	Tokar'a Özgün	55	12,5
Tokar'a Özgün Değil	48	10,9	Tokar'a Özgün Değil	60	13,7
Fikrim Yok	141	32,2	Fikrim Yok	324	73,8
Kuskus	2,016 ,8233		Gelin Parmağı	2,558 ,7498	
Tokar'a Özgün	144	32,8	Tokar'a Özgün	67	15,3
Tokar'a Özgün Değil	145	33,0	Tokar'a Özgün Değil	62	14,1
Fikrim Yok	150	34,2	Fikrim Yok	310	70,6
Dolma İçi	1,588 ,8114		Baldıran	2,556 ,7561	
Tokar'a Özgün	272	62,0	Tokar'a Özgün	69	15,7
Tokar'a Özgün Değil	76	17,3	Tokar'a Özgün Değil	59	13,4
Fikrim Yok	91	20,7	Fikrim Yok	311	70,9
Nohut Yahnisi	1,945 ,7919		Isırgan Yağlı Aşı	2,451 1,6858	
Tokar'a Özgün	150	34,2	Tokar'a Özgün	101	23,0
Tokar'a Özgün Değil	163	37,1	Tokar'a Özgün Değil	71	16,2
Fikrim Yok	126	28,7	Fikrim Yok	267	60,8
Nivik	2,169 ,9318		Şipsi	2,426 ,7665	
Tokar'a Özgün	158	36,1	Tokar'a Özgün	73	16,6
Tokar'a Özgün Değil	49	11,2	Tokar'a Özgün Değil	108	24,6
Fikrim Yok	232	52,7	Fikrim Yok	258	58,8
Bacaklı Çorba	1,433 ,7243		Papa	2,663 ,6483	
Tokar'a Özgün	310	70,6	Tokar'a Özgün	41	9,3
Tokar'a Özgün Değil	68	15,5	Tokar'a Özgün Değil	68	15,5
Fikrim Yok	61	13,9	Fikrim Yok	330	75,2
Helle Çorbası	1,672 1,679		Siron	2,490 ,7210	
Tokar'a Özgün	278	63,3	Tokar'a Özgün	57	13,0
Tokar'a Özgün Değil	56	12,8	Tokar'a Özgün Değil	112	25,5
Fikrim Yok	105	23,9	Fikrim Yok	270	61,5
Toyga Çorbası	1,734 ,8578		Olibah	2,606 1,5430	
Tokar'a Özgün	235	53,5	Tokar'a Özgün	61	13,9
Tokar'a Özgün Değil	86	19,6	Tokar'a Özgün Değil	81	18,5
Fikrim Yok	118	26,9	Fikrim Yok	297	67,6
Gendüme Çorbası	2,005 ,9166		Tülü Köfte	2,645 ,6901	
Tokar'a Özgün	183	41,7	Tokar'a Özgün	52	11,8

Tokat'a Özgün Değil	71	16,2	Tokat'a Özgün Değil	54	12,3
Fikrim Yok	185	42,1	Fikrim Yok	333	75,9
Mercimekli Hamur Çorbası	1,779	,8882	Kulak Cadı	2,759	1,5368
Tokat'a Özgün	232	52,8	Tokat'a Özgün	40	9,1
Tokat'a Özgün Değil	72	16,4	Tokat'a Özgün Değil	57	13,0
Fikrim Yok	135	30,8	Fikrim Yok	342	77,9
Cevizli Çörek	1,374	,7137	Kavlak Börek	2,611	,7094
Tokat'a Özgün	334	76,1	Tokat'a Özgün	56	12,8
Tokat'a Özgün Değil	44	10	Tokat'a Özgün Değil	61	13,9
Fikrim Yok	61	13,9	Fikrim Yok	322	73,3
Katmer	1,534	,7104	Pırasa Böreği	2,269	,7885
Tokat'a Özgün	258	58,8	Tokat'a Özgün	91	20,7
Tokat'a Özgün Değil	125	28,5	Tokat'a Özgün Değil	141	32,1
Fikrim Yok	56	12,7	Fikrim Yok	207	47,2
Yufka	1,804	,7389	Mısır Böreği	2,431	,7366
Tokat'a Özgün	171	39,0	Tokat'a Özgün	63	14,4
Tokat'a Özgün Değil	183	41,7	Tokat'a Özgün Değil	126	28,6
Fikrim Yok	85	19,3	Fikrim Yok	250	57,0
Çökeleklî Gözleme	1,572	,7111	Yaş Börek	2,453	,7921
Tokat'a Özgün	245	55,8	Tokat'a Özgün	81	18,5
Tokat'a Özgün Değil	137	31,2	Tokat'a Özgün Değil	80	18,2
Fikrim Yok	57	14,0	Fikrim Yok	278	63,3
Çökeleklî Pide	1,508	,6786	Hamba	2,626	,7163
Tokat'a Özgün	262	59,7	Tokat'a Özgün	59	13,4
Tokat'a Özgün Değil	131	29,8	Tokat'a Özgün Değil	48	10,9
Fikrim Yok	46	10,5	Fikrim Yok	332	75,7
Tokat Simidi	1,210	,7099	Almus Böreği	1,570	1,0266
Tokat'a Özgün	385	87,7	Tokat'a Özgün	309	70,4
Tokat'a Özgün Değil	24	5,5	Tokat'a Özgün Değil	22	5,0
Fikrim Yok	30	6,8	Fikrim Yok	108	24,6
Yağlı	1,157	,5015	Güdürlü	2,519	,7903
Tokat'a Özgün	396	90,2	Tokat'a Özgün	80	18,2
Tokat'a Özgün Değil	17	3,9	Tokat'a Özgün Değil	53	12,1
Fikrim Yok	26	5,9	Fikrim Yok	306	69,7
Bez Sucuk	1,330	,6810	Kumak	2,522	,7698
Tokat'a Özgün	347	79,0	Tokat'a Özgün	73	16,6
Tokat'a Özgün Değil	39	8,9	Tokat'a Özgün Değil	66	15,0
Fikrim Yok	53	12,1	Fikrim Yok	300	68,4



Çemen	1,239	5732		Hasurda	2,451	1,7033
Tokat'a Özgün	365	83,1		Tokat'a Özgün	113	25,7
Tokat'a Özgün	44	10,0		Tokat'a Özgün	48	10,9
Değil				Değil		
Fikrim Yok	30	6,9		Fikrim Yok	278	63,4
Zile Pekmezi	1,057	3154		Sini Çevirme	2,166	9300
Tokat'a Özgün	424	96,6		Tokat'a Özgün	157	35,8
Tokat'a Özgün	5	1,1		Tokat'a Özgün	54	12,3
Değil				Değil		
Fikrim Yok	10	2,3		Fikrim Yok	228	51,9
Zile Kömesi	1,146	4842		Kuru Erik Tatlısı	2,144	9289
(Coğrafi İşareti)						
Tokat'a Özgün	399	90,9		Tokat'a Özgün	160	36,4
Tokat'a Özgün	16	3,6		Tokat'a Özgün	58	13,2
Değil				Değil		
Fikrim Yok	24	5,5		Fikrim Yok	221	50,4
Pestil	1,779	7208		Lalek (Leylek)	2,342	8768
				Giliği		
Tokat'a Özgün	173	39,4		Tokat'a Özgün	117	26,7
Tokat'a Özgün	190	43,3		Tokat'a Özgün	57	13,0
Değil				Değil		
Fikrim Yok	76	17,3		Fikrim Yok	265	60,3
Tarhana	1,702	7277		Pancar Tatlısı	2,150	9364
Tokat'a Özgün	200	45,6		Tokat'a Özgün	162	36,9
Tokat'a Özgün	171	39,0		Tokat'a Özgün	51	11,6
Değil				Değil		
Fikrim Yok	68	15,4		Fikrim Yok	226	51,5
Kızılık Hoşafı	1,918	8291		Pekmez Helvası	2,018	9410
Tokat'a Özgün	170	38,7		Tokat'a Özgün	188	42,8
Tokat'a Özgün	135	30,8		Tokat'a Özgün	57	13,0
Değil				Değil		
Fikrim Yok	134	30,5		Fikrim Yok	194	44,2
Kuşburnu	1,572	7667		Yufka Tatlısı	1,986	9140
Marmeladı						
Tokat'a Özgün	263	59,9		Tokat'a Özgün	184	41,9
Tokat'a Özgün	101	23,0		Tokat'a Özgün	79	18,0
Değil				Değil		
Fikrim Yok	75	17,1		Fikrim Yok	176	40,1
				Tırtıl Tatlısı	2,080	8998
				Tokat'a Özgün	169	38,5
				Tokat'a Özgün	90	20,5
				Değil		
				Fikrim Yok	180	41,0

Katılımcılar Tokat mutfağına ait 35 yemeğin Tokat'a özgünlüğü konusunda ise bir fikirlerinin olmadığını belirtmişlerdir. Kuskus (n=150, %34,2,  $\bar{x}$  =2,016), nivik (n=232, 52,7,  $\bar{x}$  =2,169), gendüme çorbası (n=185, %42,1,  $\bar{x}$  =2,005), zambak reçeli (n=221, %50,3,  $\bar{x}$  =2,166), püştürük çorbası (n=293, %66,7,  $\bar{x}$  =2,467), keşbo çorbası (n=318, %

72,4,  $\bar{x}=2,595$ ), kamalı çorba (n=323, %73,5,  $\bar{x}=2,615$ ), kelem çorbası (n=270, %61,5,  $\bar{x}=2,419$ ), çoştu yemeği (n=328, %74,7,  $\bar{x}=2,636$ ), basta yemeği (n=300, %67,3,  $\bar{x}=2,560$ ), ferefe (n=288, %65,6,  $\bar{x}=2,519$ ), pakali (n=324, %73,8,  $\bar{x}=2,686$ ), gelin parmağı (n=310, %70,6,  $\bar{x}=2,558$ ), baldıran yemeği (n=311, %70,9,  $\bar{x}=2,556$ ), ısırgan yağlı aşı (n=267, %60,8,  $\bar{x}=2,451$ ), şipsi (n=258, %58,8,  $\bar{x}=2,426$ ), papa yemeği (n=330, %75,2,  $\bar{x}=2,663$ ), siron (n=270, %61,5,  $\bar{x}=2,490$ ), olibah (n=297, %67,6,  $\bar{x}=2,606$ ), tülü köfte (n=333, %75,9,  $\bar{x}=2,645$ ), kulak cadı (n=342, %77,9,  $\bar{x}=2,759$ ), kavlak börek (n=322, %73,3,  $\bar{x}=2,611$ ), pırasa böreği (n=207, %47,2,  $\bar{x}=2,269$ ), mısır böreği (n=250, %57,0,  $\bar{x}=2,431$ ), yaş börek (n=278, %63,3,  $\bar{x}=2,453$ ), hamba (n=332, %75,7,  $\bar{x}=2,626$ ), güdül (n=306, %69,7,  $\bar{x}=2,519$ ), kumak (n=300, %68,4,  $\bar{x}=2,522$ ), hasurda (n=278, %63,4,  $\bar{x}=2,451$ ), sini çevirme (n=228, %51,9,  $\bar{x}=2,166$ ), yavan erik tatlısı (n=221, %50,4,  $\bar{x}=2,144$ ), lalek giliği (n=265, %60,3,  $\bar{x}=2,342$ ), pancar tatlısı (n=226, %51,5,  $\bar{x}=2,150$ ), pekmez helvası (n=194, %44,2,  $\bar{x}=2,018$ ) yemeklerinin Tokat'a özgün olup olmadığını bilmediklerini belirtmişlerdir.

Katılımcılar pestil (n=190, %43,3 ve  $\bar{x}=1,779$ ), nohut yahnisi (n=163, %37,1 ve  $\bar{x}=1,945$ ) ve yufka (n=183, %41,7 ve  $\bar{x}=1,804$ ) olmak üzere 3 yemeğin ise tokat mutfağına özgün olmadığını düşünmektedirler. Bunun yanında hakkında çoğunlukla fikir sahibi olunmayan pestil (n=190, %43,3 ve  $\bar{x}=1,779$ ), şipsi (n=108, %24,6 ve  $\bar{x}=2,426$ ), siron (n=112, %25,5 ve  $\bar{x}=2,490$ ), pırasa böreği (n=141, %32,1 ve  $\bar{x}=2,265$ ) ve mısır böreği (n=126, %28,5 ve  $\bar{x}=2,431$ ) yemeklerinin ise Tokat'a özgün olmadığı konusunda da önemli düşünceler yer almaktadır.

### 5.2.3. Tokat mutfağındaki yemeklerin aylık pişirilme sıklığı analizi

Tablo 7'de Tokat mutfağına olduğu literatür araştırması sonucu belirlenen yemeklerin aylık olarak pişirilme sıklığı belirtilmiştir. Tokat mutfağına yer alan yemeklerin çoğunun (56 yemek) yılda bir kere pişirildiği veya hazırlandığı görülmektedir. Tablo 7'ye göre yılda bir kere hazırlanan yemekler şunlardır: Tokat kebabı, bat (ikinci sırada ayda bir (kere), madımak, tokat tavası, etli dolma, yavan dolma, pehlili pilav, kuskus (yılda bir kere hazırlanır, saklanır ve gerektiği zaman pişirilir), dolma içi, nohut yahnisi, nivik, bacaklı çorba, helle çorbası, toyga çorbası, gendüme çorbası, mercimekli hamur çorbası, cevizli çörek, bez sucuk, çemen, zile pekmezi, zile kömesi, pestil, tarhana, kızılıcak, kuşburnu marmelatı, zambak reçeli, püştürük çorba, keşbo çorba, kamalı çorba, kelem (lahana) çorbası, çoştu yemeği, basta yemeği, ferefe, pakali yemeği, gelin parmağı, baldıran (baldıran otu), ısırgan yağlı aşı, şipsi yemeği, şipsi, papa, siron, olibah, tülü köfte, kulak cadı, kavlak börek,

pırasa böreği, mısır böreği, yaş börek, hamba, almus böreği, güdül, kumak, hasurda, sini çevirme, kuru erik tatlısı, lalek giliği, pancar tatlısı, pekmez helvası, yufka tatlısı ve tırtıl tatlısıdır.

**Tablo 7. Tokat Yemeklerinin Pişirilme Sıklığı (Mutfakta Popülarlığı)**

Yemekler	Tokat Yemeklerini Aylık Pişirme Sıklıkları													
	Ayda 1 Kere	%	Ayda 2 Kere	%	Ayda 3 Kere	%	Ayda 4 Kere	%	Ayda 4'ten Fazla	%	Yılda 1 Kere	%	Hiç	%
1. Tokat Kebabı	106	24,3	33	7,6	25	5,7	7	1,6	22	5,0	227	52,1	19	3,6
2. Bat	109	24,8	68	15,5	41	9,3	23	5,2	66	15,0	110	25,1	22	5,0
3. Keşkek	141	32,1	45	10,3	36	8,2	25	5,7	37	8,4	138	31,4	17	3,8
4. Madımak	96	21,9	65	14,8	43	9,8	22	5,0	62	14,1	131	29,8	20	4,6
5. Tokat Tavası	98	22,4	35	8,0	27	6,2	18	4,1	26	5,9	190	43,4	45	10,2
6. Baklalı Dolma	130	29,6	59	13,4	40	9,1	19	4,3	45	10,3	126	28,7	20	4,6
7. Etlı Dolma	132	30,1	56	12,8	32	7,3	18	4,1	42	9,6	135	30,8	24	5,5
8. Yavan (Erikli) Dolma	81	18,5	28	6,4	13	3,0	12	2,7	20	4,6	229	52,4	56	12,9
9. Pehlili Pilav	87	19,9	41	9,4	17	3,9	11	2,5	19	4,3	220	50,2	44	10,0
10. Kuskus	81	18,5	60	13,7	16	3,7	21	4,8	22	5,0	188	42,9	51	11,5
11. Dolma İçi	115	26,3	59	13,5	37	8,4	25	5,7	29	6,6	133	30,4	41	10,0
12. Nohut Yahnisi	99	22,6	65	14,8	36	8,2	24	5,5	37	8,4	142	32,4	36	8,2
13. Nivik	64	14,6	15	3,4	8	1,8	13	3,0	20	4,6	254	58,1	65	14,7
14. Bacaklı Çorba	96	21,9	77	17,6	46	10,5	26	5,9	51	11,6	116	26,5	27	6,0
15. Helle Çorbası	79	18,1	54	12,4	47	10,8	24	5,5	39	8,9	162	37,2	34	7,8
16. Toyga Çorbası	90	20,6	53	12,1	41	9,4	39	8,9	43	9,8	133	30,4	40	9,2
17. Gendüme Çorbası	82	18,8	38	8,7	36	8,2	17	3,9	26	5,9	175	40,0	65	14,9
18. Mercimekli Hamur Çorbası	79	18,0	82	18,7	29	6,6	24	5,5	38	8,7	144	32,9	43	9,8
19. Cevizli Çörek	100	22,8	64	14,6	32	7,3	19	4,3	58	13,2	127	29,0	39	8,9
20. Katmer	126	28,8	82	18,7	32	7,3	22	5,0	58	13,2	99	22,6	20	4,5
21. Yufka	101	23,1	60	13,7	37	8,4	23	5,3	60	14,3	124	28,3	32	7,3
22. Çökekleli Gözleme	122	27,9	55	12,6	41	9,4	26	5,9	73	16,7	98	22,4	24	5,5
23. Çökekleli Pide	109	24,0	67	15,3	45	10,3	21	4,8	85	19,5	83	19,0	29	6,7
24. Tokat Simidi	59	13,4	24	5,5	40	9,1	54	12,3	176	36,9	76	17,3	24	5,5
25. Yağlı	73	16,6	44	10,0	43	9,8	45	10,3	128	29,2	78	17,8	28	6,4
26. Bez Sucuk	94	21,4	40	9,1	37	8,4	31	7,1	75	17,1	136	31,0	26	5,9
27. Çemen	74	16,9	30	6,8	26	5,9	22	5,0	69	15,7	176	40,1	42	9,5
28. Zile Pekmezi	68	15,5	28	6,4	30	6,8	12	2,7	64	14,6	193	44,1	44	10,0

<b>29. Zile Kömesi</b>	69	15,7	36	8,2	16	3,6	9	2,1	52	11,8	<b>213</b>	<b>48,5</b>	44	10,0
<b>30. Pestil</b>	66	15,1	36	8,2	19	4,3	10	2,3	44	10,0	<b>217</b>	<b>49,5</b>	47	10,7
<b>31. Tarhana (Toz)</b>	86	19,6	49	11,2	39	8,9	22	5,0	58	13,2	<b>148</b>	<b>33,7</b>	37	8,4
<b>32. Kızılıcak Hoşafı</b>	81	18,5	19	4,3	17	3,9	7	1,6	18	4,1	<b>232</b>	<b>53,0</b>	65	14,8
<b>33. Kuşburnu Marmeladı</b>	54	12,3	27	6,2	30	6,8	26	5,9	95	21,7	<b>169</b>	<b>38,6</b>	38	8,6
<b>34. Zambak Reçeli</b>	48	11,0	20	4,6	9	2,1	9	2,1	16	3,7	<b>267</b>	<b>61,1</b>	70	0,9
<b>35. Püştürük Çorba</b>	56	12,8	12	2,8	11	2,5	1	0,2	7	1,6	<b>271</b>	<b>62,6</b>	81	18,6
<b>36. Keşbo Çorba</b>	54	12,4	11	2,5	10	2,3	4	0,9	4	0,9	<b>275</b>	<b>63,1</b>	81	18,6
<b>37. Kamalı Çorba</b>	49	11,2	18	4,1	6	1,4	3	0,7	5	1,1	<b>277</b>	<b>63,5</b>	81	18,7
<b>38. Kelem Çorbası</b>	48	11,0	22	5,0	12	2,8	4	0,9	11	2,5	<b>267</b>	<b>61,2</b>	75	17,3
<b>39. Çoştu Yemeği</b>	44	10,1	9	2,1	13	3,0	8	1,8	6	1,4	<b>273</b>	<b>62,6</b>	86	19,7
<b>40. Basta</b>	56	12,8	14	3,2	8	1,8	2	0,5	14	3,2	<b>262</b>	<b>60,1</b>	83	19,0
<b>41. Fefene</b>	47	10,8	10	2,3	7	1,6	7	1,6	6	1,4	<b>278</b>	<b>63,8</b>	84	19,3
<b>42. Pakali</b>	45	10,3	5	1,1	6	1,4	8	1,8	9	2,1	<b>280</b>	<b>64,2</b>	86	19,8
<b>43. Gelin Parmığı</b>	38	8,7	9	2,1	13	3,0	7	1,6	8	1,8	<b>279</b>	<b>64,0</b>	85	19,5
<b>44. Baldran</b>	40	9,2	11	2,5	11	2,5	5	1,1	10	2,3	<b>277</b>	<b>63,5</b>	85	19,5
<b>45. Isırgan Yağı Aşı</b>	35	8,0	10	2,3	14	3,2	6	1,4	11	2,5	<b>276</b>	<b>63,3</b>	87	20,0
<b>46. Şipsi</b>	62	14,2	10	2,3	11	2,5	7	1,6	16	3,7	<b>254</b>	<b>58,3</b>	79	18,1
<b>47. Papa</b>	42	9,6	8	1,8	15	3,4	6	1,4	9	2,1	<b>275</b>	<b>63,1</b>	84	19,2
<b>48. Siron</b>	49	11,2	10	2,3	12	2,8	7	1,6	9	2,1	<b>274</b>	<b>62,8</b>	78	17,9
<b>49. Olibah</b>	57	13,1	9	2,1	14	3,6	7	1,6	10	2,3	<b>263</b>	<b>60,3</b>	79	18,2
<b>50. Tülü Köfte</b>	40	9,8	8	1,8	19	4,4	9	2,1	14	3,2	<b>265</b>	<b>60,8</b>	84	19,2
<b>51. Kulak Cadı</b>	49	11,2	7	1,6	13	3,0	5	1,1	6	1,4	<b>274</b>	<b>62,8</b>	85	19,5
<b>52. Kavlak Börek</b>	42	9,6	9	2,1	19	4,4	9	2,1	9	2,1	<b>267</b>	<b>61,2</b>	84	19,2
<b>53. Pırasa Böreği</b>	52	11,9	21	4,8	21	4,8	7	1,6	16	3,7	<b>247</b>	<b>56,7</b>	75	17,2
<b>54. Mısır Böreği</b>	46	10,6	15	3,4	16	3,7	7	1,6	14	3,2	<b>261</b>	<b>59,9</b>	80	18,3
<b>55. Yaş Börek</b>	68	15,6	20	4,6	18	4,1	11	2,5	15	3,4	<b>228</b>	<b>52,3</b>	79	18,2
<b>56. Hamba</b>	43	9,9	13	3,0	9	2,1	4	0,9	7	1,6	<b>278</b>	<b>63,8</b>	85	19,5
<b>57. Almus Böreği</b>	61	14,0	19	4,4	18	4,1	11	2,5	16	3,7	<b>237</b>	<b>54,4</b>	77	17,7
<b>58. Gütül</b>	43	9,9	11	2,5	13	3,0	6	1,4	8	1,8	<b>275</b>	<b>63,1</b>	83	19,1
<b>59. Kumak</b>	46	10,6	13	3,0	11	2,5	10	2,3	8	1,8	<b>271</b>	<b>62,2</b>	80	18,4
<b>60. Hasurda</b>	41	9,4	11	2,5	16	3,7	5	1,1	8	1,8	<b>282</b>	<b>64,7</b>	76	17,5
<b>61. Sini Çevirme</b>	44	10,1	9	2,1	17	3,9	5	1,1	13	3,0	<b>271</b>	<b>62,2</b>	80	18,4
<b>62. Ku. Erik Tatlısı</b>	48	11,0	25	5,7	12	2,8	7	1,6	12	2,8	<b>258</b>	<b>59,2</b>	77	17,7
<b>63. Lalek Giliği</b>	53	12,2	15	3,4	13	3,0	6	1,4	6	1,4	<b>267</b>	<b>61,2</b>	79	18,2
<b>64. Pancar Tatlısı</b>	41	9,4	16	3,7	11	2,5	7	1,6	6	1,4	<b>283</b>	<b>64,9</b>	75	17,2
<b>65. Pekmez Helvası</b>	41	9,4	20	4,6	20	4,6	8	1,8	13	3,0	<b>259</b>	<b>59,4</b>	78	17,9
<b>66. Yufka Tatlısı</b>	64	14,7	20	4,6	22	5,0	12	2,8	19	4,4	<b>232</b>	<b>53,2</b>	70	16,0
<b>67. Tırtıl Tatlısı</b>	61	14,0	25	5,7	22	5,0	14	3,2	12	2,8	<b>246</b>	<b>56,4</b>	59	13,5

Tablo 7'de yer alan bilgilere g&ouml;re katılımcılar; keşkek, baklalı dolma, etli dolma, dolma içi, bacaklı çorba, cevizli çörek, katmer, çökelekli gözleme ve çökelekli pidenin en az ayda bir kere pişirildiğini ifade etmektedirler. Yine tablo 7'ye g&ouml;re katılımcılar Tokat simidi (n=176, %36,9) ve yağlı (n=128, %29,2) yiyeceklerinin ayda dört ten fazla pişirildiğini ifade etmektedirler.

### 5.3. Tokat Mutfağına Y&ouml;nelik Fakt&ouml;r Analizi

Aralarında d&uuml;ş&uuml;k ilişki olduğu d&uuml;ş&uuml;n&uuml;len çok sayıdaki değişkenin uygun olarak yapılandırılması, ölçeğin yapı geçerliliğinin test edilerek gruplandırılması ve belirli fakt&ouml;rlere d&ouml;nüşt&uuml;r&uuml;lmesi amacıyla fakt&ouml;r analizi yapılmıştır. Fakt&ouml;r analizi sonucunda KMO &ouml;rneklem değerinin 0,926, Bartlett's testi ki-kare değerinin 4346, 885 ve anlamlılık değerinin de P=0,000 olduğu belirlenmiştir. Bu değerler verilerin fakt&ouml;r analizi için yeterli olduğunu ifade etmektedir.

Fakt&ouml;r analizi sonucunda, 16 ifade Varimax rotasyonu ile &ouml;z değeri 1'den fazla olan ve fakt&ouml;r y&uuml;kleri 0,30'dan b&uuml;y&uuml;k ifadeler dikkate alınmıştır. Fakt&ouml;r analizi sonucu Tokat mutfağı imajı ölçeğinin 3 boyuttan oluşt&uuml;đu belirlenmiştir. G&uuml;venlik Kalite boyutu yedi (7) maddeden Çekicilik boyutu beş (5) maddeden ve Sanat ve Teknik boyutu ise 4 maddeden oluşt&uuml;madır. G&uuml;venlik ve Kalite boyutu toplam varyansın %47,785'ini, Çekicilik boyutu toplam varyansın %6,085'ini, Sanat ve Teknik boyutu ise toplam varyansın %7,571'ini açıklamaktadır. Boyutlar ise toplam varyansın %61,532'sini açıklamaktadır. Tablo 8'de fakt&ouml;r analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 8. Tokat Mutfağı İmajının Faktör Analizi

Faktörler	Faktör Yüklü	Özdeğer	Açıklanan Varyans %	Cronbach Alpha
<b>Güvenlik ve Kalite</b>		<b>7,660</b>	<b>47,875</b>	<b>,0,719</b>
Tokat'ın yemekleri lezzetlidir	,803			
Tokat yemeklerinin kokusu güzeldir	,799			
Tokat'ın yemekleri güvenlidir	,750			
Tokat yemekleri çikicidir	,740			
Tokat'ın yemekleri hijyeniktir	,731			
Tokat'ın yemeklerinde taze malzemeler kullanılır	,707			
Tokat'ın yemekleri organikdir	,696			
Tokat yemekleri aileye yöneliktir	,390			
<b>Çekicilik</b>		<b>0,974</b>	<b>6,085</b>	<b>0,683</b>
Tokat yemeklerinin görünüşü güzeldir	,672			
Tokat'ın yemeklerinin sindirimi kolaydır	,528			
Tokat'ın yemekleri katkısızdır	,505			
Tokat yemekleri masadakiler tarafından paylaşılır	,438			
<b>Sanat ve Teknik</b>		<b>1,211</b>	<b>% 7,571</b>	<b>,771</b>
Tokat yemekleri pişirilirken bilimsel teknikler kullanılır	,832			
Tokat yemekleri garnitür ve soslar eşliğinde sunulur	,777			
Tokat yemekleri çeşitli pişirme teknikleri ile hazırlanır	,582			
Tokat yemeklerinin hazırlanması uzun zaman alır	,416			
Varimax rotasyonlu temel bileşenler analizi. Açıklanan toplam Varyans: <b>61,532</b> KMO örneklem Yeterliliği: <b>,926</b> ; Bartlett's Küresellik Testi: <b>4346,885</b> ; <b>P=0,000</b> Ölçeğin tamamı için Alpha: <b>,803</b>				

#### 5.4. Hipotez Testleri

**H1<sub>0</sub>:** Katılımcılara göre Tokat mutfağı olumlu bir imaja sahiptir.

Araştırma verilerinin değerlendirilmesinde katılımcıların Tokat mutfağına ait imaj ifadelerine katılım düzeyine ilişkin sonuçlar Tablo

9'da yer almaktadır. Bu incelemede aritmetik ortalama ve standart sapma değerlerinden yararlanılmıştır.

*Tablo 9. Tokat Mutfağının İmajı*

Maddeler	N	$\bar{x}$	S.S.
Tokat'ın yemekleri güvenlidir	438	4,2169	1,01295
Tokat'ın yemekleri hijyeniktir	439	4,0569	1,00635
Tokat'ın yemeklerinin sindirimi kolaydır	438	3,6347	1,06058
Tokat'ın yemekleri katkısızdır	439	4,0911	2,64677
Tokat'ın yemekleri organiktir	438	4,0023	1,02262
Tokat'ın yemeklerinde taze malzemeler kullanılır	437	4,0595	,98434
<b>Tokat'ın yemekleri lezzetlidir</b>	<b>439</b>	<b>4,2642</b>	<b>,96910</b>
Tokat yemeklerinin kokusu güzeldir	439	4,0934	,99447
Tokat yemekleri çekicidir	439	4,0182	1,03352
Tokat yemeklerinin görünüşü güzeldir	439	3,9909	1,07053
<b>Tokat yemekleri masadakiler tarafından paylaşılır</b>	<b>438</b>	<b>4,2626</b>	<b>2,48234</b>
Tokat yemekleri aileye yöneliktir	439	4,1754	1,69170
<b>Tokat yemekleri garnitür ve soslar eşliğinde sunulur</b>	<b>439</b>	<b>3,2528</b>	<b>1,19448</b>
Tokat yemeklerinin hazırlanması uzun zaman alır	438	3,6598	,99232
Tokat yemekleri çeşitli pişirme teknikleri ile hazırlanır	439	3,9818	1,01794
<b>Tokat yemekleri pişirilirken bilimsel teknikler kullanılır</b>	<b>439</b>	<b>3,0820</b>	<b>1,25790</b>

Tablo 9 incelendiğinde katılımcıların verdiği yanıtlara göre Tokat mutfağına ait imajın yüksek olduğu görülmektedir. Tablo 9 sonuçlarına göre katılımcıların Tokat mutfağı imajı içerisinde “*Tokat'ın yemekleri lezzetlidir*” ifadesi  $\bar{x} = 4,2642$  ortalama ile en yüksek imaja sahiptir. “*Tokat Yemekleri Masadakiler tarafından paylaşılır*” ifadesi  $\bar{x} = 4,2626$  ortalama ile ikinci yüksek değere sahiptir. “*Tokat yemekleri pişirilirken bilimsel teknikler kullanılır*” ifadesi ise  $\bar{x} = 3,0820$  ortalama ile en düşük imaja sahiptir. “Tokat yemekleri garnitür ve soslar eşliğinde sunulur” ifadesi ise  $\bar{x} = 3,2528$  ortalama ile ikinci en düşük imaja sahiptir. Bu sonuçlar ışığında  $H_{10}$ : Katılımcılara göre Tokat mutfağı olumlu bir imaja sahiptir hipotezi kabul edilmiştir.

**$H_{11}$ :** Tokat mutfağının imajı katılımcıların yaşlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

$H_{11}$  Hipotezini ve yaş aralıklarına göre katılımcıların Tokat mutfağının farklı düşüncede olup olmadığını test amacıyla Anova testi yapılmıştır. Anova testi sonucuna göre yaş grupları arasında Tokat mutfağı imajının sanat ve teknik boyutunda anlamlılık bulunmaktadır. Hangi yaş grupları

arasında farklılık olduğunu belirlemek için bir alt test olan Post Hoc testlerinden değerler eşit aralıklı veya birbirine yakın olması sebebiyle Tukey testi yapılmıştır. Anova testinin analiz sonuçları tablo 10'da gösterilmiştir.

*Tablo 10. Tokat Mutfağı İmajının Yaşa Göre Karşılaştırılması*

Boyutlar	Yaş	N	Ort.	SS	F	P	Açıklama
Güvenlik ve Kalite	A 18-24	89	26,7079	6,17031	2,017	0,075	Fark Yok
	B 25-34	95	27,9263	5,71717			
	C 35-44	106	29,3208	7,81275			
	D 45-54	104	28,3750	5,84789			
	E 55-64	34	29,6765	5,04958			
	F 65 ve Yukarı	6	27,5000	10,13410			
Çekicilik	A 18-24	90	19,8889	7,33844	1,232	0,293	Fark Yok
	B 25-34	97	20,6289	4,64202			
	C 35-44	105	20,7810	4,41366			
	D 45-54	106	20,5660	4,01668			
	E 55-64	34	22,4118	3,85430			
	F 65 ve Yukarı	6	20,1667	7,05455			
Sanat ve Teknik	A 18-24	90	14,6000	3,29385	3,050	0,010	A<E
	B 25-34	95	14,8421	2,92209			B<E
	C 35-44	106	14,8019	3,27885			C<E
	D 45-54	106	14,7642	2,95861			D<E
	E 55-64	34	16,8235	2,32862			-----
	F 65 ve Yukarı	6	16,1667	5,26941			-----

Tablo 10'a göre yaş gruplarından E (55-64 yaş) grubu katılımcılar ile diğer yaş grupları arasında Tokat mutfağı imajının sanat ve teknik boyutunda anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir. Tablo 10'a göre 55-64 yaş grubundaki katılımcılar Tokat mutfağının sanat ve pişirme teknikleri imajı konusunda diğer yaş gruplarından farklı düşünmektedir. Diğer yaş grupları arasında ise anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Bu nedenle  $H_{11}$  hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

*$H_{12}$ : Tokat mutfağının imajı katılımcıların cinsiyetine göre anlamlı farklılık göstermektedir.*

Katılımcıların cinsiyetlerine göre Tokat mutfağının imajına yönelik düşünceleri tablo 11'de gösterilmiştir.



Tablo 11. Tokat Mutfağı İmajının Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

Boyutlar	Cinsiyet	N	Ort.	SS	T-Testi		
					t	Sd	P
Güvenlik ve Kalite	Kadın	204	28,3333	6,93862	,296	426	0,768
	Erkek	224	28,1473	6,07507			
Çekicilik	Kadın	207	20,7923	5,58433	,702	430	0,483
	Erkek	225	20,4444	4,71110			
Sanat ve Teknik	Kadın	206	14,8252	3,03934	-,590	429	0,556
	Erkek	225	15,0044	3,25068			

Tablo 11'e göre katılımcıların cinsiyetlerine göre Tokat mutfağının imajına yönelik düşünceleri arasında bir farklılık görülmemiştir. Tablo 11'e göre kalite ve çekicilik ( $t = 426$ ;  $0,296$ ,  $p > 0,05$ ), Çekicilik ( $t = 430$ ;  $0,702$  ve  $P > 0,483$ ) ve Sanat ve Teknik ( $t = 429 = -0,590$  ve  $p > 0,556$ ) boyutlarında cinsiyete göre bir farklılık görülmemiştir. Bu sonuca göre  $H_{12}$  hipotezi kabul edilmemiştir.

**H<sub>13</sub>:** Tokat mutfağının imajı katılımcıların eğitim durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Tablo 11'de gösterildiği gibi katılımcıların eğitim durumlarına göre Tokat mutfağının imajına yönelik algıları incelenmiştir.

Tablo 12. Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Tokat Mutfağı

Boyutlar	Yaş	N	Ort.	SS	F	p	Açıklama
Güvenlik ve Kalite	A İlköğretim	16	27,8750	9,08387	2,017	0,075	Fark Yok
	B Ortaöğretim	63	30,1746	8,72250			
	C Ön lisans	66	28,9394	5,05928			
	D Lisans	228	27,8246	5,72920			
	E Lisansüstü	58	27,7931	5,66540			
Çekicilik	A İlköğretim	16	21,1250	4,47027	1,232	0,293	Fark Yok
	B Ortaöğretim	63	21,7619	4,33186			
	C Ön lisans	67	22,1791	7,32146			
	D Lisans	231	20,1169	4,41433			
	E Lisansüstü	58	19,9483	4,62041			
Sanat ve Teknik	A İlköğretim	16	15,0625	3,88962	3,050	0,010	A < E
	B Ortaöğretim	63	16,0317	2,94557			B < E
	C Ön lisans	67	15,8358	2,73915			C < E
	D Lisans	229	14,5109	3,07168			D < E
	E Lisansüstü	59	14,5254	3,00778			-----

Tablo 12’de gösterildiği gibi katılımcıların eğitim durumlarına göre Tokat mutfağının imajına yönelik algı incelemesinde sanat ve pişirme tekniği konusunda ilköğretim, ortaöğretim, ön lisans, lisans eğitimi alanlar lisansüstü eğitimi alan katılımcılara göre Tokat mutfağının imajına daha olumlu bakmaktadır. Bu açıdan H<sub>13</sub> hipotezi sanat ve teknik boyutunda kabul edilmiştir.

**H<sub>3</sub>:** *Tokat mutfağında yer alan yiyeceklerin özgünlük durumu ile katılımcıların cinsiyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.*

Tokat mutfağında yer alan yiyeceklerin özgünlük durumu ile katılımcıların cinsiyeti arasında anlamlı bir ilişkiyi belirlemek için uygulanan Ki-Kare testi sonuçları Tablo 13’te yer almaktadır.

*Tablo 13. Tokat Mutfağına Ait Yemeklerin Özgünlüğünün Cinsiyetlere Göre Karşılaştırılması (X<sup>2</sup>)*

Cinsiyet	Özgün	Fikrim Yok	n	X <sup>2</sup>	p
Kadın	Yavan (Erikli ) Dolma		113	13,916	0,008
	Sini Çevirme		121	14,274	0,006
		Püştürük Çorba	152	13,802	0,032
		Keşbo Çorba	164	15,036	0,002
		Kamalı Çorba	165	13,371	0,038
		Çoştu Yemeği	165	14,305	0,026
		Ferfene	152	17,869	0,022
		Isırgan Yağlı Aşısı	144	24,127	0,002
		Tülü Köfte	169	16,842	0,010
		Kulak Cadı	173	18,616	0,017
		Kavlak Börek	168	22,150	0,001
		Yaş Börek	146	19,551	0,003
		Hamba	167	17,219	0,009
		Güdüil	161	18,051	0,006
Erkek	Mercimekli Hamur Çorbası		122	12,736	0,013
	Pekmez Helvası		108	12,105	0,017
	Tırtıl Tatlısı		97	12,585	0,050
	Bat		194	9,843	0,043
	Yağlı		203	19,585	0,001
		Kuru Erik Tatlısı	110	13,212	0,040
		Şipsi	130	19,514	0,003
		Siron	146	16,706	0,010
		Pırasa Böreği	109	14,176	0,028
		Mısır Böreği	127	18,581	0,005

Analizin sonucuna göre örneklemin %51,48' i erkek, % 48,15' kadınlarından oluşmaktadır. Tablo 13'e göre; kadın katılımcılar, erkek katılımcılara göre yavan(erikli) dolma ve sini çevirme yemeğini Tokat mutfağının özgün yemekleri olarak görmektedirler. Erkek katılımcılar ise mercimekli hamur çorbası, pekmez helvası, tırtıl tatlısı, bat ve yağlı yiyeceklerini Tokat mutfağının özgün yemekleri olarak kadın katılımcılara oranla daha özgün olarak görmektedirler. Kadın katılımcılar; püştürük çorba, keşbo çorba, kamalı çorba, çoştu yemeği, ferfene, ısırgan yağlı aşı, tülü köfte, kulak cadı, kavlak börek, yaş börek, hamba ve güdül yemekleri için fikrim yok demektedir. Erkek katılımcılar ise; kuru erik tatlısı, şipsi, siron, pırasa böreği ve mısır böreği için özgünlük konusunda fikirlerinin olmadığını belirtmektedirler. Bu açıdan H<sub>3</sub> hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

**H<sub>4</sub>:** Tokat mutfağında yer alan yiyeceklerin özgünlük durumu ile katılımcıların yaş grupları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Ki-Kare analizi sonucunda elde edilen verilere göre katılımcıların yaş grupları toplamında Tokat yemeklerinin özgünlüğüne verdikleri cevaplar tablo 14'de gösterilmiştir. Tabloda yaş grupları arasında en yüksek frekans (n) ve % sayıları gösterilmiş, diğerleri tablo kısaltması amaçlı yer almamıştır.

**Tablo 14. 25-34 Yaş Grubuna Göre Tokat Mutfağı Yemeklerinin Özgünlüğü**

Yaş Grubu	Yemekler	Özgün	Özgün Değil	Fikrim Yok	%	X <sup>2</sup>	p
25-34	Kuskus			42	33,9	29,997	0,012
	Nivik			66	52,5	39,260	0,001
	Gendüme Çorbası			58	31,4	53,675	0,000
	Zambak Reçeli			54	49,9	35,399	0,002
	Şipsi			66	58,3	33,590	0,004
	Güdül			78	69,2	30,909	0,009
	Hasurda			72	62,4	36,060	0,015
	Kuru Erik Tatlısı			61	49,9	32,753	0,005
	Lalek Giliği			66	59,9	28,383	0,034
	Pancar tatlısı			57	51	26,625	0,032
	Pekmez Helvası			47	43,7	31,609	0,007
	Tırtıl Tatlısı			53	40,5	32,091	0,006

Tabloya göre 25-34 yaş grubunda yer alanlar 12 yemeğin Tokat mutfağına özgünlüğü konusunda fikirlerinin olmadığını belirtmiştir. Ayrıca Tablo 14'e göre 25-34 yaş grubunda yer alanlar baklalı dolma ve bez sucuğun Tokat mutfağına özgün olduklarını, pestilin Tokat mutfağına özgün olmadığını belirtmişlerdir.

Tablo 15'te 35-44 yaş grubuna göre Tokat mutfağı yemeklerinin özgünlüğüne ilişkin değerler yer almaktadır. Tabloda yaş grupları arasında en yüksek frekans (n) ve % sayıları gösterilmiş, diğerleri tablo kısaltması amaçlı yer almamıştır.

*Tablo 15. 35-44 Yaş Grubuna Göre Tokat Mutfağı Yemeklerinin Özgünlüğü*

Yaş Grubu	Yemekler	Özgün	Özgün Değil	Fikrim Yok	%	X <sup>2</sup>	p
35-44	Baklalı Dolma	91			77,4	55,791	<b>0,000</b>
	Bez Sucuk	91			79,0	52,406	<b>0,000</b>
	Pestil		52		43,3	39,359	<b>0,000</b>
	Basta			76	67,9	26,934	<b>0,029</b>
	Baldıran			80	70,4	31,778	<b>0,007</b>
	Tülü Köfte			83	75,4	31,488	<b>0,008</b>
	Kulak Cadı			87	77,2	31,612	<b>0,048</b>
	Pırasa Böreği			50	46,7	27,264	<b>0,027</b>
	Yaş Börek			76	62,9	29,885	<b>0,012</b>
	Sini Çevirme			64	51,5	33,839	<b>0,004</b>

Tablo 15'e göre 35-44 yaş grubunda yer alan katılımcılar yemeğin ise Tokat mutfağına özgünlüğü konusunda fikirlerinin olmadığını belirtmişlerdir.

Tablo 16'da 45-54 Yaş grubuna göre tokat mutfağı yemeklerinin özgünlüğüne ilişkin değerler yer almaktadır. Tabloda yaş grupları arasında en yüksek frekans (n) ve % sayıları gösterilmiş, diğerleri tablo kısaltması amaçlı yer almamıştır.

Tablo 16. 45-54 Yaş Grubuna Göre Tokat Mutfağı Yemeklerinin Özgünlüğü

Yaş Grubu	Yemekler	Özgün	Özgün Değil	Fikrim Yok	%	X <sup>2</sup>	p
45-54	Yavan (Erikli) Dolma	78			85,6	44,274	0,000
	Keşkek	81			64,9	46,269	0,000
	Madımak	78			72,7	39,361	0,000
	Etlı Dolma	74			63,9	122,073	0,000
	Pehlili Pilav	76			56,9	64,827	0,000
	Dolma İçi	76			62,0	30,320	0,005
	Bacaklı Çorba	80			70,6	22,179	0,014
	Helle Çorbası	79			63,3	38,482	0,001
	Toyga Çorbası	67			53,5	40,101	0,000
	Gendüme Çorbası	58			31,7	53,675	0,000
	Cevzli Çörek	88			76,3	45,350	0,000
	M. Hamur Çorbası	72			52,8	39,355	0,000
	Katmer	72			58,8	21,284	0,019
	Yufka	52			41,7	29,564	0,001
	Çökekleli Gözleme	65			55,8	39,241	0,000
	Çökekleli Pide	66			59,7	30,003	0,001
	Yağlı	103			90,2	28,096	0,002
	Bez Sucuk	91			79,0	52,406	0,000
	Çemen	96			83,1	41,170	0,008
	Pestil	52			43,3	39,359	0,000
Tarhana	58			45,6	33,030	0,005	
Kızılık Hoşafı	45			38,7	30,651	0,001	
Kuşburnu Marmeladı	69			59,9	61,290	0,000	
45-54	Kuskus			42	33,9	29,997	0,012
	Nohut Yahnisi			48	37,1	25,320	0,005
	Zambak Reçeli			54	49,9	35,399	0,002
	Püşürük Çorba			76	66,3	39,203	0,001
	Keşbo Çorba			83	71,8	39,645	0,001
	Kamalı Çorba			81	72,9	25,122	0,048
	Basta			76	67,9	26,934	0,029
	Ferfene			75	64,9	39,171	0,006
	Baldıran			80	70,4	31,778	0,007
	Papa			85	74,7	27,682	0,024
Kumak			78	67,9	39,004	0,001	

Tablo 16'ya göre 45-54 yaş grubunda yer alan katılımcılar ise 23 yemeğin Tokat mutfağına özgün olduğunu belirtmişlerdir. Yine 45-54 yaş grubundaki katılımcılar 11 yemeğin Tokat mutfağına özgünlüğü konusunda ise fikirlerinin olmadığını ifade etmişlerdir.

**H<sub>5</sub>:** Tokat Mutfağında Yer Alan Yiyeceklerin Pişirilme Sıklığı İle Katılımcıların Cinsiyetleri Arasında Anlamlı Bir İlişki Vardır.

Katılımcıların cinsiyetlerine göre Tokat yemeklerinin pişirilme sıklığına ait Ki-Kare sonuçları tablo 17'de gösterilmiştir. Analiz sonucuna göre yemeklerin sıklığına dair cinsiyetler arası farklılıklar tabloda gösterilmiştir. Ki-Kare testi sonucuna göre cinsiyet ile pişirme sıklığı arasında ilişki olan yemekler tabloda gösterilmiştir.

*Tablo 17. Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Yemeklerin Pişirilme Sıklığı*

Cinsiyet	Yemek	Aylık Pişirilme Sıklığı						N	X <sup>2</sup>	p	
		1	2	3	4	4'ten Fazla	Yılda 1				
Kadın	Tokat Kebabı							119	433	26,381	0,009
	Keşkek							80	433	30,095	0,003
	Baklalı Dolma							66	433	23,632	0,023
	Pehlili Pilav							115		26,204	0,010
	Yufka							76		28,414	0,005
	Çökelekli Pide							55		24,758	0,016
	Pestil							111		25,780	0,028
	Tarhana							87		24,472	0,040
	Püşürük Çorba							133		25,034	0,034
	Çoştı Yemeği							134		27,346	0,038
Erkek	Nivik							127	433	44,767	0,000
	Katmer	65								21,877	0,039
	Çökelekli Gözleme	65								21,911	0,039
	Çökelekli Pide	55								24,758	0,016
	Yağlı									71	23,200

Tablo 17'ye göre kadınlar, 10 yemeğin yılda 1 kere pişirildiğini düşünmektedirler. Erkekler ise 3 yemeğin ayda 1 kere, 1 yemeğin yılda 1 kere ve 1 yemeğinde ayda 4'ten fazla pişirildiğini düşünmektedirler. 52 yemekte ise cinsiyete göre bir farklılık olmadığı belirlenmiştir. Bu sonuca göre  $H_5$  hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

**$H_6$ :** *Tokat mutfağında yer alan yiyeceklerin pişirilme sıklığı ile katılımcıların Tokat'ta yaşama süreleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.*

Katılımcıların Tokatta yaşam süreleri ile yemeklerin pişirilme sıklığı arasındaki ilişkiyi incelemek için Ki-Kare testi uygulanmıştır. Ki-Kare testinin sonucu elde edilen veriler tablo Tokat'ta 10 yıldan az yaşam süresi ile yemeklerin pişirilme sıklığı arasındaki ilişkiye yönelik analiz Tablo 18'de gösterilmiştir.

Tablo 18. Tokat'ta Yaşam Süresi ile Yemeklerin Pişirilme Sıklığı Arasındaki İlişki

Yıl	Yemekler	Pişirilme Sıklığı (Aylık)						N	X <sup>2</sup>	p
		1	2	3	4	4'ten fazla	Yılda 1			
10 Yıldan Az	1.Bat					44	95	92,489	0,000	
	2.Madımak					47		91,259	0,000	
	3.Baklalı Dolma					49		103,643	0,000	
	4.Tokat Tavası					44		91,023	0,000	
	5.Etli Dolma					41		118,414	0,000	
	6.Pehlili Pilav					48		78,033	0,000	
	7.Kuskus					43		68,964	0,001	
	8.Dolma İçi					43		109,163	0,000	
	9.Nohut Yahnisi					41		74,892	0,000	
	10.Bacaklı Çorba					33		66,320	0,002	
	11.Helle Çorbası					45		70,840	0,000	
	12.Toyga Çorbası					45		82,060	0,000	
	13.Gendüme Çorbası					46		135,772	0,000	
	14.Hamur Çorbası					43		65,309	0,002	
	15.Cevizli Çörek					41		84,886	0,000	
	16.Katmer					35		77,247	0,000	
	17.Yufka					36		71,495	0,000	
	18.Çökelekli					35		85,833	0,000	
	19.Gözleme									
	20.Çökelekli Pide					33		87,480	0,000	
	21.Yağlı					31		79,810	0,000	
	22.Bez Sucuk					34		53,652	0,029	
	23.Çemen					38		76,653	0,005	
	24.Tarhana					45		77,958	0,001	
	25.Kızılık Hoşafı					55		86,956	0,000	
	26.Kuşburnu Marmeladı					44		70,125	0,004	
	27.Püşürük Çorba					57		108,596	0,000	
	28.Kamalı Çorba					59		126,157	0,000	
	29.Çoştı Yemeği					57		120,754	0,000	
	30.Basta Yemeği					57		113,115	0,000	
	31.Ferfene Yemeği					59		121,738	0,000	
	32.Gelin Parmağı					58		115,800	0,000	
	33.Şipsi					54		99,177	0,000	
	34.Siron					57		107,571	0,000	
	35.Olibah					58		108,016	0,000	
	36.Kulak Cadı					57		118,476	0,000	
	37.Kavlak Börek					56		132,027	0,000	
	38.Mısır Böreği					54		112,603	0,000	
	39.Yaş Börek					53		95,237	0,000	
	40.Hamba					58		114,133	0,000	
	41.Hasurda					58		92,160	0,000	
	42.Sini Çevirme					59		91,770	0,000	
	43.Erik Tatlısı					55		124,771	0,000	
	44.Tırtıl Tatlısı					52		68,944	0,000	
	45.Madımak					47		91,259	0,000	
	46.Tokat Tavası					44		91,023	0,000	



Tablo 18’de Tokat mutfağında yer alan yiyeceklerin pişirilme sıklığı ile katılımcıların Tokat’ta yaşama süreleri arasında anlamlı bir ilişki vardır hipotezi incelenmiştir 439 katılımcı arasından en yüksek cevabı veren yaş grupları ve bunların değeri Tablo 18’de gösterilmiştir. Analiz sonucunda 10 yıldan az yaşayanlar 45 yemek (95 cevap) için yılda bir kere pişirilmekte/hazırlanmakta cevabını vermişlerdir. Tokat Tavası için ise ayda 4’ten fazla pişirilmekte olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tokat’ta 10-19 ve 20-29 yıl yaşam süresi ile yemeklerin pişirilme sıklığı arasındaki ilişkiye yönelik analiz sonuçları Tablo 19’da gösterilmiştir.

Tablo 19. Tokat'ta Yaşam Süresi ile Yemeklerin Pişirilme Sıklığı Arasındaki İlişki

Yıl	Yemek	Pişirilme Sıklığı						10 Yıldan Az Cevabı (N)	X <sup>2</sup>	p
		1	2	3	4	4'ten fazla Yılda 1	X <sup>2</sup>			
10-19 Yıl	1. Yavan Dolma					51		118,414	0,000	
	2. Pehlili Pilav					48		78,033	0,000	
	3. Kuskus					43		68,964	0,001	
	4. Tokat Simidi				34			76,411	0,000	
	5. Zile Kömesi					43		90,383	0,000	
	6. Püşiürük Çorba					57		108,596	0,000	
	7. Keşbo Çorba					58	82	110,212	0,001	
	8. Kelem Çorba					58		123,216	0,000	
	9. Çoştı Yemeği					57		120,754	0,000	
	10. Papa Yemeği					57		107,571	0,000	
	11. Tülü Köfte					55		139,741	0,000	
	12. Kulak Cadı					57		118,476	0,000	
	13. Pırasa Böreği					53		71,509	0,000	
	14. Almus Bçreği					50		121,393	0,000	
	15. Güdül Yemeği					58		126,632	0,000	
	16. Kumak					56		125,508	0,000	
	17. Lalek Giliği					58		112,254	0,000	
	18. Pancar Tatlısı					58		112,115	0,000	
	19. Pekmez Helvası					54		127,320	0,000	
	20. Yufka Tatlısı					49		110,004	0,000	
	21. Tırtıl Tatlısı					52		68,544	0,006	
	22. Tokat Kebabı					56		83,789	0,000	
	23. Nivik					57	85	112,388	0,000	
	24. Pestil					57		69,995	0,004	
	25. Zambak reçeli					58		78,606	0,003	
	26. Pakali					58		124,688	0,000	
	27. Gelin Parmağı					58		115,800	0,000	
	28. Baldıran					59		112,207	0,000	
	29. Isırgan Yağlı Aşı					59		123,899	0,000	
20-29 yıl	30. Papa					57		131,908	0,000	
	31. Siron					57		107,571	0,000	

Tablo 19’da Tokat’ta 10-19 ve 20-29 yıl arası yaşayanların Tokat mutfağında yer alan yiyeceklerin pişirilme sıklığına vermiş oldukları en yüksek cevaplar görülmektedir. Tokat’ta 10-19 yıl yaşayanlar 20 yemeğe yılda 1 kere pişirilmektedir cevabı vermişlerdir (n=82). Tokat Simidine ise haftada 4’ten fazla pişirilmektedir cevabını vermişlerdir. Tokat Simidi simit fırınlarında her gün pişirilmekte ve tüketicilere satılmaktadır. 20-29 yıl arası Tokat’ta yaşayanlar ise 10 yemeğe yılda 1 kere pişirilmektedir (n=85) cevabını vermişlerdir. Bu sonuca göre  $H_0$  hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

## 6. Sonuç ve Öneriler

Mutfak kültürü ve yöresel yemekler gastronomi turizmi açısından önemli bir kaynak oluşturmaktadır. Sahip olunan mutfak kültürü ve onu oluşturan yiyeceklerin sahip olduğu imajın farkında olabilmek gastronomi pazarlamasının bilinçli olarak gerçekleştirilmesi açısından da önemli bir faktördür. Mutfak kültürü imajı farkındalığının iki yönü bulunmaktadır. Birincisi ve bilineni tüketicilerin destinasyonun sahip olduğu mutfak imajının farkında olmasıdır. Bu farkındalık destinasyonun tercih edilmesinde önemli bir unsurdur. Diğeri ise mutfak kültürünün bilinçli pazarlanmasında rol oynayan yöre insanının ve iş birlikçilerinin sahip oldukları mutfak kültürünün imajının farkında olmalarıdır.

Bu nedenle çalışmada Tokat’ta yaşayan ve Tokatlı olan bireylerin, Tokat mutfak kültürünün imajına yönelik bilgi düzeylerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada elde edilen veriler ışığında halkın Tokat mutfağının imajına yönelik olumlu algıya sahip oldukları görülmektedir. İmaj soruları içerisinde “Tokat yemeklerinin sindirimi kolaydır”, “Garnitür ve soslar eşliğinde sunulur”, “Tokat yemeklerinin hazırlanması uzun zaman alır” ve “Tokat yemeklerinin pişirilmesinde bilimsel teknikler kullanılır” değişkenleri kısmen olumlu imaja sahip görünmektedir. “Tokat yemekleri katkısızdır” değişkeni olumlu imaja sahiptir. Diğer değişkenler ise tamamen olumlu bir imaj algısına sahiptir.

Çalışmada literatür araştırması sonucu belirlenen ve Tokat mutfağında yer aldığı düşünülen 67 yemeğin Tokat halkı tarafından özgünlüğünün bilinip bilinmediğini belirlemeye yönelik özgünlük anketi yapılmıştır. Tokat halkı, 67 yemekten 29’unun Tokat mutfağına özgün olduğunu, 3 yiyeceğin ise (nohut yahnisi, yufka ve pestil) tokat mutfağına özgün olmadığını belirtmişlerdir.

Tokat mutfağında yer aldığı belirlenen yemeklerin özgünlük durumu yaş kategorilerine göre incelendiğinde; 25-34 yaş grubunun 12 yemeğin özgünlüğü konusunda fikir ortaya koyamamışlardır. 35-44 yaş grubu 2

yemeğin Tokat mutfağına özgünlüğü konusunda diğer yaş gruplarından farklı olarak özgün olduğunu (baklalı dolma, bez sucuk), pestil yiyeceğinin Tokat'a özgün olmadığını ve 7 yemek konusunda ise fikirlerinin olmadığını belirtmişlerdir. 45-54 yaş grubu ise Tokat mutfağında yer alan 23 yemeğin Tokat mutfağına özgün olduğunu, 11 yemeğin ise özgünlüğü konusunda fikirlerinin olmadığını belirtmiştir. 35 Yemeğin ise Tokat'a özgünlüğü konusunda ise fikirlerinin olmadığını ifade etmişlerdir. Literatürde geçen 67 yemeğin Tokat mutfağında pişirilme/hazırlanma durumunu ölçmek üzere yapılan anket çalışması sonucunda katılımcıların genel olarak yemeklerin çoğunun yılda 1 kere pişirildiğini belirttiği görülmektedir.

Kadın katılımcılar Tokat kebabı, keşkek, baklalı dolma, pehlili pilav, yufka (işkefe), çökelekli pide, pestil, tarhana, püştürük çorba ve çoştu yemeğinin yılda 1 kere pişirildiğini ifade etmektedir. Erkek katılımcılar ise nivik ve yağlı yiyeceklerinin yılda 1 kere pişirildiğini, katmer, çökelekli pide ve gözleme yiyeceklerinin ise ayda 1 kere pişirildiğini düşünmektedir. Yaş gruplarına göre pişirilme sıklığında ise 10 yıldan az süredir Tokat'ta yaşayanlar 20 yemeğin yılda 1 kere, Tokat tavaşının ise ayda 4 kereden fazla pişirildiğini, 10-19 yıl arasında Tokat'ta yaşayanlar ise 20 yemeğin yılda 1 kere, Tokat simidinin ise ayda 1 kere pişirildiğini belirtmektedir. 20-29 yıl arası Tokat'ta yaşayanlar ise 10 yemeğin yılda 1 kere pişirildiğini belirtmiştir.

Bu çalışma, mutfak kültürüne ait yiyeceklerin özgünlüğü ve pişirilme sıklığı yönünden alanında özgün ilk çalışmadır. Bu noktada çalışmanın eksikleri ve sınırlılıkları mevcuttur. Yeni çalışmalar ile bu alanda literatür ve ampirik literatür zenginleştirilebilir. Ayrıca mutfaklarda yer alan yiyeceklerin özgünlüğüne yönelik yeni ölçekler geliştirilmesi daha iyi veriler elde edilmesi açısından alana daha çok katkı sağlayabilir. Yiyeceklerin mutfaklara özgünlüğünün ve pişirilme sıklığının yaş grupları arasında farkındalık düzeyinin belirlenmesine yönelik çalışmalar gerçekleştirilmesi önem arz etmektedir. Bu şekilde yaş gruplarına göre farkındalığı, deneyim durumu, bilinmesi durumu yiyeceklerin ve mutfak kültürünün unutulma ve yaşatılma durumlarının belirlenmesi açısından oldukça önemli olduğu düşünülmektedir. Ayrıca elde edilecek bilimsel veriler ışığında yöresel mutfakların canlandırılması ve gelecek nesillere aktarılması oldukça önemlidir.

Çalışmanın, gastronomi ve yöresel mutfak çalışan bilim insanlarına, Tokat halkına ve yöneticilerine, gastronomi turizmi alanında faaliyet gösteren iş insanlarına ve aynı zamanda öğrencilere fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

## Kaynakça

- Akbulut, B. A., & Yazıcıoğlu, İ. (2020). Destinasyon markası oluşumunda gastronomik kimlik ve imaj: Konya örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 100-120.
- Akgöz, E., ve Darkanova, E. (2020). Örgütsel sinizmin turizm sektöründe hizmet kalitesine etkisi. *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 4(9), 1-22.
- Beşirli, H. (2011). Türk Kültüründe güç, iktidar, itaat ve sadakatin yemek sembolizmi esasında değerlendirilmesi. *Türk Kültürü Və Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, (58), 139-152.
- Chang, R. C., & Mak, A. H. (2018). Understanding gastronomic image from tourists' perspective: A repertory grid approach. *Tourism Management*, 68, 89-100.
- Çekiç, İ., ve Aksoy, M. (2021). Gaziantep ve Hatay illerini ziyaret eden yerli turistlerin mutfak imajı algı düzeylerine yönelik karşılaştırmalı bir araştırma (A comparative study on perception levels of culinary image of domestic tourists visiting Gaziantep and Hatay provinces). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 9(4), 3064-3078.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E.K., Akgün, Ö.E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2013). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Çiğirim, N. (2001). Batı ve Türk Mutfağı'nın gelişimi, etkileşimi ve yiyecek-içecek hizmetlerinde Türk mutfağının yerine bir bakış. *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar*, 28, 49-61.
- Çapar, G. ve Yenipınar, U. (2016). Somut olmayan kültürel miras kaynağı olarak yöresel yiyeceklerin turizm endüstrisinde kullanılması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 100-115.
- Çekal, N., ve Aslan, B. (2017). Gastronomik bir değer olarak tarhana ve coğrafi işaretlemeye tarhananın yeri ve önemi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 124-135.
- Delil, B.K. (2022). *Akademisyenlerin Yöresel Yemek Farkındalığı*. (Yayımlanmamış Yüksek lisans tezi). Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Gök, S. A., Sezgin, A. C., ve Yıldırım, F. (2017). Gastronomi alanında Maraş tarhanasının değerlendirilmesi. *Aydın Gastronomy*, 1(1), 61-70.
- Hazarhun, E., ve Tepeci, M. (2018). Coğrafi işarete sahip olan yöresel ürün ve yemeklerin Manisa'nın gastronomi turizminin gelişimine katkısı. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek1), 371-389.
- Inwood, S. M., Sharp, J. S., Moore, R. H. ve Stinner, D. H. (2009). Restaurants, chefs and local foods: insights drawn from application of a diffusion of innovation framework. *Agriculture and Human Values*, 26(3), 177-191.

- İnce, C. Gök, T., Samatova, G., Turganbayeva, N., ve İsakova, D. (2020). Kırgızistan gastronomi haritası. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 360-382.
- Kılıç, S. (2016). Cronbach'ın alfa güvenirlik katsayısı. *Journal of Mood Disorders*, 6(1), 47-48.
- Köşker, H., Ercan, F., ve Albuz, N. (2018). Osmanlı Çileği'nin gastronomik kimlik unsuru olarak değerlendirilmesi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (30), 1236-1269.
- Lertputtarak, S. (2012). The relationship between destination image, food image, and revisiting Pattaya, Thailand. *International Journal of Business and Management*, 7(5), 111-121.
- Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı-OKA (2023). Tokat'ın Coğrafi İşaretli Ürün Sayısı 14'e yükseldi. <https://oka.ka.gov.tr/tr/haber/tokat-in-cograf-i-sa-retli-urun-sayisi-14-e-yukseldi> (Erişim Tarihi: 12.09.2023).
- Özkan, F. (2019). Gastronomik kimlik oluşturmada coğrafi işaretli ürünlerin etkisi: Afyonkarahisar örneği. (Yüksek Lisans Tezi). Afyonkocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Peštek, A., & Činjurević, M. (2014). Tourist perceived image of local cuisine: The case of Bosnian food culture. *British Food Journal*, 116(11), 1821-1838.
- Sağır, A. (2012). Bir yemek sosyolojisi denemesi örneği olarak Tokat mutfağı. *Electronic Turkish Studies*, 7(4).
- Saatçi, G. ve Demiral, N. Ö. (2018). "Yöresel Yemeklerin Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Menülerinde Yer Alma Düzeylerinin Belirlenmesi: Bozcaa-da Örneği", IWACT International West Asia Congress of Tourism Research 27 Sept-30 Sept 2018 Van-Turkey The Congress Book of Full Texts-IWACT ISBN:978-605-2292-64-8 Genişletilmiş Baskı
- Şahin, A., ve Meral, Y. (2012). Türkiye'de coğrafi işaretleme ve yöresel ürünler. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 5(2), 88-92.
- Tokat İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2023). Tokat Mutfağı. <https://tokat.ktb.gov.tr/TR-143211/tokat-mutfagi.html> (Erişim Tarihi: 12.09.2023).
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2023). Coğrafi İşaret Nedir? <https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/co%C4%9Frafi-i%C5%9Faret-nedir> (Erişim Tarihi: 12.09.2023).
- UNESCO (2023). UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listeleri. <https://www.unesco.org.tr/Pages/126/123/UNESCO-Somut-Olmayan-K%C3%BCIlt%C3%BCrel-Miras-Listeleri> (Erişim Tarihi: 12.09.2023).
- Yaman, S., ve Tekin, S. (2010). Öğretmenler için hizmet-içi eğitime yönelik tutum ölçeği geliştirilmesi. *Bayburt Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5(1), 76-88.
- Yönet Eren, F. (2018). *Coğrafi işaret ile tescilli ürünlerin gastronomik destinasyonlara etkisi: Kapadokya Bölgesi'nde bir araştırma*. (Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

# Turizmde Yeni Trendler

Editörler:

Akif GÖKÇE

Güliz COŞKUN

Nuray EKER

Eminsafa DİLMAÇ

Oğuz ÇOLAK

 ÖZGÜR  
YAYINLARI

ISBN 978-975-447-745-0  
  
9 789754 477450