

AHLAT, KIRSAL BÖLGESİNDE GASTRONOMİ TURİZMİNİN MUHTEMEL TOPLUMSAL ETKİLERİ ÜZERİNE NİTEL BİR ÇALIŞMA

Davut KODAŞ*
Erkan DİKİCİ†

ÖZET

Bireylerarası ilişkilerin etkin rol oynadığı ve bu ilişkilerin meydana getirdiği etkileşimlerden, birçok disiplinin ortaya çıktığı görülebilmektedir. Bu disiplinler arasında kültür ve gelenek üzerinde büyük bir rolü olan turizm disiplini de yer almaktadır. Turizm, günümüzde büyük bir kitlesel ve toplumsal faaliyet olarak kabul edilirken, kendi içerisinde de birçok alternatif türlerini de ortaya çıkarmıştır. Alternatif turizm faaliyetleri içerisinde önem kazanan alanlardan birisi de, gastronomi turizmi olarak görülmektedir. Yemek ve yemek kültürünün, turizm ve toplum ilişkisi üzerinde ele alınması ile önem kazanan gastronomi turizmi, turizm alanında son yıllarda birçok çalışmaya konu olmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın amacı, kırsal turizm bölgelerinde gerçekleşen gastronomi turizminin meydana getirdiği toplumsal etkileri ortaya koyabilmektir. Çalışmada, nitel araştırma yaklaşımlarından yüz yüze görüşme yöntemi kullanılmıştır. Veriler, 2012 yılı Ağustos ayında Bitlis ilinin Ahlat ilçesinde ikamet eden yerli halk ile yapılan yüz yüze görüşmeler neticesinde toplanmıştır. Görüşme yöntemiyle elde edilen verilerin analizinde betimleyici analiz tekniği kullanılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Turizm, Sosyoloji, Gastronomi Turizmi, Turizm Sosyolojisi.

A QUALITATIVE STUDY ON POTENTIAL SOCIAL IMPACT OF GASTRONOMY TOURISM IN AHLAT

ABSTRACT

It could be seen that emerged many disciplines in result of interaction with interpersonal relations. Tourism which played high important role on culture is one of these disciplines. As well as tourism being accepted as a social and massive activity, has many alternative kinds of tourism. One of these alternative tourism is gastronomy tourism too. Gastronomy tourism which became important through food and food culture that had been dealt with on tourism and society relations

* Arş. Gör., Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

† Öğr. Gör., Bitlis Eren Üniversitesi, Bitlis.

has been studied in literature of tourism in recent years. In this context, the purpose of this study is able to be reveal effect of social impact of gastronomy tourism in rural areas. In this paper, qualitative research approaches was used. Data were gathered with face-to-face and semi-structured interviewed method. This method was carried out with local people located in Ahlat that is a county of Bitlis in August, 2012. Data were evaluated with descriptive analysis.

Keywords : *Tourism, Sociology, Gastronomy Tourism, Tourism Sociology.*

1. GİRİŞ

Sosyoloji, sosyal hayatın, sosyal değişimin ve bireylerin sosyal davranışlarının nedenlerinin ve sonuçlarının biçimsel yolla araştırılmasıdır (Bahar, 2009). Turizmin bireysel davranış, aile ilişkileri, toplu yaşam tarzları, ahlaki tutumlar, değer sistemleri, yaratıcı güçler, örf ve adetler, geleneksel törenler ve toplum örgütlenmesindeki değişikliklere katkıları, onun sosyal ve kültürel etkileri yoluyla olmaktadır (Özdemir, 1992). Genel olarak turizmin ev sahibi ülkede ve bu ülkeyi ziyaret eden turistler arasında, bir sosyal etkileşimin olduğu turizm alanyazında yer alan çalışmalarda görülebilmektedir. Dışarıda yemek tüketme isteği, daha çok bireylerin tatilleri esnasında tercih etmeleri sonucunda ortaya çıkmaktadır. Bu olgu, ayrıca turizm olayı gerçekleşirken de meydana gelmektedir; ancak burada sadece temel beslenme gereksinimi olmamaktadır, aynı zamanda sosyalleşme, farklı kültürleri tanıma isteği, eğlenme ve zihinsel olarak dinlenme de bulunmaktadır. Bu nedenle, bu gereksinimlerin karşılanmasında, turizmin toplumsal etkilerinin olduğu daha önce yapılan araştırmalardan görülebilmektedir. Bu bağlamda, bu çalışmanın amacı, gastronomi turizminin toplumsal boyutlarını ortaya koyabilmek ve alanyazından elde edilen varsayımların doğruluğunu sınamaktır. Yöntem olarak, nitel araştırma yaklaşımlarından biri olan görüşme tekniği kullanılmış ve elde edilen verilere betimleyici analiz uygulanmıştır. Veri toplama ve verilerin analizi öncesinde, ilgili alanyazında yapılan araştırmalar ve bu alanyazından elde edilen varsayımlar doğrultusunda, görüşme soruları oluşturulmuştur ve araştırma sorusuna uygun bir şekilde formüle edilmiştir. Daha sonra, görüşmeden elde edilecek verilerin analizi öncesinde, bulgulara yönelik kategoriler oluşturulmuştur. Sosyal ve kültürel etkileşim altında oluşturulan bu kategorilere zemin hazırlama ve kategorilere ait bulguların kabul edilebilirliği açısından, genel olarak bölgeye gelen turistlerin yöreye ait mutfak kültürü hakkında düşüncelerine ulaşılmaya çalışılmıştır. Bunu izleyen süreçten sonra kategori analizi yapılmıştır. Bu çalışma ile birlikte, genel olarak turizmin toplumsal etkilerinin yanı sıra alternatif turizm türlerinden biri olan gastronomi turizminin turist kabul eden ve turist gönderen ülke insanların arasında, sosyal ve kültürel etkileşimin ne derece oluşabileceği üzerinde sonuçlara ulaşılması hedeflenmiştir.

2. TURİZM VE SOSYOLOJİ OLGUSUNA GENEL BİR BAKIŞ

Sosyoloji terimi, Latince ‘socius’ (birliktelik) ile Yunanca logos (bilgi) sözcüklerinden oluşarak Türkçeye toplum bilimi olarak girmiştir (Öztürk ve Coşkun, 1999). Sosyoloji, toplumsal ilişkileri, rol ve statüleri, gruplaşmaları, toplumların birbirleriyle etkileşimlerini, bu etkileşimlerin karmaşık bütünü olan toplum yapılarını ve toplumsal değişme süreçlerini kendi yöntemleri ışığında inceleyen bir bilim dalı olmakta ve toplumsal olayların her türlüyle ilgilenmektedir (Avcıkurt, 2003). Bir pozitif bilim dalı olan sosyoloji, toplumdaki gözlemlenebilir ve nesnel olguları konu edinen ve bu olgular arasındaki nedensel ilişkileri genellemeler şeklinde formüle eden, geleceğe ilişkin çıkarsamalarda bulunma olanağı sağlayan, insan-insan ve insan-doğa arasındaki ilişkilerin oluşturduğu toplumu tüm ilişkileri incelemektedir (İçli, 2005).

Sosyoloji sosyal eşitsizliği, sosyal değişmeyi tetikleyen veya engelleyen faktörleri ve sosyal sistemlerin nasıl çalıştığını anlamaya çalışan bir bilimdir. İlk kez, Auguste Comte tarafından dile getirilen sosyoloji kavramı, Emile Durkheim, Karl Marx ve Max Weber tarafından yapılan çalışmalarla temeli atılmıştır (Bahar, 2009). İlerleyen zamanda, ekonomi, psikoloji, turizm gibi diğer bilim dallarıyla etkileşim haline girerek günümüzde önemli bir bilim dalı haline gelmiştir. Bu farklı disiplinler arasında turizm önemli yer tutmaktadır. Çünkü her ikisinin de ana kaynağı insandır. İnsan hiçbir yerde ve hiçbir zaman tek başına olmadığı, daima bir grup içerisinde yer alacağı neticesiyle sosyoloji, bireyler arasındaki sosyal ilişkilerin yapısını, bu ilişkilerin nasıl ortaya çıktığını, nasıl değiştiğini incelemektedir (Avcıkurt, Sarıoğlu ve Girgin, 2007). Turizmin yapısı göz önüne alındığında, turizmin sosyolojik etkileşimlere aracılık edebileceğini, turizmin farklı disiplinlerden de beslenebildiğini ve çok yönlü ilişkiler içinde olduğunu söylemek mümkün olabilmektedir. Bu disiplinlerden biri olan sosyolojinin, turizm ile ilişkisini anlamak günümüzde önemli bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Turizm ilk tanımı yapılacak olursa, Guyer-Feuler’in (1905) tanımına bakmak gerekir. Guyer-Feuler’e göre; *“Turizm, gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine; doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz bir hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirilerine daha çok yaklaşmasına olanak veren modern çağa özgü bir olaydır”* (Kozak, Kozak ve Kozak, 2011: 1).

AIENT (Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği) tarafından 1980 yılında yapılan tanıma göre ise, *“Turizm, insanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve buralardaki genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep*

ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünüdür” (Kozak, Kozak ve Kozak, 2011: 3).

Turizmin, insan yaşamına ilişkin bir olgu olarak görülmesinin yanı sıra, bireylerin bir toplum içinde yaşamlarının da belirli bir yönünü oluşturan toplumsal bir olay olarak kabul edilebilmektedir (Berber, 2003). Turizm ulusal ve uluslararası bir platformda bir hareket olarak algılandığından, sosyal yapıya etkileri değerlendirilirken, yalnız gelir sağlamak, döviz kazandırmak gibi ekonomik özellikli sorunlar değil aynı zamanda sosyal ve kültürel yapıyı etkilemesi açısından ekonomik olmayan özelliklerin de değerlendirilmesi önem arz etmektedir (Berber, 2003).

Sosyolojinin turizm ile ilişkisine bakıldığında, turizm, bireyler arası ilişkilerde ve bireyin yaşamında önemli bir yer almaktadır ve farklı özgeçmişlere sahip bireyleri birbirine yakınlaştıran çok boyutlu bir toplumsal olaydır (Rızaoğlu, 2004: 13). Turizm coğrafi, kültürel ve kişisel temas yoluyla duygu ve düşünceleri, inançları, tutumları gelişmiş topluluklarla gelişmemiş ve gelişmekte olan toplumlara az ya da çok olumlu ya da olumsuz olarak aktarabilmektedir (Rızaoğlu, 2004). Turizm, yalnızca ekonomik bir olay olmayıp, sosyal, kültürel, siyasi ve çevresel yönleri de olan toplumu ve sosyal yapıyı etkileyen bir harekettir (Berber, 2003). Berber (2003: 207) turizm olayını sosyolojik açıdan şöyle tanımlamıştır: ‘ Turizm olayı kişinin dışında bulunan objektif karakterli ve kişiyi kendine uymaya zorlayan etkileyici özelliğe sahip ortaklaşa hareket, duyma, düşünme yani kollektif karaktere sahip kendine özgü bir sosyal olaydır’.

Kozak, Kozak ve Kozak’a (2011: 9) göre, “*Turizm, farklı sosyal ve kültürel yapılara sahip olan toplumların birbirleriyle ilişkiler kurmasına, farklı bilgi, görgü, gelenek ve kültür düzeyleri arasındaki etkileşime ve bunların sonucunda sosyal yapının ahlak anlayışının ve giderek toplumsal davranış kalıplarının değişmesine yol açan sosyal bir olgudur*”. Turizm olgusu farklı sosyo-kültürel yapıya sahip toplumlar arasında sağlanan etkileşim sonucunda, sosyal yapıda bazı değişimlere yol açmaktadır. Doğrudan veya dolaylı etkilenen ya da etkileyen insan gruplarının, ilişkileri, demografik ve kültürel özellikleri, gelenek ve görenekleri, yaşam biçimleri, folklorları, değer yargıları vb. konuları sosyal yapı kavramı içerisinde incelemek mümkün görülebilmektedir (Berber, 2003). Uluslararası turizm hareketleri sayesinde farklı kültürel ve sosyal yapıdaki toplumlar birbirlerini daha iyi tanımakta ve uluslararası bir sağduyu ve anlayış geliştirmektedir (Berber, 2003). Olalı (1998), anti kültür yaratan sonuçlar, tarihi sitlerin kirlenmesi, kültürel kirlenme, turiste benzeme ve gelenekleri bozma gibi turizmin olumsuz sosyal etkilerine değinmektedir. Turizmin olumlu toplumsal etkilerine bakıldığı zaman, turizm hoşgörü ortamı geliştirmekte, kırsal bölgelerin kentleşmesini hızlandırmakta, boş zaman kullanma alışkanlığını geliştirmekte, yeni toplumsal kurumların ortaya çıkmasına neden olmakta, yerel halkın tarih ve kültür değerlerine sahip çıkma bilinci gelişimine aracı olmakta, yabancı dil

öğrenmeye yönlendirmekte ve aile bağlarını güçlendirmektedir (Kozak, Kozak ve Kozak, 2011: 89-91).

3. GASTRONOMİ TURİZMİ

Turizm, farklı kültürel ve sosyal yapılara sahip toplumların birbirleriyle ilişki kurmasına aracılık etmektedir. Turizmin Farklı bilgi, gelenek ve kültür düzeyleri arasında bir etkileşime neden olan ve bunların sonucunda sosyal yapının, ahlak anlayışının ve giderek toplumsal davranış kalıplarının değişmesine yol açan bir sosyal olay olarak görülmektedir (Özdemir, 1992). Günümüzde alternatif turizm çeşitlerinin ortaya çıkmasıyla birlikte gastronomi turizminin gerçekleştiği bölgelerde, toplumsal etkileşimlerin ortaya çıkması, turizmin sosyolojik boyutunun önemini daha da arttırabilmektedir. Gastronomi turizminin bileşenlerinden yemek ve onunla nesilden nesile aktarılan yemek kültürü, bir bölgenin kültürel sembolü olarak kabul edilebilmektedir (Plummervd, 2005; Çela, Lankford ve Lankford, 2007).Turizm destinasyonlarında, turistler için önemli çekicilik unsurlarından biri olan yerel yiyecekler yerel kültürün bir parçasını oluşturmaktadır (Quan ve Wang, 2004).

İnsanların acıkması ve açlığını gidermek için yemek tüketmesi, genel olarak bir biyokimyasal olay iken bu açlığını ne zaman, ne şekilde ve hangi yemeği seçerek gidereceği antropolojik ve dolayısıyla kültürel bir olgudur (Haviland,2002; Talas, 2005). Gastronomi turizmin temelinde yatan farklı yemek tüketme isteği ile yenilen ve içilen şeylerden haz alma ve etkilenme konusunda her kültürün farklı bir yaklaşım tarzı bulunabilmektedir (Talas, 2005).Bireyler genellikle fizyolojik gereksinimlerini giderebilmek için yemek yeme gereği hissederler. Bu tür bir yaklaşımda, insan metabolizmasının besin, enerji ihtiyacının karşılanması sürecine gönderme söz konusudur. Ancak söz konusu enerjinin sağlanması için gerekli maddelerin temini, insan tüketimi için uygun hale getirilmesi ve tüketim davranışları süreci, beslenmeyi salt biyolojik bir eylem olmaktan çıkarmakta, kültürel bir olgu haline dönüştürmektedir (Beşirli, 2010: 159).Yeme-içme faaliyeti, insanlığın en eski ve en büyük zevklerinden birisi olması sebebiyle Ortaçağdan beri uygulanmakta olan toplu beslenme sistemi, kentleşme ve sanayileşmeye paralel olarak gelişmiş ve günümüzde önemli bir yer tutmaya başlamıştır (Avcıkurt, Sarioğlan ve Girgin, 2007). Turizm faaliyeti içerisinde oluşan yemek yeme ihtiyacı ile birlikte, bireyler yiyeceklerden zevk alma gereksinimi içerisinde girebilmektedirler. Farklı güdülerle, bu gereksinimi giderebilmektedirler. Yöresel mutfak kültürüyle tanışmak ve değişik lezzetlere ulaşmak bu güdülerden biri olarak görülebilmektedir (Fields, 2002). Bu çerçevede, yeme-içme faaliyeti sürecinde, bir bölgenin yerel mutfak kültürünü farklı insanlara tanıtmak ve farklı bölgelerden insanlarla etkileşim halinde olmak günümüzde alternatif turizm türlerinden biri olarak görülen gastronomi turizmi ile mümkün olabilmektedir.

Gastronomi turizminde; temel güdülenme faktörü özel bir yemek türünü tatmak veya bir yemeğin üretilmesini görmek amacıyla, yiyecek üreticilerini, yemek festivallerini, restoranları ve özel alanları ziyaret etmektir (Ryu ve Jang, 2006; Sparks, 2007; Kim, Eves ve Scarles; 2009). Genel olarak ele alındığında gastronomi turizmi (Yüncü, 2010: 30);

- Turistler tarafından tüketilen yerel kültürün bir parçası,
- Bölgesel turizmin gelişmesinde önemli bir unsur,
- Yerel tarım ve ekonomik gelişimin bir parçası,
- Rekabetçi bölgelerin pazarlanmasında önemli bir unsur,
- Turistler tarafından tüketilen ürün ve hizmetlerdir.

Uluslararası Mutfak Turizm Derneği'nin web sitesinde, gastronomi turizminin benzersiz özellikleri şu şekilde değerlendirilmektedir (Kivela ve Crofts, 2006: 360):

- Neredeyse turistlerin tamamı seyahat esnasında dışarıda yemek yemektedirler ve akşam yemekleri yerel yiyecek ve insanları tanımak için bir fırsattır.
- Gastronomi turizmi; daima üç gözde turizm faaliyetlerinden biridir.
- Diğer seyahat faaliyetlerinin aksine, gastronomi; günün her saatinde ve her türlü hava koşulunda yıl boyunca kullanılabilir.
- Yemek pişirme ya da gastronomi sanatı ve şarap tadımı, beş insan duyusunu da-görme, ses, koku, tat ve dokunma- etkileyen bir sanattır.
- Şarap ve yöresel mutfak ile ilgilenen turistler ve müze, alışveriş, müzik, film, festival gibi kültürel konular ile ilgilenen turistler arasında yüksek ve pozitif bir korelasyon vardır.
- Seyahat esnasında mutfağa olan ilgide, belirli bir yaş, cinsiyet veya etnik gruba aitlik yoktur.
- Çoğu zaman, gastronomi turistleri kâşifler'dir.
- Gastronomi, her yeni turistin etkileşim yoluyla, yaşayarak deneyimleme talebini karşılayabildiğinden deneyimseldir.

Günümüzde gastronomi, turistlerin tatil yerini seçme sebeplerinin en önemlilerinden biri haline gelmiştir (Küçükaltan, 2009). Çeşitliliği arayan gastronomi turistleri, kendileri için yaşam stili olarak yaşamdan zevk almak ve yakınları ile vakit geçirmek için, birlikte yiyip içmeyi, başka şeyler keşfetmeyi tercih etmektedirler (Doğdubay vd, 2011). Gastronomi ve turizm arasındaki ilişki geleneksel misafirperverlik, mutfak ve damaktan yenilikçi gastronomi turizmi kavramının gelişimine kadar ilerlemiştir (Amira, 2009; Akt, Kesici, 2012). Başka bir ülkeyi ziyaret eden bireylerin beklentileri arasında, yeni yerler görmenin ve yeni kültürleri tanımanın yanında, yeni tatlarla tanışma arzusu da yatmaktadır (Doğdubay vd, 2011). Bu bağlamda gastronomi turizmi, turistlere farklı kültürlerle tanışma fırsatı sunmakta olduğu ve farklı yemek tatma deneyimleri yaşatabileceği ileri sürülebilir.

İnsanları dışarda yemek yemeye iten nedenler ve gastronomi turizmine katılma sebepleri değişik araştırmalarla açıklanmaya çalışılmıştır. Örneğin, Cullen (1994), dışarda yemek yeme araçlarını, kolayda ve sosyal yemek ayrımı şeklinde kavramsal olarak sınıflandırmıştır. Yazara göre, sosyal yemek kavramını sosyal etkileşim, ruh halinde iyileşme, eğlence, mutluluk, prestij ve statü amaçları ile açıklamaktadır. Zaman tasarrufu, ekonomiklik, yeni insanlarla tanışma, aile/arkadaşlarla birlikte olma, eğlence, mutluluk, ruh halinde iyileşme, kolaylık, açlığı giderme, statü, prestij, yenilik arayışı ve evde yemek hazırlamaktan kaçınma gibi amaçlar tüketicileri dışarıda yemek yemeye yönelttiğini söylemek mümkündür (Pavesic 1989; Warde ve Martens 2000; Pedraja ve Yagüe 2001; Park 2004; Narine ve Badrie 2007; Akt., Özdemir, 2010). Ayrıca, yiyecek deneyimi ile ilgili bazı araştırmacılar (Fields, 2002; Kim, Eves ve Scarles; 2009) turistlerin yerel yiyecek tüketimini etkileyen faktörler üzerinde durmuşlardır. Yeni insanları tanıma arzusu, rutin hayattan uzaklaşma, kültürel deneyim elde etme, aile ve arkadaşlarla zaman geçirme, statü ve prestij elde ederek sosyal ilişkileri yenileme, bu faktörlerden bazıları olarak alan yazında görülebilmektedir. Ignatov ve Smith (2006) bireylerin yakınlarıyla birlikte yerel yiyecek tatma şansının, aralarında paylaşılan deneyimler ve daha fazla seyahat memnuniyeti yaratabileceğinden bahsetmişlerdir. Bu kapsamda, gastronomi ve sosyoloji ilişkisini el almak bu çalışmanın temel konusunu oluşturmaktadır.

4. ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ

Gastronomi turizminin toplumsal etkilerini ortaya koyma amacı taşıyan bu çalışmada, yöntem olarak nitel araştırma yaklaşımlarından yüz yüze görüşme tekniği kullanılmıştır. Çalışmanın evrenini Bitlis ilinin Ahlat kırsal alanı oluşturmaktadır. Ahlat, Van Gölü'nün kuzeybatı kıyısında sahil kenarında kurulu 35.000 nüfusa sahip, Bitlis ili sınırları içerisinde yer alan bir ilçedir. İslam dünyasında "Kubbet'ül İslam" olarak da bilinen tarihi mezarlıklarıyla ön plana çıkan bir ilçedir. Selçuklu döneminden kalan mezar taşları Türk kültürü ve tarihi açısından önemli bir değere sahiptir. İlçede daha pek çok tarihi mezar kalıntıları vardır. Bu mezar taşları ve kalıntıları, bölgeyi ziyaret eden turistlerin gelmelerinde önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca bölgenin yöresel mutfak kültürü turistler tarafından ilgiyle karşılanmaktadır.

Çalışma için basit tesadüfi örnekleme tekniği seçilmiş ve örneklem için uygun görülen Ahlat kırsal alanında yerel halktan olan 11 kişiyle yarı yapılandırılmış yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Alan yazından oluşturulan varsayımlar görüşme soruları haline dönüştürülmüş ve bu görüşme soruları oluşturulurken araştırma sorusuna uygunluğu da göz önünde bulundurularak, dört uzman kişinin görüşüne sunulmuştur. Araştırma sorularının geçerliliği sağlandıktan, sonra görüşme soruları katılımcılara yöneltilmiştir. Verilerin toplanması, 2012 yılı Ağustos ayında gerçekleştirilmiştir. Veri toplama esnasında katılımcıların rızasıyla dijital ses kaydı kullanılmış, görüşmeler 15 ile 30 dakika sürmüş ve elde edilen metinlerin harfi harfine kopyası çıkarılmıştır. Çalışmada,

bilgi analizi ve değerlendirme için betimsel analiz kullanılmıştır ve değerlendirme aşamasında elde edilen metinlerden alıntılar yapılmıştır. Veri analizi sürecinde, kategori ve yapı geçerliliğinin sağlanması için elde edilen bulgular konuya hakim, farklı üç uzman kişinin görüşüne sunulmuş ve geçerliliği sağlanmaya çalışılmıştır. Çalışmada genel olarak, gastronomi sosyolojisinin muhtemel toplumsal etkileri üzerinde durulduğu için demografik veriler analize konu olmamıştır. Bu sınırlamanın yanı sıra, çalışmanın, Ahlat bölgesinde, 2012, Ağustos ayında gerçekleştirilmesi, yer ve zaman bakımından çalışmanın diğer kısıtlılıklarını oluşturmaktadır.

5. VARSAYIMLAR VE GÖRÜŞME BİLGİLERİ

Katılımcılara yöneltilen sorular, ilgili alan yazından türetilen varsayımlar doğrultusunda formüle edilmiş ve geçerliliği, alanında dört uzman kişinin bilgisine başvurularak sağlanmıştır. Buna göre, ilk varsayımı, “*Ahlat bölgesine gelen turistlerin o yöreye ait yemek kültürü hakkında olumlu ve olumsuz düşünceleri vardır, bu sayede kültür alışverişi gerçekleşmektedir, kültürel farklılaşma sayesinde bir etkileşim oluşmaktadır*” oluşturmaktadır. Bu varsayımla ilgili katılımcılara “**Bölgemize gelen turistlerin, yemek kültürünüz hakkındaki düşünceleri nelerdir?**” sorusu yöneltilmiştir. Bu varsayım doğrultusunda oluşturulan diğer varsayımlardan biri olan, “*yerel halk ile turistler arasında kültürel bir etkileşim gerçekleşmektedir*” varsayımdır. Bu varsayım ile ilgili olarak “**Yöresel mutfağınız için bölgemize gelen turistlerle nasıl bir kültürel ilişki gerçekleşiyor? Bu ilişki ve iletişim sürecinde kendinizde ve karşı tarafta ne gibi kültürel değişimler gerçekleşmiştir?**” ve “**Gastronomi (Yiyecek) turizmüne katılan turistlerin sahip olduğu yemek kültürünün, yerli halkın mutfak kültürü üzerindeki etkileri nelerdir?**” soruları formüle edilmiştir. Son varsayım ise, “*turistler ile yerel halk arasında sosyal bir etkileşim gerçekleşmektedir*” şeklinde oluşturulmuştur. Bu varsayıma ilişkin formüle edilmiş sorular ise; “**Bölgemize gelen turistlerin, sosyal hayatınızda ne gibi değişimler yarattığını düşünüyorsunuz?**” ve “**Gastronomi turizmüne katılan turistler ile yerel halk arasında kısa veya uzun bir toplumsal ilişkinin gerçekleştiğine dair düşünceleriniz nelerdir? Siz böyle bir sosyal etkileşim yaşadınız mı?**” şeklinde oluşturulmuştur.

6. BULGULAR

Katılımcılardan elde edilen veriler bulgulara dönüştürülürken, analiz öncesinde kategorilere ayrılmıştır. Kültürel ve sosyal etkileşim altında belirlenen kategoriler oluşturulmadan önce, veri analizinin ve kategorilerin daha tutarlı olması için ve katılımcıların kendilerine yöneltilen sorulara verdikleri yanıtlardan hareketle turistlerin, araştırma nüfusu ile ilgili mutfak kültürü hakkında genel düşüncelerine ulaşılmaya çalışılmıştır. Turist ve bölge halkı arasında, kültürel ve sosyal değişimin gerçekleşip gerçekleşmemesi açısından önem arz eden ilk varsayımla ilgili formüle edilen “*Bölgemize gelen turistlerin yemek kültürünüz*

hakkındaki düşünceleri nelerdir?” sorusuna verilen yanıtlardan diğer varsayımlara uygun kategoriler oluşturulabilmiş ve araştırma bütünlüğü sağlanabilmiştir. Bu varsayıma ilişkin bulgulara bakıldığında, bölgeye gelen turistlerin yöreye ait mutfak kültürüne ilişkin olumlu ve olumsuz düşüncelerinin olduğu görülmektedir. Bu bağlamda mutfak kültürüyle ilgili farklılıkların kültürel bir değişime zemin hazırladığını söylemek mümkün olabilmektedir.

“Bölgemize gelenler içerisinde yakın yerlerden gelenler zaten yabancılik çekmemektedir. Hem bizim sahip olduğumuz kendi kültürümüze hem de yemek kültürümüze yabancı değildirlere. Uzak yerlerden gelenler ise özellikle Batıdan gelenler bizim kültürümüze biraz yabancıdırlar. Aynı şekilde yemek kültürümüze de yabancı kalıyorlar. Bizim mutfağımızın ve yemeklerimizin kendilerinden farklı olduklarını dile getiriyorlar.”

“Turistlere göre yemek kültürümüz farklı gelmektedir. Özellikle ilk defa gelenler, değişik bir mutfak ve yemek kültürü ile karşılaştıklarını söylüyorlar. Bazılarına göre yemeklerimizin güzel olduğu fakat kendi yemek kültürlerine göre sahip olduğu farklılıkları dile getiriyorlar. En çok söyledikleri yemeklerimizde et kullanımının fazlalığıdır.”

“Bana göre turistler, kendi yemek kültürlerinden farklı bir yemek kültürü ile karşılaşmaktadır. Batıdan gelenlerin bizim yemek kültürümüzü, geldikleri yerlerde görmemişlerdir. Bazıları yemeklerimizin çeşitliliği açısından zengin bulurken, bazıları ise yemeklerde kullanılan malzemelerin zenginliğini dile getirmektedir. Yemeklerimizde genellikle yağ ve et kullanımının fazla olması, bölgeye gelen turistler tarafından farklılık olarak görülmektedir.”

“Bölgemize gelen turistler içerisinde Batı’dan gelenler için yemek kültürümüz farklı özellikler taşımaktadır. Belki alışkanlıklarından belki de başka nedenlerden olabilir, bizim yemeklerimizi beğenmeyenler de olabiliyor. Bazı turistler en basit örnek olarak geldikleri yerlerde aldıkları ekmeği burada göremeyince hoşnut olmayabiliyor. Fakat yemek ve mutfak kültürümüzü beğenen turistler de gelmektedir.”

“Yöresel yemek için buraya gelen turistler daha çok kültürümüzü ve yemeklerimizi görmek için geliyorlar. Bazı turistler yemeklerimizi çok farklı görüyorlar, beğenenler oluyor beğenmeyenler oluyor ama bu farklılık bazılarının hoşlarına gidiyor.”

Katılımcıların elde edilen bilgilerden, farklılıkların oluştuğu ve böyle bir ortamda kültür alışverişi esnasında bir takım etkileşimlerin oluşabileceği ve bu etkileşimlerin de diğer varsayımlarla ilgili görüşmeler sonucunda oluşabileceği kanaatine varılmış ve görüşmelere devam edilmiştir. Bu bağlamda gastronomi turizmin toplumsal etkileri, sosyal ve kültürel değişim kategorileri altında yorumlanmaya çalışılmıştır.

6.1. Kültürel Etkileşim

Kültürel değişimle ilgili, katılımcılara yöneltilen sorulara verilen yanıtlardan, daha çok karşılaşma esnasında gerçekleşen kültürel alışveriş olduğu görülmektedir. Katılımcılar, kültürel farkları hissedebilmek için turizmin önemli bir olgu olduğunu savunmaktadırlar. Destinasyonlarda yerel yiyecek ve içecek, turistlere tatil ve gezileri esnasında yeni tatları ve farklı gelenekleri tanıtmada önemli rol oynamaktadır (Fields, 2002; Ryu ve Jang, 2006; Sparks, 2007). Katılımcılar arasında kültürel değişimin gerçekleştiğine dair izlenimlerde, ortak bir görüş saptanamamaktadır. Ancak bir katılımcı bölgeye gelen gastronomi turistlerinin kişisel ve yaşam tarzlarının, yöre halkına farklı geldiğini ve yöre halkı için özendirici olduğundan bahsetmiştir. Bir diğer katılımcı ise, kültürel değişimden ziyade daha çok Ahlat bölgesinin bir değişim yaşadığını ve yerel halkın da bu değişimin farkında olduğunu ifade etmiştir.

“Ahlat benim doğup büyüdüğüm ve yaşadığım memleketim. Buraya gelen turistlerin bana göre getirdiği en büyük kültürel değişim, Ahlat’ın tarihine, kültürüne verdikleri önemdir. Çünkü tarihimizi ve kültürümüzü merak eden, belki de binlerce kilometre yol gelen yerli ve yabancı turistler var. Biz bunlar sayesinde belki de Ahlat’ın önemini, sahip olduğu değerleri daha iyi anlıyoruz.”

“Bölgemize gelen turistlere her zaman yardımcı olmak isteriz. Onların kültürleri ile bizim kültürümüzün farklı olduklarını anlıyoruz. Yakın yerlerden gelenler ile iletişimimiz daha kolay gerçekleşiyor. Çünkü kültürel anlamda birbirimizi tanıyoruz. Uzaktan gelen Batıdan gelenler ile de iletişim kurabiliyoruz. Bu iletişim sayesinde kültürel farklılıklarımızı anlıyoruz. Bana göre çok fazla kültürel değişim gerçekleştiği söylenemez fakat Ahlat’ın turizm bölgesi olarak görülmesi Ahlat adına bir takım değişimleri getirdiği görülmektedir.”

Tezcan’a (1993) göre “dünyanın neresinde olursa olsun Türk kültüründe misafirliğin bir ölçütü olarak düşünülebilen ikram ve yemek sunma şekilleri önemli bir yer tutmaktadır. Türk kültürüne yakından bakıldığında, insanların ikamet ettikleri, yaşadıkları yerlere gelen insanlara karşı sıcakkanlı, misafirperver ve geçmişten günümüze kadar süregeldiği görülmektedir. Bu durum, özellikle kırsal bölgelerde sosyal etkileşime ilişkin canlılığını devam ettirmektedir. Hazel Tucker’in (2003) özellikle Kapadokya bölgesinde Japon turistler üzerine yaptığı çalışmada, Japonların kültürel çeşitlilikler yanında Türklerin misafirperverliğinden ve samimi davranışlarından etkilendiklerini belirtmektedir (Akt. Sağır ve Yenen, 2012). Yukarıda yer verilen bir diğer görüşmecenin sözlerinden anlaşılacağı üzere, Ahlat’ın misafirperver bir toplum olduğu ve yöre halkının bölgeye gelen turistlere, her konuda yardımcı olmaya çalıştıkları yönünde olmuştur. Bu bağlamda, Türk mutfağının zenginleşmesinde, Türk misafirperverliğinin de önemli bir etkisi olduğu söylenebilir. (Sürücüoğlu ve Akman, 1998).

“Gelenturistlerin çoğu kültürümüze yabancı, kültürümüzü bilmiyorlar. Fakat iletişim kurmamız kolay oluyor. Bazen yabancı turistlerin geldiklerini de görüyorum ve dillerini bilmediğimiz için onlarla pek iletişim kuramıyoruz. Ahlat’a gelen turistlere her zaman yardımcı olmaya çalışıyoruz, kültürümüzü tanıtmaya çalışıyoruz. Onların bizim kültürümüze saygı göstermeleri bile bir değişim olabilir. Onların kültürlerini, yaşam biçimlerini, giyim tarzlarını, konuşmalarını gördükçe, hoşumuza giden yönlerine dikkat ediyoruz ve örnek alanlar bile oluyor. Bizde ki kültürel değişimin böyle olduğunu düşünüyorum.”

Katılımcılara yöneltilen yerel kültür üzerindeki değişimleri ortaya çıkarma amacı taşıyan diğer bir soruya verilen yanıtlardan, bölgeye gelen gastronomi turistlerin kültürlerinin, yöresel yemek kültürü üzerinde çok fazla etkili olmadığı saptanmıştır. Yalnızca bir katılımcı, farklı ve ilgi çekici bir yemek türüyle karşılaştıklarında, daha sonra kendi yemeklerinde kullanabildiklerini ifade etmiştir.

“Bana göre turistlerin sahip oldukları yemek kültürünün yerli halkın mutfak kültürü üzerinde çok fazla etkileri bulunmamaktadır. Bunun en önemli nedeni olarak Ahlat’da turizm etkinliği için gerekli olan mevsim şartlarının elverişsizliği ve turizm faaliyeti için uygun zamanın uzun olmamasıdır. Ayrıca alternatif olarak çok farklı ve büyük işletmelerin de olmaması, turistlerin yemek kültürümüzle çok fazla tanışamamasına neden olacaktır.”

“Gelen turistlerin yemek tercihleri daha çok hazır gıda üzerine olmaktadır. Bizim mutfak kültürümüzün son zamanlarda Batılı mutfak kültürü ile yakınlık gösterdiğini söyleyebiliriz. Öncelikle gençler, kendi mutfak kültürümüzün yanında hazır gıdalar (fastfood) tüketmeye doğru gitmektedir.”

“Etkilerinin çok fazla olduğunu düşünmüyorum. Bizim sahip olduğumuz yemek kültürü zengin bir içeriği var. Ama yine de yeni bir yemek türü öğrendiğimiz zaman hoşumuza gittikten sonra kullanabiliriz.”

Günümüzde, turizm sayesinde turist-yerli karşılaşmalarında gelişen ilişkiler, önemli bir artış göstermeye başlamış ve bu ilişkiler sayesinde, toplumsal mekanizmaların kullanılması önemli bir hal almıştır (Garry ve William, 1983). Bu bağlamda, yukarıdaki katılımcıların ifadelerinden anlaşılacağı gibi, turizm faaliyeti, toplumsal normlar üzerinde birtakım etkilere, değişimlere neden olabilmektedir. Toplum üzerinde baskın olan bir takım geleneğe dayalı unsurlar, bir taraftan geleneği devam ettirmek açısından işlev gösterirken, bir takım yenilik ve değişimlere de açık olabilmektedir. Alternatif turizm faaliyetleri içerisinde gastronomi turizminin de bu değişimlere neden olabileceği bu şekilde görülebilmektedir.

6.2. Sosyal Etkileşim

“Turistlerle yerel halk arasında sosyal bir etkileşim vardır.” varsayımıyla ilgili sorulan sorulara katılımcılar arasında ortak bir görüş bulunmaktadır.

Katılımcılar, turizm olayı gerçekleşirken bir sosyal değişim olduğunu belirtmektedirler. Bu değişimin daha çok turistlerin yaşam tarzlarının kendi yaşam tarzlarını değiştirdiği üzerine odaklandığı, görülme sırasında katılımcıların ifadelerinden anlaşılabilir. Turist ve yerel halk arasında oluşan iletişimin, sosyal etkileşimi gerçekleştirdiği bazı katılımcılar tarafından vurgulanmaktadır. Kim, Eves ve Scarles'a (2009) göre, tatil zamanında yenilen yemeklerin, kişisel ilişkileri geliştirmekte ve sosyal bağların güçlenmesine imkân vermektedir.

“Bölgemize gelen turistlerin başta ekonomik olmak üzere birçok konuda sosyal hayatımızı etkilemektedir. Bölgeye gelen turistler sayesinde farklı kültürlerle karşılaşırız. Gerçeğini söylemek gerekirse özellikle Batıdan gelen turistlerin yaşantısı ile bizim yaşantımız arasında farklılıklar var. Bana göre onlar daha modern insanlar olarak görünüyorlar. Giyim konusunda konuşma konusunda daha modern, daha kibar olduklarını düşünüyorum. Özellikle giyim konusunda onları örnek almak gibi bir şey söz konusu olmaktadır. Bölgemize turistler geldikçe Ahlat'ımız değişiyor, ilçemiz daha da güzelleşiyor. Bana göre bu durum sosyal hayatımıza da yansıyor.”

“Bölgemize gelen turistlerle ilişkilerimiz, sosyal hayatımızda değişim yaratmaktadır. Öncelikle ekonomik anlamda bize gelir sağladıklarını düşünüyorum. Buraya Türkiye'nin her yerinden, hatta Türkiye dışından çok sayıda insan geliyor. Onları tanımak, onlarla konuşmak bizim sosyal hayatımızda etkili oluyor.”

“Bana göre gelen turistlerin sosyal hayatımızda yaptığı değişimler giyim konusunda, konuşma konusunda gerçekleşmektedir. Bazen bölgeye gelen turistlerin, özellikle bayanların kısa kıyafetler giymesi, bize normal gelmemektedir. Çünkü bizim kültürümüzde bayanların giyimi kapalıdır. Genç kızlarımızı bu yönde etkilemeleri bana göre kültürümüzü olumsuz olarak değiştirir.”

Katılımcılara yöneltilen diğer bir soruyla ‘*turistlerle aranızda kısa veya uzun vadeli bir toplumsal ilişkinin olup olmadığı*’ ölçülmek istenmiştir. Katılımcılardan elde edilen bulgular, bu ilişkinin uzun vadeli olmadığı yönündedir. Yalnızca, turistik ürün tüketimi sırasında, sosyal bir etkileşim oluşmakta; ancak bu etkileşimin, uzun süreli olmadığı yukarıdaki ifadelerden açıkça görülebilmektedir. Bu bağ sayesinde güzel bir sosyal etkileşim yaşandığı metinlerden anlaşılmaktadır. Warde ve Martens (2000) bir destinasyonda dışarıda yemek yemenin, yiyeceğin değerli bir sosyal olunabilirlik fonksiyonu olduğunu ileri sürmektedir. Mennell, Murcouth ve vanOtterloo (1992) birlikte yemek yemenin, kişisel ilişkileri geliştirebileceğini ve arzu edilen sosyal etkileşimin sürdürülebilirliği konusunda önemli olduğunu ileri sürmektedir. Buna benzer olarak Symons (1994), birlikte yenilen yemeğin, bireylere keyif verici bir olay olduğunu ve bireylerde sosyalleşmeye olanak verdiğini ifade etmektedir. Bu bağlamda, yerel yiyeceklerin belirli bir toplumda ya da farklı toplumlar arasında olumlu bir bağ yaratabileceği söylenebilir (Yurtseven, Kaya ve Harman, 2010).

“Gelen turistlerle özellikle yerli turistlerle iletişim kurduğumuz zamanlar olmuştur ve bu iletişim sonucunda farklı kültürler ile tanışma fırsatı buluyoruz. Bana göre bu tanışma sosyal etkileşimi de getirmektedir.”

“Bizim turistlerle ilişkilerimiz çok kısa süreli gerçekleşmektedir. Çünkü burada turizm için kullanılacak çok fazla yer yok. Özellikle gelen turistlerde gastronomi turizmi için de bu geçerlidir. Zaten ekim ile nisan arasında doğru düzgün gelen olmaz.”

“Gastronomi turizmine katılan turistler bizim yerel yemeklerimiz hakkında bilgiler alıyorlar bazen de tatmaktadırlar. Bazen bizim yemeklerimiz onlara ilginç gelirken, onların yemekleri de bana ilginç gelebiliyor. Bana göre toplumsal ilişkinin çok uzun süreli olduğunu düşünmüyorum. Ama kültürümüzü tanıtırken ve bu esnada sosyal bir iletişim yaşadığımı hissediyorum. Bu da beni çok mutlu ediyor.”

7. SONUÇ

Sosyoloji genel olarak sosyal ilişkiler sistemini analiz etmekte ve toplumsal ilişkileri, bireylerin birbirleriyle etkileşimlerini incelemektedir. Turizm olayının gerçekleştiği bölgelerde, turist gönderen ve turist kabul eden ülke insanları arasında, genellikle bireylerin birbirleriyle karşılaşmaları ve bunun sonucunda sosyal etkileşim yaşamaları görülebilmektedir. Bununla ilişkili olarak, olumlu ya da olumsuz toplumsal değişimler gerçekleşmektedir. Bu sosyal ve kültürel etkileşimlerin oluşmasına kaynaklık eden nedenleri sosyoloji bilimi ile araştırmak, turizmin sosyo-kültürel yapısı hakkında bilgiler edinilmesi açısından, turizm ve sosyoloji ilişkisini önemli kılmaktadır. Gastronomi turizmi ve sosyoloji birlikte ele alındığında, bireyler genellikle dışarda yemek yerken kolayda yemek yeme isteğinin yanı sıra kültürel deneyim elde etme ve bireylerarası ilişki kurma arzuları da bulunmaktadır. Bu bağlamda yapılan bu çalışmada, gastronomi turizminin teorik temelleri değerlendirildikten sonra, Bitlis, Ahlat örneğinde, gastronomi turizminin yerel halk üzerinde oluşturabileceği toplumsal etkiler değerlendirilmiştir. Çalışmada ortaya çıkan sonuçlar şöyle sıralanabilir:

- Yerel halk, bölgeye gelen turistler ile etkileşim yaşadıklarını ve bu etkileşimler neticesinde karşılıklı olarak bir takım değişimler gerçekleştiğini düşünmektedir.
- Ahlat'a gelen gastronomitouristlerinin, Ahlat'ın sahip olduğu mutfak kültürüne ilgi duyması, yerel halk tarafından da olumlu şekilde benimsenirken, bu şekilde turist-yerli halk etkileşimi gerçekleşmiş olmaktadır.

- Yerel halk, gelen turistlerin, bölgenin kültürü ve tarihi olduğu kadar yemekleri ile de ilgilendiklerini söylemektedir. Fakat mevsime dayalı olarak turizm faaliyeti için gerekli olan zamanın kısa olmasından dolayı, gastronomi turizmi konusunda bir takım sıkıntıların olduğu dile getirilmiştir. Mevsime bağlı olan problemin yanı sıra, turistik bir bölge olma yolunda alt yapının da yetersiz olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.
- Bölgeye gelen turistler içerisinde, gastronomi turistlerinin varlığı dikkat çekerken, bölge halkının da özellikle gençlerde, yemek kültüründe bir değişim yaşanmaya başladığı görülmektedir. Bu durum karşılıklı toplumsal etkileşimin gerçekleştiğine dair önemli bir durum olarak tespit edilmiştir. Toplumsal etkileşim ile birlikte yaşanan değişim daha iyi görülebilmektedir.
- Ahlat'a gelen gastronomi turistlerinin, yöresel yemek kültürü üzerinde doğrudan bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Fakat gastronomi turistlerinin, yöresel yemek kültürü üzerinde değişime yönelik farklılık getirecek etkilerinin, zaman zaman olabileceği sonucuna ulaşılabilmektedir.
- Yerli halkın, turistlere karşı hoşgörülü oldukları ve bölgeye gelen turistlere karşı Türk toplumunun misafirperverliğini, yardımseverliğini ve hoşgörüsünü ortaya koydukları görülmektedir.
- Turistler, kısmen de olsa toplumsal ve kültürel hayat üzerinde değişimlere neden olmaktadır. Gastronomi turizminin toplumsal ve kültürel hayat üzerinde kısmi değişimin en önemli nedeni, turistlerin çoğunun bölgeyi günübirlik ziyaret etmesi ve bölgede çok fazla zaman geçirmemeleri olduğu şeklinde ifade edilebilir. Fakat bazı katılımcılar, bu durumu daha farklı ifade ederken, bölgenin turizm faaliyeti (altyapı, konaklama, tesis vb.) için yetersiz olduğunu dile getirmektedir. Altyapının yetersiz oluşu, yeterli konaklama imkânının olmaması, bu alanda profesyonel kişilerin görev almaması gibi nedenler, bu katılımcıların düşüncelerini destekler niteliktedir.

Katılımcıların gastronomi turizminin olumlu yada olumsuz etkileri ile ilgili görüşlerine bakılacak olursa, gastronomi turizminin olumlu etkilerinin öne çıktığı görülmektedir. Özellikle, olumlu etkilerinden hareketle, bir kültür alışverişinin gerçekleştiği ve her iki tarafta da (yerli halk-gastronomi turisti) kültürel farklılaşmanın gerçekleştiği sonucuna ulaşılmaktadır. Ahlat'a gelen turistlerin yerli halkın mutfak kültürü ile karşılaşması, daha doğrusu yeni bir mutfak kültürü ile karşılaşmaları, söz konusu kültür alışverişinin bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Gelen turistler tarafından yemek kültürlerinin çok farklı algılandığını söyleyen yerli halk, turistlerin bu ilgileri karşısında aralarında bir iletişimin gerçekleştiğini belirtmektedirler. Böylelikle mutfak kültürüyle ilgili farklılıklardan, kültürel bir değişim ortaya çıkmakta ve ortaya çıkan bu kültürel etkileşimin yerli halk üzerinde etkili olduğu söylenebilir.

Gelecek araştırmalarda, daha değişik kırsal alanlarda ve daha büyük bir örneklem ile benzer çalışmaların yapılması, bu çalışmanın ortaya koyduğu sonuçların geçerliliği açısından önem arz etmektedir. Nitel çalışmaların genelleşemeyeceği varsayımıyla, sonraki çalışmalarda ampirik ve nicel araştırmaların yapılması, bu çalışma ile elde edilen değerlendirmelerin geçerliliğin sağlanması konusunda önem arz etmektedir.

8. KAYNAKLAR

- AMIRA, F. (2009) *The Role of Local Food in Maldives Tourism: A Focus on Promotion and Economic Development*, New Zealand Tourism Research Institute.
- AVCIKURT, C. (2003). *Turizm Sosyolojisi*, Detay Yayıncılık, Ankara
- AVCIKURT, C.; SARIOĞLAN, M. ve GÖKSEL K. G. (2007). *Yiyecek-İçecek Olgusuna Sosyolojik Bir Bakış*. I. Ulusal Gastronomi Sempozyumu, Antalya.
- BAHAR, H.İ. (2009). *Sosyoloji*, Uşak Yayınları, Ankara.
- BERBER, Ş. (2003). Sosyal Değişme Katalizörü Olarak Turizm ve Etkileri, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (9), (s:205-221).
- BEŞİRLİ, H. (2010). Yemek, Kültür ve Kimlik. *Milli Folklor Dergisi* Yıl.22,(87).
- CULLEN, P. (1994). Time, Tastes and Technology: The Evolution of Eating Out, *British Food Journal*, 96(10), (s:4-9).
- ÇELA, A., LANKFORD, J.K. ve LANKFORD, S. (2007). Local food festivals in Northeast Iowa communities: A visitor and economic impact study. *Managing Leisure* 12, (s:171-186).
- DOĞDUBAY, M., SARIOĞLAN, M., SAATÇI, G. (2011). *Destinasyon Pazarlamasında Yerel Yönetimlerin Gastronomik Öğeleri Kullanma Eğilimlerinin Ölçülmesine Yönelik Bir Araştırma*. V.Ulusal Gastronomi Sempozyumu, Antalya.
- FIELDS, K., (2002). *Demand For The Gastronomy Tourism Product:Motivational Factors*. Hjalager, A. Richards, G. (Ed.), *Tourism ve Gastronomi içinde*, Routledge, London, (s:36-51).
- GARRY, E.M. ve WILLIAM R.B. (1983). Relations Between Strangers and Structure and Meaning in Tourist System”, *The Sociological Review*, Vol.31, No:4, (s.669).
- HAVILAND, W. A. (2002). *Kültürel Antropoloji*, (Çev. Hüsamettin İnaç-Seda Çiftçi). Kaknüs Yayınları, İstanbul.
- IGNATOV, E. ve SMITH, S., (2006). Segmenting Canadian culinary tourists. *Current Issues in Tourism* 9 (3), (s:235-255).

- İÇLİ, G. (2005). *Sosyolojiye Giriş*, Anı Yayıncılık, Ankara.
- KESİCİ, M. (2012). Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23).
- KIM, Y.G., EVES, A. ve SCARLES, C. (2009). Building A Model of Local Food Consumption on Trips and Holidays: A Grounded Theory Approach. *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 28, No.3, (s:423-431).
- KIVELA, J ve CROTTS, J. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research* 30 (3), (s:354-377).
- KOZAK, N., KOZAK, M, ve KOZAK, M. (2011). *Genel Turizm, İlkeler, Kavramlar*, Detay Yayınevi, Ankara.
- KÜÇÜKALTAN, Gül. (17-18 Nisan 2009). *Küreselleşme Sürecinde Gastronomide Yöresel Tatların Turistlerin Destinasyon Tercihlerine ve Ülke Ekonomilerine Etkileri*. III. Ulusal Gastronomi Sempozyumu, Antalya.
- McIntosh, R., GOELDNER, C., RITCHIE, J., (1995). *Tourism Principles, Practices, Philosophies*, 7. Basım, Wiley, New York.
- MENNELL, S. M., MURCOTT, A. ve VAN OTTERLOO, A. H. (1992). *The Sociology of Food: Eating, Diet & Culture*. London: Sage.
- NARINE, T. ve BADRIE, N. (2007). Influential Factors Affecting Food Choices of Consumers When Eating Outside the Household in Trinidad, West Indies, *Journal of Food Products Marketing*, 13(1), (s:19-29).
- OLALI, H. (1988). *Turizm Ekonomisi*. Ofis Ticaret Matbaacılık San. Ltd. Şti. İzmir.
- ÖZDEMİR, B. (2010). Dışarda Yemek Yeme Olgusu: Kuramsal Bir Model Önerisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21 (2), (s:218-232)
- ÖZDEMİR, M.(1992). *Turizmin Türkiye'nin Sosyo Ekonomik Yapısına Etkileri*. Kök Sav Yayınları, Ankara.
- ÖZTÜRK, M, M. ve COŞKUN, M,K. (1999), *Sosyoloji*. Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara
- PARK, C. (2004). Efficient or Enjoyable? Consumer Values of Eating Out and Fast Food Restaurant Consumption in Korea, *International Journal of Hospitality Management*, (23), (s:87-94).
- PAVESIC, D. V. (1989). *Psychological Aspects of Menu Pricing*. *International of Hospitality Management*, 8(1), (s:43-49).

- PEDRAJA, M. ve YAGUE, J. (2001). What Information Do Customers Use When Choosing a Restaurant. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13 (6), (s:316-318).
- PLUMMER, R., TELFER, D., HASHIMOTO, A. ve SUMMERS, R. (2005). Beer Tourism in Canada Along The Waterloo-Wellington Ale Trail. *Tourism Management*, 26 (3), (s:447-458).
- QUAN, S. ve WANG, N. (2004). Towards a Structural Model of The Tourist Experience: An Illustration From Food Experiences In Tourism. *Tourism Management* (25),(s:297-305).
- RIZAOĞLU, B. (2004). *Turizm ve Toplumsallaşma*. Detay Yayınevi. Ankara.
- RYU, K., JANG, S., (2006). Intention to Experience Local Cuisine In a Travel Destination: The Modified Theory of Reasonable Action, *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30 (4), (s:507-516).
- SAĞIR, A. ve YENEN, İ. (2012). *Bir Yemek Sosyolojisi Denemesi Örneği Olarak Kağızman Mutfağı*, Geçmişten Geleceğe Her Yönüyle Kağızman Sempozyumu Bildiri Kitabı, 24-26 Mayıs 2012, Kars-Kağızman, (s:258-267).
- SPARKS, B., (2007). Planning a Wine Tourism Vacation? Factors That Help To Predict Tourist Behavioral Intentions. *Tourism Management*, (28), (s:1180-1192).
- SÜRÜCÜOĞLU, S. M. ve AKMAN, M. (1998). Türk Mutfağının Tarihsel Gelişimi ve Bugünkü Değişim Nedenleri, *Standart Dergisi*, Sayı:439, (s:42-53).
- SYMONS, M. (1994). Simmel's Gastronomic Sociology: An Overlooked Essay. *Food and Foodways*, 5(4), (s:333-351).
- TALAS, M (2005), Tarihi Süreçte Türk Beslenme Kültürü ve Mehmet Eröz'e Göre Türk Yemekleri, *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (18), (s:273-283).
- TEZCAN, M. (1993). *Yemeklerin Toplumsal Fonksiyonları*, Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar (iç) Hz. Nimet Berkok Toygar, Kamil Toygar, Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları, Ankara, (s: 54-60).
- TUCKER, H. (2003). *Living With Tourism: Negotiating Identities in a Turkish Village*. London: Routledge.
- WARDE, A. ve MARTENS, L. (2000). *Eating Out: Social Differentiation, Consumption and Pleasure*. New York: Cambridge Press.
- YURTSEVEN, R., KAYA, O. ve HARMAN, S. (2010). *Yavaş Hareketi*, Detay, Ankara.

YÜNCÜ, H, R. (2010). *Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası*. X. Aybastı-Kabataş Kurultayı, Eskişehir.