



EGE ÜNİVERSİTESİ
IV. Uluslararası Gastronomi, Turizm ve
Kültür Çalışmaları Sempozyumu
8-9 Haziran 2023 Çeşme

Özet Bildiri Kitabı

Ege University 4th International Gastronomy
Tourism and Cultural Studies Symposium 8-9 June 2023 Çeşme
Abstract Proceedings Book

Turizm Sektörü Açısından Deprem Haberciliği: Turizm Haber Sitelerine Yönelik Bir Analiz

Aslı Elgün

Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü

Deprem haberciliği, toplumun depreme karşı hazırlıklı olmasını, afet anında doğru ve etkili davranışlar sergilemesini, can ve mal kaybının en aza indirgenmesini sağlamayı amaçlayan önemli bir alandır. Deprem haberciliği sadece deprem anında değil depreme hazırlık sürecinde ve sonrasında da farkındalığı arttırmak ve tüm sektörlerde konu ile ilgili bilinçlendirme ve bilgilendirilme faaliyetlerini yürütmek anlamına gelmektedir. Bu bağlamda deprem haberciliği deprem öncesini, sırasını ve sonrasında kapsayan bir gazetecilik türüdür. Deprem haberciliğinin ilgili olduğu sektörlerin başında da turizm gelmektedir. Deprem haberciliği turizm sektörünün tüm bileşenlerine yönelik olarak deprem öncesi, anı ve sonrasında kamuoyunda farkındalık yaratmak, bilginin hızlı ve doğru yayılmasını sağlamak, etkili iletişim stratejileri geliştirmek gibi işlevleri üstlenmektedir. Bu çalışma 6 Şubat 2023 tarihinde Kahramanmaraş'ta meydana gelen depremi, deprem haberciliği açısından bir kırılma olarak görerek turizm haber sitelerinde yer alan deprem haberlerinin analizini yapmayı amaçlamaktadır. Bu amaçla turizm haber sitelerinde “deprem öncesi haber içerikleri nelerdir?”, “deprem gününde haber içerikleri nasıldır?”, “deprem sonrası yayınlanan haberlerde hangi içerikler yer almaktadır?” sorularına yanıt aranmaya çalışılacaktır. Çalışmada Türkiye’de en çok ziyaret edilen 3 turizm haber sitesinde yer alan haberler içerik analiz yöntemi kullanılarak incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Deprem Haberciliği, Turizm Haberciliği, Kahramanmaraş Depremi

Earthquake Journalism in Terms of The Tourism Sector: An Analysis of Tourism News Websites

Aslı Elgün

Ege University, Faculty of Communication, Department of Journalism

Earthquake journalism is an important field that aims to ensure that society is prepared for earthquakes, exhibits correct and effective behaviors during disasters, and minimizes the loss of life and property. Earthquake journalism means raising awareness not only during the earthquake but also during and after the earthquake preparation process and carrying out awareness-raising and informing activities in all sectors. In this context, earthquake journalism is a type of journalism that covers before, during, and after an earthquake. Tourism is one of the sectors that earthquake journalism is related to. Earthquake journalism undertakes functions such as raising public awareness before, during, and after earthquakes, ensuring the rapid and accurate dissemination of information, and developing effective communication strategies for all components of the tourism sector. This study aims to analyze the earthquake news on tourism news websites by considering the earthquake that occurred in Kahramanmaraş on February 6, 2023, as a breaking point in earthquake journalism. For this purpose, this study aims to answer the following questions: “What are the news contents before the earthquake?”, “How is the news content on the day of the earthquake?”, “What content is included in the news published after the earthquake?” The news articles on the three most frequently visited tourism news websites in Turkey will be analyzed using content analysis methodology.

**Keywords: Earthquake Journalism, Tourism Journalism, Kahramanmaraş Earthquake
Measuring The Perceptions of Private and Public Health Workers On Health Tourism**

Assist. Assoc. Prof. Dr. Azmiye YINAL

University of Mediterranean Karpasia
azmiye.yinal@akun.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Ayşen BERBEROĞLU

University of Mediterranean Karpasia
aysen.berberoglu@akun.edu.tr

Health tourism was born out of the search for quality and low-cost health services. Health tourists also choose their countries according to certain criteria. These standards constitute the dynamics of health tourism and lead countries to formulate policies in this field. In this study, the results of the questionnaire applied to 399 people in this study to measure the perceptions of health tourism of public health workers were analyzed with the SPSS program respectively, ANOVA model test was applied in line with the results and this reliability analysis was applied to all variables respectively, and the resulting results were entered in the study to measure the perceptions of health tourism of public and private health workers, improvements in foreign language knowledge and level variables of individuals increase the interest in health tourism, while groups with lower levels in groups such as education level and foreign language knowledge level in socio-demographic variables are negatively affected. The hypotheses were accepted and measured as significant.

Keywords: Health Tourism, Health Personnel, Tourism, Health

Bilişsel Önyargının Turist Satın Alma Karar Süreci Üzerindeki Etkisi: Kapadokya Örneği

Banu Yaman

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Doç. Dr. Burcu Gülsevil Belber

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

İnsanlar yaşamlarını sürdürürken farkında olarak ya da olmayarak birçok faktörden etkilenecek kararlar verir ve çeşitli düşüncelere sahip olurlar. Yeni bir yiyeceğin veya konaklama tesisinin denenmesi, önceden bilinen bir yiyeceğin, restoranın veya konaklama tesisinin tekrar tercih edilmesi/edilmemesi gibi kararlarda tüketicinin düşünceleri etkili olmaktadır. Söz konusu düşüncelerin bir kısmı akılcı ve mantıklı iken bir kısmı da kişinin geçmiş deneyimlerine ve ya içinde bulunduğu psikolojik duruma bağlı bulunmaktadır. Kişinin deneyimleri ve içinde bulunduğu psikolojik durum, tüketici olarak bilişsel önyargıya sahip olmasına neden olabilmektedir. Bilişsel önyargı, yanlış yargılara veya yorumlara yol açabilecek çeşitli süreçleri içeren geniş bir kavramdır. Bilişsel önyargı, turistik tüketicilerin satın alma kararına da etki eden önemli bir faktör olduğu için hem işletmelerin tatmin edici hizmetler sunabilmesine hem de turistlerin olumlu deneyimler yaşamasına engel oluşturabilmektedir. Turistlerin hem konaklama hem de yiyecek-içecek tercihleri konusunda karmaşık karar durumlarını basitleştirmek için bazı yargısal veya sezgisel yöntemlere güvendikleri bilinmektedir. Ancak bu yöntemler, tüketicinin karar sürecinde ciddi ve sistematik hatalara yol açabilecek bilişsel önyargıları da oluşturabilmektedir. Söz konusu bilişsel önyargıların ortadan kaldırılabilmesi için işletmelerin çaba göstermesi, tüketicilerin daha doğru ve objektif karar verebilmelerini sağlayacaktır. Bu bağlamda, çalışmanın amacı bilişsel önyargının turist satın alma karar süreci üzerindeki etkilerini ortaya koymak ve önyargıların ortadan kaldırılabilmesi için önerilerde bulunmaktır. Araştırmanın evrenini önemli destinasyonlardan biri olan Kapadokya Bölgesi'ndeki turistler, örneklemini ise Kapadokya'ya gelen turistler arasında herhangi bir sınırlama

ve ayrıma gidilmeksizin, çalışma sorunsalına uygun görülen turistler oluşturmaktadır. Veri toplama aracı yüz yüze anket uygulaması olup elde edilen veriler, istatistiki analiz yöntemleri ile incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Bilişsel Önyargı, Satın Alma Karar Süreci, Turist Tercihleri

The Effect of Cognitive Bias on Tourist Purchasing Decision Process: The Case of Cappadocia

Banu Yaman

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University

Assoc. Prof. Dr. Burcu Gülsevil Belber

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University

People are affected by many factors, consciously or unconsciously while they are living their lives and they make decisions and get various thoughts. The thoughts of the consumer are effective in decisions such as trying a new food or accommodation facility, choosing/not choosing a previously known food, restaurant or accommodation facility again. While some of the thoughts in question are rational and logical, some of them depend on the past experiences of the person or the psychological state they are in. These experiences and psychological state may cause cognitive bias as a consumer. Cognitive bias is a broad concept that includes various processes that can lead to incorrect judgements or interpretations. Since cognitive bias is an important factor affecting the purchasing decision of touristic consumers, it can prevent both businesses from providing satisfactory services and the tourist having positive experiences. It is known that tourists rely on some judgmental or heuristic methods to simplify their complex decision situations regarding both accommodation and food and beverage choices. However, these methods can also create cognitive biases that can lead to serious and systematic errors in the consumer's decision process. Efforts by businesses to eliminate these cognitive biases will enable consumers to make more accurate and objective decisions. In this context, the aim of the study is to reveal the effects of cognitive bias on the tourist purchasing decision process and to make suggestions to eliminate prejudices. The population of the research consists of the tourists in the Cappadocia Region, which is one of the important destinations, and the sample consists of the tourists who come to Cappadocia, without any limitation or discrimination, and who are considered suitable for the study problem. The data collection tool is a face-to-face survey application and the obtained data will be analyzed with statistical analysis methods.

Keywords: Cognitive Bias, Purchasing Decision Process, Tourist Preferences

Otel İşletmelerinde Çalışanların Stresle Başa Çıkma Tarzları ve Atılganlık Düzeylerinin İncelenmesi: Antalya Örneği*

* Bu çalışma Dr. Öğr. Üyesi S. Banu Yıldız danışmanlığında Osman Çoban tarafından Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında hazırlanan yüksek lisans tezinden türetilmiştir. Çalışmanın 2020 yılı öncesi araştırma verileri kullanılarak yapılmasından dolayı, geriye dönük etik kurul izni gerektirmeyen çalışmalar arasında yer almaktadır.

Dr. Öğr. Üy. S. Banu Yıldız

Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü

Osman Çoban

Günlük yaşamın rutini haline gelen stres, başa çıkılamadığında bireyde fiziksel, psikolojik sorunlara yol açmakta işletmelerde ise iş verimini düşürmektedir. Stresle başa çıkmada hem bireysel hem de işletmeler tarafından farklı yöntemler kullanılmaktadır. Bu çalışmanın amacı çeşitli şekillerde strese maruz kalan otel işletmeleri çalışanlarının, stresle başa çıkma tarzlarının ve atılgnlık düzeylerinin belirlenmesidir. Ayrıca çalışmada çalışanların stresle başa çıkma tarzlarının ve atılgnlık düzeylerinin demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediği, atılgnlık düzeylerinin stresle başa çıkmadaki etkisi incelenmiştir. Veriler anket tekniği ile toplanmış. Elde edilen verilere SPSS programında frekans dağılımı, bağımsız örneklem t-testi, tek yönlü varyans ve korelasyon analizi yapılmıştır. Araştırma sonucunda, araştırmaya katılım gösteren otel işletmelerindeki çalışanların, stresle baş çıkma ve atılgnlık düzeylerinin demografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Korelasyon analizi sonucunda ise, stresle başa çıkma tarzları ölçeğinin alt boyutları olan kendine güvenli yaklaşım, iyimser yaklaşım ve sosyal desteğe başvurma boyutları ile atılgnlık ölçeği arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Bu sonuca göre katılımcıların atılgnlık düzeyleri arttıkça, stresle baş etmede daha etkili yöntemleri kullandıkları söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Otel İşletmeleri Çalışanları, Stres, Stresle Başa Çıkma Tarzları, Atılgnlık
Analyzing of Stress Coping Styles and Levels of Assertiveness of Employees in Hotel Business:
The Case Study of Antalya

Dr. Öğr. Üy. S. Banu Yıldız

Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü

Osman Çoban

Stress, which has become the routine of daily life, causes physical and psychological problems in the individual when it cannot be coped with and reduces the work efficiency in businesses. Different methods are used by both individuals and businesses to cope with stress. The aim of this study was to determine the stress coping styles and assertiveness levels of hotel business employees who are exposed to stress in various ways. In addition, in the study, whether the stress coping styles and assertiveness levels of the employees differ according to demographic characteristics, and the effect of assertiveness levels on coping with stress were examined. The data was collected via survey. Data obtained were evaluated through the frequency analysis in SPSS, independent samples t-test, one way variance and correlation analysis. As a result of the research, it was determined that the levels of coping with stress and assertiveness of the employees in the hotel enterprises participating in the research showed a significant difference according to their demographic characteristics. As a result of the correlation analysis, it was determined that there was a positive relationship between the sub-dimensions of the scale of coping with stress, self-confident approach, optimistic approach and seeking social support, and assertiveness scale. According to this result, it can be said that as the levels of assertiveness of the participants increase, they use more effective methods in coping with stress.

Key Words: Hotel Businesses Employees, Stress, Stress Coping Styles, Assertiveness

Sürdürülebilir Gastronomi Turizminde Çırac Bulma ve Yetiştirme Sorunu Üzerine Nitel Bir Araştırma

Doç. Dr. Nükhet Adalet Akpulat

Ege Üniversitesi Çeşme Turizm Fakültesi
Turizm İşletmeciliği Bölümü

Berk Kocadağ

Ege Üniversitesi Çeşme Turizm Fakültesi

Yöresel yiyecekler kültürel olarak önemini korurken günümüzde değişen turizm algısı sebebiyle gastronomi turizmi için de önemli hale gelmiştir. Ulaşım ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ile birlikte değişen turizm talepleri bireylere çeşitli turizm faaliyetlerine katılma konusunda da esneklik sağlamıştır. Bu araştırma gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilen lokantaların yaşadığı çırac bulma sorunu üzerine yapılmıştır. Araştırmada yöresel yemek üretimi yapan lokantalarda yaşanan çırac bulma ve çalıştırma sorunun belirlenmesi ve buna sebebiyet veren etmenlerin ortaya konulması amaçlanmıştır. Sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında yapılan çoğu araştırmanın ürünlerin tanımlanması ve reçetelendirilmesi üzerine yapıldığı görülmüş ve sürdürülebilirlik kapsamında bunun yetersiz olduğu, reçetelerin uygulayıcısı ustaların da bu süreçte reçeteler kadar belirleyici olduğu düşüncesi üzerine bu araştırma yürütülmüştür. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılmış ve alan olarak İzmir il merkezi belirlenmiştir. Çalışmada katılımcıların 1'i hariç çırac bulma ve çalıştırma konusunda zorluk yaşadıklarını dile getirmişlerdir. Edinilen bulgulara göre katılımcıların çoğunluğu yemek yapımında reçetelerden yararlanmadığını ve tariflerin yazılı olarak bulunmadığını ifade etmiştir. İşletmelerin çırac bulmak için çoğunlukla eski usûl cama ilan asma yöntemini kullandıkları görülmüştür. Yakın zamanda işe alınan çıracların çalışma sürelerinin altı ay olduğu sonucuna varılmıştır. Katılımcıların tamamı yakın zamanda usta çırac ilişkisi kurarak bir usta yetiştirmediklerini belirtmiştir. Çıracların en çok şikâyet ettiği konular sorulduğunda: Çalışma süresi, fiziksel zorlanma ve ücret başlıklarında ortak cevaplar alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Sürdürülebilirlik, Gastronomi, Çırac Yetiştirme

Samsun Çevresinde Yetişen Develi Pancarının Mutfakta Kullanımı

Betül Gök

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

Dr. Öğr. Üy. Abdullah Badem

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi
Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü

Zengin kimyasal içeriği ile tıp dâhil olmak üzere birçok farklı alanda kullanılan Develi pancarı (*Trachystemon orientalis*) aynı zamanda yüksek besin değeri ve lezzete sahip olduğu için besin olarak da tüketilmektedir. Ülkemizde özellikle Batı Karadeniz bölgesinde tüketilen bu bitkinin besin amaçlı kullanımı sadece bu yöreyle sınırlı kalmış, bitki gastronomik anlamda hak ettiği değeri bulamamıştır. Zamanla kaybolan değerlerimize sahip çıkmak, develi pancarının tanıtılması ve değerinin bilinmesini sağlamak amacıyla yapılan bu çalışmada bitkiyi yemeklerde kullanan yöre halkıyla yarı yapılandırılmış mülakat tekniği ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yapılan mülakatlar sonucunda yörede farklı adlarla da bilinen develi pancarının tarihinin çok eskilere dayandığı, genelde ilkbahar aylarında bitkinin yetiştirme döneminde tüketildiği, muhafazasının çok uzun süreli olmadığı ama konserve ya da turşulama yoluyla bu sürenin uzatılabildiği, kökleri ve yapraklarının yemek yapımında tüketildiği, aynı isimle adlandırılan yemeklerin ufak farklılıklar gösterse de temelde benzer metotlarla

yapıldığı tespit edilmiştir. Ayrıca develi pancarının yumurtalı kavurma başta olmak üzere sarma, pilav, börek, turşu, soğuk meze gibi yemeklerin yapımında kullanıldığı da elde edilen bilgiler arasındadır.

Anahtar Kelimeler: Develi Pancarı, Yenilebilir Yabani Bitkiler, Karadeniz Mutfak Kültürü

The Use of *Trachystemon orientalis* of Develi in Gastronomy

Betül Gök

Karamanoğlu Mehmetbey University
Department of Gastronomy and Culinary Arts

Assist. Prof. Dr. Abdullah Badem

Karamanoğlu Mehmetbey University
Department of Hotel, Restaurant and Catering

Develi beet (*Trachystemon orientalis*), which is used in many different fields including medicine with its rich chemical content, is also consumed as food because of its high nutritional value and taste. The nutritional use of this plant, which is consumed especially in the Western Black Sea region in Turkey, has been limited to this region only, and the plant has not found the value it deserves in the gastronomic sense. In this study, which was carried out in order to protect our values that have been lost over time, to introduce camel beet herb and to ensure that its value is known, interviews were carried out with the local people who use the plant in meals between November 2022 and December 2022 with the semi-structured interview technique. As a result of the interviews, the history of camel beet herb, which is also known with different names in the region, dates back to ancient times, it is generally consumed during the growing period of the plant in spring, its preservation is not very long, but this period can be extended by canning or pickling, its roots and leaves are consumed in cooking, and the dishes with the same name are small. Although there are differences, it has been determined that it is basically done with the same method. In addition, it is among the information obtained that camel beet herb is used in the production of dishes such as egg roasting, wrapping, pilaf, pastry, pickles, cold appetizers.

Keywords: Develi Beet, Edible Wild Plants, Black Sea Culinary Culture

Yerel Bir Unsur Olan Gölevezin Gastronomi ve Gıda Endüstrisindeki Yeri

Betül YAPICI NANE

Toros Üniversitesi

betul.yapici@toros.edu.tr

Öğr. Gör. Uğurcan METİN

Toros Üniversitesi

ugurcan.metin@toros.edu.tr

Adnan AYDIN

Gölevez Tropik ülkelerde yaygın adı “Taro” olarak bilinmekle birlikte ülkelere göre “kolokas, old cocoyam, eddoe veya dasheen” adını almaktadır. Ülkemizde Mersin ve Antalya'da yetiştirilmektedir. Gölevez; nişasta, diyet lif, magnezyum ve potasyum bakımından zengindir. Orta düzeyde enerji, protein ve vitamin içeriğine sahiptir. Probiyotik, antioksidan ve antikarsinogenik etkileri bildirilmiştir. Ülkemizde işleme şekli ve yöntemi fazla bilinmediğinden tüketimi yetiştirildiği bölgelerle sınırlı kalmıştır. Bu çalışmanın amacı, besinsel değeri yüksek ve fonksiyonel bir ürün olan gölevezin yetiştigi bölgeler dışında da bilinirliğinin artırılması, gastronomi ile gıda endüstrisinde değerlendirilmesi hakkında bilgi verilmesi ve bu alanlarda yeni ürün formülasyonlarının geliştirilmesine katkı sağlanmasıdır. Bu araştırmada alanyazında gölevez ile ilgili yapılan araştırmalar doküman analizi ile incelenerek durum tespiti yapılmıştır. Gastronomi alanında geleneksel mutfak kültürlerinde patates gibi haşlanarak ya da kızartılarak tüketilmektedir. Glisemik indeksi beyaz patatese göre oldukça düşük olması sebebi ile özel diyet tedavisi gerektiren hastalar için alternatif olarak gösterilmektedir. Ayrıca sarma, çorba, salata, limonlu sulu yemek, etli yemek gibi tüketim şekilleri bulunmaktadır. Achu ve Poi dünyanın farklı ülkelerinde gölevez yumrusundan elde edilen ürünlerdendir. Gıda endüstrisinde patatese alternatif olarak cips üretiminde kullanılmaktadır. Gölevez unu nişasta ve musilaj madde içeriğinden dolayı keçiyoynuzu gamı (KBG), hidroksi metil selüloz (HMS) gibi ticari gamlar yerine su bağlayıcı, jelleştirici ve kalınlaştırıcı ajan olarak ilave edilmekte ve pasta, makarna, ekmek gibi fırıncılık ürünleri ile glutensiz formülasyonlarda tekstürün iyileştirilmesine katkı sağlamaktadır. Ayrıca çorbalar ve diğer ürünler için koyulaştırıcı olarak da kullanılmaktadır. Kolay sindirilebilir olması bebek maması formülasyonlarında yer bulmasına imkan vermektedir.

Anahtar Kelimeler: Gölevez, Gastronomi, Gıda Endüstrisi

As a Local Feature Taro's Place in Gastronomy and Food Industry

Betül YAPICI NANE

Toros Üniversitesi

betul.yapici@toros.edu.tr

Lec. Uğurcan METİN

Toros Üniversitesi

ugurcan.metin@toros.edu.tr

Adnan AYDIN

Toros Üniversitesi

adnan.aydin@toros.edu.tr

Gölevez is known as commonly "Taro" in tropical countries, it is along with called "kolokas, old cocoyam, eddoe or dasheen" according to the countries. It is grown in Mersin and Antalya in our country. Gölevez is rich in starch, dietary fiber, magnesium and potassium. It has medium energy, protein and vitamin content. Probiotic, antioxidant and anticarcinogenic effects have been reported. Since the processing and method are not known in our country, its consumption has been limited to the regions where it is grown. In this paper, the aim of this study is to increase the awareness of taro which is a high nutritional value and functional product outside the regions where it grows to provide information about its evaluation in gastronomy and food industry and to contribute to the development of new product formulations in these fields. In this research, the researches about taro in the literature

were examined by document analysis and a situation determination was made. In the field of gastronomy, it is consumed by boiling or frying like potatoes in traditional culinary cultures. Since its glycemic index is very low compared to white potatoes, it is shown as an alternative for those who require special diet treatment. In addition, there are consumption forms such as wrap, soup, salad, lemon water meal, meat meal. Achu and Poi are among the products obtained from taro tubers in different countries of the world. In the field of food industry, it is used in the production of chips in the Americas as an alternative to potatoes. Since its starch and mucilage content, taro flour is added as a water binder, gelling agent and thickening agent instead of commercial gums such as carob gum (KBG), hydroxy methyl cellulose (HMS), and contributes to the improvement of texture in bakery products such as pastry, pasta, bread and gluten-free formulations. It is also used as a thickener for soups and other products. Being easily digestible enables use in baby food formulations.

Keywords: Taro, Gastronomy, Food Industry

Gastronomik Bir Değer Olan Çorum Leblebisinin Ekolojik, Ekonomik, Kültürel ve İnsan Sağlığı Üzerine Etkilerinin Sistematik Derleme ve Meta Analiz Yöntemi ile İncelenmesi

Birsel Erbaş

İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları

Prof. Dr. Soner Şahin

İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, Tıp Fakültesi, Tıbbi Biyokimya Anabilim Dalı

Prof. Dr. Zeynep Birsu Çinçin

İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, Sağlık Ekosistemi

Leblebi, bol miktarda protein, karbonhidrat, lipit, lif ve mineral içeriği ile önemli bir baklagil ürünüdür. Yetiştiriciler çoğu zaman yeni çeşitler salmak için verime ve hastalık direnci kriterleri parametrelerine odaklanmıştır. Bununla birlikte, nohut birçok biyoaktif bileşiğe, temel vitaminlere ve minerallere sahiptir. Ayrıca, literatürde beslenme kalitesi ve miktarı yönüne odaklanan çalışma sayısı çok az sayıdadır. Bu çalışmanın amacı temel olarak kavrulmuş bezelyenin sağlıklı özelliklerle birleştirilmiş ekolojik, ekonomik ve beslenme profili etkilerini araştırmaya odaklanmaktadır. Bu çalışma, farklı araştırma disiplinlerindeki hem araştırma eğilimlerini hem de akademik ağları değerlendirmek için 2015'ten 2023'e kadar "Tarım ve Biyolojik Bilimler" alanında nohut için "sağlık", "ekolojik" ve "ekonomik" araştırmalara bibliyometrik bir genel bakış sunmaktadır. Scopus veritabanında arama yapmak için "nohut" ve "sağlık" olmak üzere iki anahtar kelime seçilmiştir. Her makale ve derleme yayın, konu alanı, dergi adı ve dergi kategorisi, yayın yılı ve ülke kategorisine göre kategorize edildi. Elde edilen verileri nicel ve nitel olarak analiz etmek için bibliyometrik göstergeler ve görselleştirme haritalarından yararlanılmıştır. Tarım ve biyoloji bilimleri alanında toplam 441 yayın tespit edilmiştir. Nohut ek anahtar kelimeleri ile leblebi ve nohutun sağlık ile kesiştiği 7 çalışma elde edilmiştir. İlgili anahtar kelimeler için en yaygın çalışma ortamının nohut tüketimi olduğu tespit edilmiştir. İnsan, hayvan ve tarım ile çevre sağlığından oluşan "Tek Sağlık" altında çalışmak, besin kaynaklı hastalık tedavisi sorunlarının çözümünde tek kalıcı ve etkili yaklaşım olabilir.

Investigation of The Effects of Çorum Chickpea: A Gastronomic Value, On Ecological, Economic, Cultural and Human Health by Systematic Compilation and Meta-Analysis

Birsel Erbaş

İstanbul Nişantaşı University, Graduate School of Gastronomy and Culinary Arts

Prof. Dr. Soner Şahin

İstanbul Nişantaşı University, Faculty of Medicine, Department of Medical Biochemistry

Prof. Dr. Zeynep Birsu Çinçin

İstanbul Nişantaşı University, The Health Ecosystem

Chickpeas are a significant legume crop with abundant proteins, carbohydrates, lipids, fibres, and mineral contents. Most of the time, breeders were focused on the yield and the disease resistance criteria parameters for releasing new varieties. However, chickpeas have many bioactive compounds, essential vitamins, and minerals. Also, little attention is given to the nutritional quality and quantity aspect. The objective of this study mainly focuses on investigating the ecological, economic and nutritional profile effects of roasted peas combined with healthy features. This study gives a bibliometric overview of studies of "health", "ecological" and 'economical' for chickpea in the field of "Agricultural and Biological Sciences" from 2015 to 2023 to assess both research trends and scholarly networks in diverse research disciplines. The two keywords of "chickpea" and "health" were selected to search in the Scopus database. Each review article was categorized into subject area, journal name, and quartile in category of the journal, the year of publication, and the country. Bibliometric indicators and visualization maps were utilized to analyse the retrieved data quantitatively and qualitatively. A total of 441 publications in the field of agricultural and biological sciences. With additional keywords of roast chickpea, 7 studies were obtained, respectively. Chickpea consumption was found to be the most common working environment for the related keywords Working under "One Health" consisting of human, animal and agriculture, and environmental health could be the only permanent and effective approach to solving nutrient-based disease treatment issues.

Yapay Zekâ Tabanlı Sohbet Robotları Aracılığıyla İzmir Mutfağı'nın Değerlendirilmesi

Arş. Gör. Buğcan Güvenol

İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü

Dr. Öğr. Üy. Simge Kömürcü Sarıbaş

İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü

Prof. Dr. Mehmet Emre Güler

İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü

Günümüzde Endüstri 4.0 ürünlerinden biri olan yapay zekâyâ dair ilgi ve talep her geçen gün artmaktadır. Yapay zekâ tabanlı uygulamalardan biri olan sohbet robotları ise birçok alanda kullanılabilme olanağı sunan ve bilgiye ulaşmada kolaylık sağlayan uygulamalardır. Yapay zekânın yanında, genelde gastronomi, özelde ise bir bölgenin veya bir şehrin mutfacı ile ilgili konular günümüzde ilgi çeken çalışma alanlarını oluşturmaktadır. Bu bağlamda araştırmanın amacı, yapay zekâ tabanlı sohbet robotlarından elde edilecek verilerle İzmir mutfacı hakkındaki görüşleri belirlemektir. Yapay zekâ uygulamaları, internet mecrası içinde bulunan ve büyük veri olarak da nitelendirilebilecek veriler aracılığıyla istenen konu ile ilgili derlemeler yapabilmektedir. Araştırmada, insanların internet mecrasına girmiş oldukları İzmir mutfacı ile ilgili veriler farklı sohbet robotlarından elde edilmeye çalışılmıştır. Literatür incelendiğinde sohbet robotları ile ilgili sınırlı sayıda araştırma bulunduğu, ancak belirli bir yerin mutfacı ile sohbet robotlarının bir arada ele alındığı herhangi bir araştırmaya rastlanılmadığı görülmektedir. Araştırmanın hem bu noktada hem de farklı sohbet robotlarından veri elde edilerek analiz yapılması noktasında mevcut literatüre veri elde etme yolu olarak katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Nitel araştırma yönteminin benimsendiği

araştırmada farklı sohbet robotlarına İzmir mutfağı ile ilgili sorular sorulmuştur. Elde edilen veriler MAXQDA nitel analiz programıyla kodlanarak içerik analiziyle yorumlanmış ve sonuçlar paylaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sohbet Robotu, Yapay Zekâ, Gastronomi, İzmir

Evaluation of İzmir Cuisine Through Artificial Intelligence-Based Chatbots

Res. Assist. Buğan Güvenol

İzmir Kâtip Çelebi University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management

Assist. Prof. Dr. Simge Kömürcü Sarıbaş

İzmir Kâtip Çelebi University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management

Prof. Dr. Mehmet Emre Güler

İzmir Kâtip Çelebi University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management

Today, the interest and demand for artificial intelligence, which is one of the Industry 4.0 products, is increasing day by day. Chatbots, one of the artificial intelligence-based applications, are applications that offer the opportunity to be used in many areas and facilitate access to information. In addition to artificial intelligence, topics related to gastronomy in general, and the cuisine of a region or a city in particular, constitute interesting study areas today. In this context, the research aims to determine the opinions about İzmir cuisine with the data to be obtained from artificial intelligence-based chatbots. Artificial intelligence applications can make compilations about the desired subject through the data on the internet, which can also be described as big data. In the research, data about İzmir cuisine, which people have entered on the internet, were tried to be obtained from different chatbots. When the literature is examined, it is seen that there is a limited number of researches on chatbots, but as far as seen there is no research that discusses the cuisine of a particular place and chatbots together. It is thought that the research will contribute to the existing literature as a way of obtaining data both at this point and at the point of analysis by obtaining data from different chatbots. In the research, in which the qualitative research method was adopted, different chatbots were asked questions about İzmir cuisine. The obtained data were coded with MAXQDA qualitative analysis program and interpreted with content analysis and the results were shared.

Keywords: Chatbot, Artificial Intelligence, Gastronomy, İzmir

Gastronomi Turizminde Güncel Yaklaşımlar

Öğr. Gör. Burak Bayrak (Sorumlu Yazar)

Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi

Dr. Öğr. Üy. Özcan Bulantekin

Doğubayazıt Meslek Yüksekokulu, Aşçılık Programı

Gastronomi turizmi anlam bakımından ele alındığında yiyecek ve içecek alanında yeni deneyimler kazanmak amacıyla yapılan bir turizm çeşidi olarak nitelendirilmektedir. Günümüzde teknolojinin yüksek artışının yarattığı olumsuzluklar nedeniyle geleneksel yöntemlere ve kültür etkilerini taşıyan gıdalara ulaşmakta güçlük çekilmektedir. Kültürel değerklerin kaybolma tehlikesi altına girmesi ile birlikte gelenek ve göreneklerin devamlılığını sağlamak için adımlar atılması zorunluluğu ortaya çıkmaktadır. Kültür öğeleri arasında yer alan yöresel yiyecek ve içecekler ile sunum tarzları dünya

genelinde ilgi çekerek merak uyandırmaya başlamıştır. Son zamanlarda kültür etkisi altında olan değerleri tanımak ve yaşatmak hedef alınarak yapılan faaliyetler, gastronomi turizmine olan ilgiyi artırarak yaygınlaşmasına katkıda bulunmuştur. Gastronomi turizmi üzerine yapılan çalışmalar incelendiğinde araştırmacıların farklı çıkarım ve gözlemleri olmaktadır. Bu çalışmalarda; Türkiye'yi ziyarete gelen yabancı turistlerin seyahat nedenlerinin başında ücretlerinin uygun düzeyde olması, Türk Mutfağını deneyimleme ve tanıma düşünceleri ve yabancı turistlerin yaşadıkları ülkelerine döndüklerinde çevrelerindeki bireylere Türk Mutfağı hakkında olumlu görüşler bahsettikleri sonuçlarına ulaşılmıştır. Yapılan çalışmalarda; Turizm sektöründe yer alan öğrenciler ve meslek çalışanlarına gastronomi turizmi hakkında gerekli eğitimlerin verilmesiyle gastronomi turizminin gelişimine katkı sağlanacağını ve Türkiye'de bulunan tüm bölgelerdeki etkin olarak yer alan yiyecek içecek işletmelerinin bölge bazında coğrafi stratejik konumlarına hakim olarak iyi bir şekilde değerlendirilmesi ile Türk Mutfağının dünya genelinde daha iyi tanıtılabileceği sonucuna varılmıştır. Bu sonuçlar gastronomi turizminin önemini ortaya koyarak bu alanda çalışmalara yoğunluk verilmesi gerektiğini göstermektedir. Bu çalışmanın amacı; gastronomi turizminde yenilikler ve güncel yaklaşımlar incelenerek ülkemiz açısından önemli bir yeri olan gastronomi turizminin daha fazla tanıtılması hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Gastronomi Turizmi, Türk Mutfağı, Kültür

Current Approaches in Gastronomic Tourism

Burak Bayrak (Corresponding Author)

Ağrı İbrahim Çeçen University

Assist. Prof. Dr. Özcan Bulantekin

Dogubayazıt Ahmedi Hani Vocational School, Department of Cookery

When gastronomic tourism is considered in terms of meaning, it is defined as a type of tourism made in order to gain new experiences in the field of food and beverage. Today, due to the negativities caused by the high increase in technology, it is difficult to reach traditional methods and foods with cultural influences. With the danger of loss of cultural values, it is necessary to take steps to ensure the continuity of traditions and customs. Local food and beverages and presentation styles ,which are among the cultural elements, have started to arouse curiosity by attracting attention around the world. The activities carried out with the aim of recognizing and keeping alive the values that have been under the influence of culture recently, have contributed to the spread of gastronomy tourism by increasing the interest. When the studies on gastronomy tourism are examined, researchers have different inferences and observations. In these studies; it has been concluded that the main reasons for the travel of foreign tourists visiting Turkey are the affordable prices, the thoughts of experiencing and getting to know Turkish Cuisine and the positive opinion of foreign tourists about Turkish Cuisine when they return to their countries of residence. In the studies carried out; It will contribute to the development of gastronomy tourism by providing the necessary trainings about gastronomy tourism to the students and professionals in the tourism sector and that the food and beverage businesses that are actively involved in all regions in Turkey are evaluated in a good way, with a good understanding of the geographical strategic location of the Turkish Cuisine throughout the world. It was concluded that it could be introduced better. These results show the importance of gastronomy tourism and show that studies in the field should be concentrated. The aim of this study; by examining innovations and current approaches in gastronomy tourism, it is aimed to promote gastronomy tourism, which has an important place for our country.

Keywords: Gastronomy, Gastronomy Tourism, Turkish Cuisine, Culture

Menüde Ne Var? Atıksız Bir Menü Olabilir Mi?

Burakhan Polat

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Soyhan Yılmaz

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Doç. Dr. Alper Kurnaz

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Turizm Fakültesi

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

Bu çalışma, gıdaya saygı, sıfır atık, karbon ayak izi, yerel üretici, yöresel ürünler ve kullanımı, fine-dining gibi kavramlar kapsamında dikkat çekici ve teşvik unsurları taşıyan bir menü oluşturma amacıyla yapılmıştır. Profesyonel ve ev mutfaklarında meydana gelen atık oranının son yıllarda artarak gündeme gelmesi gözlemlenebildiğinden dolayı atık kavramının yönetimi her sektörde olduğu gibi mutfak alanında da yönetilmesi gereken önemli bir sorun haline gelmiştir. Bu kavramın yönetimi kapsamında çeşitli çalışmalar yapılmış ve akım niteliği taşıyan yeni uygulama alanları meydana gelmiştir. Bu uygulama alanlarına örnek verilmesi gerektiğinde önde gelen kavram olarak sıfır atık uygulamaları örneği verilebilir. Bu bağlamda çalışmanın önemi, geliştirilen menünün sektörde ve literatürde yapılmış aynı zamanda yapılacak olan sıfır atık çalışmalarına önemli bir katkı ve örnek olacağı şeklinde yorumlanabilir. Çalışma, yerel üreticilerin oluşturduğu, geleneksel pazarın bünyesinde bulundurduğu ürünlerden faydalanılarak sıfır atık kapsamında geliştirilmiş atıksız bir menüden oluşmaktadır. Menü uygulandığında, planlama aşamasında ortaya koyulan iddia bağlamında minimum düzeyde karbon ayak izi bırakılarak tedarik edilmiş ürünlerden maksimum verim alınarak başarıyla uygulandığı gözlemlenmiştir. Menü için tedarik edilmiş bütün gıda ürünlerinin işlenmesi sonucu meydana gelebilecek potansiyel her türlü atık menü dahilinde değerlendirilmiş olup birbiri ile ilişkili 4 adet tabakta özgün ürünler geliştirilmiştir. Bu 4 ürün sıfır atık menü uygulamaları kapsamında kendi içinde dönüşen ve atıksız bir menü olarak gerçekleştirilmiştir. Çalışma derleme bir çalışma olup literatüre ve ilgili sektör paydaşlarına katkı sağlanacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Atıksız Menü, Sıfır Atık, Ürün Geliştirme

Yerel Tatların Alternatif Turizm Çeşidi Olarak Gastronomi Turizmine Etkisi: Trabzon Örneği

Büşra Göç

Aksaray Üniversitesi, Turizm Rehberliği, Yüksek Lisans Öğrencisi, Aksaray, Türkiye

Prof. Dr. Esin Özkan

Aksaray Üniversitesi, Turizm Rehberliği, Prof. Dr., Aksaray, Türkiye

Bir destinasyonun tanıtımında ve markalaşmasında yörenin yerel kimliğini yansıtan mutfak kültürü ve yerel tatları önemli bir rol oynamaktadır. Bölgenin sahip olduğu gastronomik unsurların tanıtılıp pazarlanması şehrin turizm potansiyeline doğrudan etki etmektedir. Trabzon doğal güzellikleri ile ön planda olan bir şehir olup, gastronomi amaçlı gerçekleştirilen ziyaretlerin az olduğu bilinmektedir. Trabzon ilinin mutfak kültürü ve yöresel tatları şehri ziyaret eden yerli ve yabancı turistler için bölge tanıtımında önemli bir etkidir. Bu çalışmada Trabzon mutfağının alternatif turizm çeşidi olarak gastronomi turizmi açısından önemi ve şehrin gastronomi turizmi potansiyeli araştırılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Yerel tatlar, Gastronomi turizmi, Trabzon mutfacı, Alternatif Turizm

The Effect of Local Tastes as an Alternative Tourism Type on Gastronomy Tourism: The Case of Trabzon

Büşra Göç

Aksaray University, Tourist Guiding, Graduate Student, Aksaray, Türkiye,

Prof. Dr. Esin Özkan

Aksaray University, Tourist Guiding, Prof. Dr. Aksaray, Türkiye

Culinary culture and local tastes that reflect the local identity of the region play an important role in the promotion and branding of a destination. The promotion and marketing of the gastronomic values of the region directly affects the tourism potential of the city. Trabzon is a city that is at the forefront with its natural beauties, and it is known that visits for gastronomy purposes are quite low. The culinary culture and local tastes of Trabzon are important factors in the promotion of the region for local and foreign tourists visiting the city. In this study, the importance of Trabzon cuisine in terms of gastronomy tourism as an alternative tourism type and the gastronomic tourism potential of the city were investigated.

Keywords: Local food, Gastronomy Tourism, Trabzon Cuisine, Alternative Tourism

Coğrafi İşaretli (Cİ) Ürünlerin Sürdürülebilir Tutum Üzerindeki Rolü: Cİ Farkındalığı, Z

Kuşağının Satın Alma Davranışını Nasıl Teşvik Ediyor?

Dr. Öğr. Üy. Çağla Çavuşoğlu McKenzie

Turizm Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi,

Antalya Bilim Üniversitesi

Dr. Öğr. Üy. Caner Ünal

Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği

Antalya Bilim Üniversitesi

Kırsal turizm destinasyonlarında “coğrafi işaretli” (Cİ) ürünlerin popülerliği artmaktadır. Bugüne kadarki mevcut alanyazında Cİ’lerle ilgili nicel çalışmaların sayısı sınırlı kalırken, nitel çalışmaların daha ağırlıklı olduğu görülmektedir. Çalışmanın bulguları, bu bağlamda, kırsal turizm literatüründeki eksikliğe ışık tutarak, kırsal alanlarda coğrafi işaretler yardımıyla yerel ve sürdürülebilir turizm stratejilerinin daha verimli bir şekilde geliştirmesi için gereken konuları belirlemeye yardımcı olabilir. Bu araştırma, Z kuşağının Cİ farkındalığının, tüketim niyetlerini nasıl etkilediğini ve satın alma davranışları aracılığıyla sürdürülebilir tutumlarını nasıl şekillendirdiğini incelemektedir. Turizm endüstrisinin geleceğinin, yeni nesillerin turizmle ilgili deneyimleriyle belirlenmesi göz önünde bulundurulduğunda, onların kültür ve turizme yönelik tutum ve davranışlarının anlaşılması oldukça önemlidir. Bu bilgiler ışığında, bu çalışmanın örneklemi turizm işletmeciliği ve gastronomi ve mutfak sanatları lisans öğrencileri –oluşturmuştur. Bu çalışma kapsamında amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmış ve veriler Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM) kullanılarak analiz edilmiştir. Dağıtılan toplam 400 anketten 300’ü geçerli sayılmış, %75 oranında yanıt oranına ulaşılmıştır. YEM’den elde edilen sonuçlar, Z Kuşağının Cİ’lere ilişkin farkındalığının tüketim niyetiyle pozitif ilişkili olduğunu ve bunun da Z Kuşağının satın alma davranışları aracılığıyla sürdürülebilir tutumlarını pozitif yönde etkilediğini göstermiştir. Bu araştırmanın iki önemli katkısı şöyle özetlenebilir: (1)Kırsal turizm literatürüne coğrafi işaretlerin Z kuşağının bakış açısından dahil edilmesi. (2)Otelcilik ve turizm

disiplininde uzmanlaşmış akademisyenler ve kırsal turizm geliştirme stratejistleri için uygulanabilir faydalı bilgilerin sağlanmasıdır.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi işaretli ürünler, farkındalık, sürdürülebilir tutum, tüketim niyeti, satın alma davranışı

Geographical Indication (GI) Products' role in sustainable attitude: How does GI awareness promote Gen Z's purchasing behavior?

Assist. Prof. Dr. Çağla Çavuşoğlu McKenzie

Applied Tourism Studies and Research Center,
Antalya Bilim University, Türkiye

Assist. Prof. Dr. Caner Ünal

School of Tourism, Tourism Management
Antalya Bilim University, Türkiye

Products with “geographic indications” (GIs) are gaining popularity in rural tourist destinations. To date, however, quantitative empirical studies are still rare in the existing literature, in contrast to the extensive coverage of qualitative studies of GIs. The findings of this study, therefore, shed light on the gap in the rural tourism literature and may help identify issues that need to be addressed to develop local and sustainable tourism strategies more efficiently with the help of GIs in rural areas. This research investigates how Gen Z's GI awareness affects their consumption intentions and shapes their sustainable attitudes through their purchasing behaviour. Given that the future of the tourism industry is defined by the next generation's tourism-related experiences, it is essential to understand their culture and tourism-oriented attitudes and behaviours. Bearing these in mind, the samples in this study were undergraduates majoring in tourism management, and gastronomy and culinary arts. Purposive sampling was conducted, and data were analysed utilising Structural Equation Modelling (SEM). From a total of 400 surveys distributed, 300 valid replies were obtained, yielding a total response rate of 75%. Results from a SEM indicated that Gen Z's awareness of GIs was positively related to their consumption intention, which positively affected Gen Z's sustainable attitudes through their purchasing behaviour. This paper claims two significant contributions: (1) Incorporating GIs into the rural tourism literature from Gen Z's perspectives. (2) Revealing practical and valuable insights for the academics specialising in the hospitality and tourism discipline as well as for the rural tourism development strategists.

Keywords: Products with geographical indications, awareness, sustainable attitude, consumption intention, purchasing behaviour

Günümüz Mutfak Kültürü Güneydoğu Anadolu Bölgesi

Didem Bayrak

Ordu Üniversitesi Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları

Ezgi Eter

Ordu Üniversitesi Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları

Ayla Nur Çakıroğlu

Ordu Üniversitesi Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları

Dr. Öğr. Üy. Mehmet Kabacık

Ordu Üniversitesi Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları

Yapılan araştırma Güneydoğu Anadolu bölgesinin yemek kültürünü temel almaktadır. Güneydoğu Anadolu bölgesi, tarihi ve coğrafi konumu açısından köklü bir geçmişe sahiptir ve bu köklü geçmişin kültürel mirası, bölgenin yemeklerine de yansımaktadır. Veri toplama yöntemi olarak nitel araştırma yöntemi olan doküman inceleme analizi tercih edilmiştir. Bu yöntem, araştırılması amaçlanan konu ile ilgili bilgileri barındıran yazılı materyallerin analiz yöntemi olarak kullanılmaktadır. Bölgenin iklimi, tarım ürünleri ve yerel kaynakları mutfak kültürüne etki etmektedir. Bölgenin mutfak kültürünün temelini et yemekleri, buğday, bulgur gibi bakliyatlar ve süt ürünleri oluşturmaktadır. Güneydoğu Anadolu Bölgesi, Türkiye'nin kültürel zenginliklerinden birine sahip olan ritüelleri ve mutfak kültürleriyle de dikkat çekmektedir. Bölge, yerel gelenek ve göreneklere bağlılık gösteren ritüelleriyle tanınmaktadır. Özellikle düğünler, bayramlar ve özel günlerde yaşanan geleneksel törenler, bölgeye ait mutfak kültürü ve geleneksel yapısı hakkında bilgi vermektedir. Bu çalışmanın amacı, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin zengin mutfak kültürünü, sofrada adabını, ritüellerini, geçiş dönemlerini ve öğünlerini tanıtmak, bu bölgenin yemek kültürünün tarihi, coğrafi ve kültürel özelliklerini ele almak ve okuyuculara bölgenin benzersiz yemek kültürünü anlatarak, bu kültürün korunması ve gelecek nesillere aktarılması için farkındalık oluşturmaktır. Bu araştırma Güneydoğu Anadolu bölgesinin mutfak kültürü ve yeme içme alışkanlıklarının incelenmesi ve bölgenin kültürel zenginliklerinin tanıtılması açısından önemlidir.

Anahtar Kelime: Güneydoğu Anadolu, Mutfak Kültürü, Geçiş Dönemleri, Ritüeller.

The study focuses on the cuisine of the Southeastern Anatolia region, which has a rich historical and geographical background. The cultural heritage stemming from this deep-rooted history is also reflected in the region's culinary traditions. Qualitative research, specifically document analysis, was chosen as the data collection method. This method involves analyzing written materials containing information relevant to the research topic. The region's climate, agricultural products, and local resources have a significant impact on its culinary culture. Meat dishes, grains like wheat and bulgur, and dairy products form the fundamental components of the region's cuisine. Southeastern Anatolia stands out for its cultural richness, including its rituals and culinary customs, which are deeply rooted in local traditions. Traditional ceremonies, particularly during weddings, holidays, and special occasions, provide valuable insights into the region's culinary culture and its traditional structure. The aim of this study is to introduce the diverse culinary culture, table manners, rituals, transitional periods, and meals of the Southeastern Anatolia region. It seeks to explore the historical, geographical, and cultural aspects of its culinary heritage and create awareness among readers by sharing the region's unique culinary traditions. The preservation and transmission of this cultural heritage to future generations are among the primary objectives. This research is significant for examining the culinary culture and dining habits of the Southeastern Anatolia region while showcasing its cultural richness.

Keywords: Southeastern Anatolia, Cuisine Culture, Transition Periods, Rituals.

Dışarıda Yemek Yemenin İnsan Sağlığına Yönelik Algıları

Duygu Yönel

Kırklareli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

Dr. Öğr. Üy. Mustafa Kesici
Kırklareli Üniversitesi, Turizm Fakültesi

Artan kentleşme süreci, kadınların iş gücüne daha aktif katılımı, evde yemek hazırlamak için kısıtlı zaman olması gibi sebeplerin bir sonucu olarak dışarıda yemek yeme, birçok insan için yaygın bir gerçeklik haline gelmiştir. Dışarıda yemek yemenin, evde yemek hazırlamadan daha pratik olması ve giderek daha fazla seçeneğin sunulması, dışarıda yemek yeme alışkanlığını arttırmış ve bu artış ile birlikte ev dışı hazırlanmış yemeklerin tüketiminden kaynaklı sağlık problemleri de varlığını göstermiştir. Birçok gastronomi tanımlarında vurgulanan sağlık boyutu dikkate alındığında dışarıda yemek yeme ve sağlık kavramı iç içe geçmiştir. Ek olarak, restoranlar ilk kurulduklarında sağlığın yerine getirildiği, şifa bulunduğu yerler olarak bilinmektedir. Ancak, günümüzde restoranlarda sağlıklı yemek sunulamayacağı üzerine bir algı oluştuğu görülmektedir. Tam olarak bu sebeplerle bu çalışmanın amacı, bu algının ne derece doğru olup olmadığını anlamaya ve hangi açılardan sağlıklı ilişkilendirildiğini temalandırmaya yöneliktir. Bu amaca yönelik çalışmada yöntem olarak nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiş, araştırma deseni olarak ise fenomenoloji kullanılmıştır. Araştırma kümesi çift aşamalı olarak ölçüt ve kartopu örnekleme yöntemleriyle saptanmıştır. İzmir’de yaşayan 21 farklı kaynak kişi ile yarı-yapılandırılmış sorular kullanılarak yüz yüze mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda elde edilen veriler içerik analizi yöntemi ile betimlenmiştir. Sonuçlar incelendiğinde ev dışında hazırlanan yemeğin sağlıklı olarak nitelendirilmesi için en dikkat çeken kategorizasyonun hijyenik anlamında temiz olma durumu ile ilgilidir. Ev dışında yemek söz konusu olduğunda birçok kaynak kişinin bu iki kavramı (sağlıklı ve temiz) birbiri ile eş anlamlı olarak kullandığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Dışarıda Yemek, Sağlık, Yemek, Mutfak, Restoran

Perceptions of Eating Out on Human Health

Duygu Yönel

Kırklareli University, Institute of Social Sciences

Assist. Prof. Dr. Mustafa Kesici

Kırklareli University, Faculty of Tourism

Eating out has become a common reality for many people as a result of the increasing urbanization process, more active participation of women in the workforce, and limited time to prepare meals at home. In addition, the fact that eating out is more practical than preparing meals at home, and more and more food options are offered, has also increased the habit of eating out. Along with this increase, health problems caused by the consumption of food prepared outside the home have also been observed. Considering the health dimension emphasized in many gastronomic definitions, the concept of eating out and health are intertwined. In addition, restaurants are known as places where health is fulfilled and healing is found when they are first established. However, nowadays it is seen that there is a perception that healthy food cannot be served in restaurants. Exactly for these reasons, the aim of this study is to understand how accurate this perception is and to thematize in which aspects it is associated with health. For this purpose, a qualitative research approach was adopted as a method, and phenomenology was used as a research design. The research cluster was determined by criterion and snowball sampling methods as a two-stage sampling method. Face-to-face interviews were conducted using semi-structured questions with 21 people living in İzmir. The data were analyzed by a content analysis method. When the results are examined, the most striking categorization for the healthy characterization of the food prepared outside the home is related to the state of being clean in the

hygienic sense. It has been observed that many people in the sample group use these two concepts (healthy and clean) synonymously when it comes to eating out.

Keywords: Eating Out, Healthy Food, Culinary, Restaurant

Fizyoterapi Uygulamalarının Turizm Çalışanları İçin Önemi

Eda ÖZGÜNEYLİOĞLU

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Dr. Öğr. Üy. Fulden Nuray KÜÇÜKERGİN

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Turizm sektörü, dünya genelinde büyük bir ekonomik değere sahip ve insanlarla sürekli etkileşimde olan bir alandır. Bu sürekli hareket ve etkileşim, turizm çalışanlarının beden ve zihin sağlığı üzerinde stres ve yorgunluğa neden olabilmektedir. Bu nedenle, fizyoterapi uygulamalarının turizm çalışanları için önemi büyüktür. Fizyoterapi, kas-iskelet sistemi, sinir sistemi ve dolaşım sistemi üzerindeki problemleri önlemeye ve tedavi etmeye yönelik uygulamaları içeren bir sağlık disiplini. Turizm çalışanlarının yaşayabileceği çeşitli fiziksel ve zihinsel sorunlara karşı etkili bir çözüm sunar. Turizm sektörü çalışanları, fiziksel olarak zorlu ve yorucu işler yapmaktadır. Uzun süre ayakta kalmak, sürekli hareket etmek ve ağır yükler taşımak, kas-iskelet sistemi üzerinde olumsuz etkiler bırakabilmektedir. Fizyoterapi, bu tür sorunların önlenmesinde ve hafifletilmesinde büyük rol oynar. Özellikle düzenli egzersiz programları, çalışanların kas gücünü ve esnekliğini artırarak sakatlanma riskini azaltmaktadır. Ayrıca, turizm çalışanları yoğun stres ve duygusal yük altında olduğundan, bu durum fiziksel sağlık üzerinde de olumsuz etkiler yaratır. Fizyoterapi, stres ve gerginliği azaltmaya yönelik gevşeme ve nefes egzersizleriyle çalışanların zihinsel sağlığını destekleyerek daha mutlu ve sağlıklı bir çalışma ortamı yaratır. Bu durum, turizm sektörünün sürdürülebilirliği ve başarısı için de büyük önem taşır. Bu çalışma kapsamında, turizm sektöründe çalışanların fizyoterapiye erişimi ve bu uygulamalara düzenli olarak katılımı, sektörün sağlık düzeyinin ve sürdürülebilirliğinin güçlendirilmesine katkı sağlayacağı göz önünde bulundurularak, fizyoterapi uygulamalarının turizm çalışanları için önemi, bedensel ve zihinsel sağlığı koruyarak, iş verimliliğini ve yaşam kalitesini artırmak için öneriler geliştirilecektir.

Anahtar kelimeler: fizyoterapi, turizm çalışanları için fizyoterapi uygulamaları

The Importance of Physiotherapy Practices for Tourism Employees

Eda ÖZGÜNEYLİOĞLU

Ankara Hacı Bayram Veli University

Assist. Prof. Dr. Fulden Nuray KÜÇÜKERGİN

Ankara Hacı Bayram Veli University

The tourism sector is a field that has great economic value worldwide and is in constant interaction with people. This constant movement and interaction can cause stress and fatigue in the physical and mental health of tourism workers. Thus, physiotherapy practices are of great importance for tourism workers. Physiotherapy is a health discipline that includes practices aimed at preventing and treating problems in the musculoskeletal system, nervous system, and circulatory system. It offers an effective solution to various physical and mental problems that tourism workers may experience. Tourism sector employees perform physically demanding and strenuous work. Standing for long periods of time, constantly moving, and carrying heavy loads can have negative effects on the musculoskeletal

system. Physiotherapy plays a major role in preventing and alleviating such problems. In particular, regular exercise programs reduce the risk of injury by increasing muscle strength and flexibility. Besides, tourism workers are under intense stress and emotional strain, which can have a negative impact on physical health. Physiotherapy creates a happier and healthier working environment by supporting employees' mental health through relaxation and breathing exercises to reduce stress and tension. This is of great importance for the sustainability and success of the tourism sector. Within the scope of this study, the importance of physiotherapy applications for tourism workers, the importance of physiotherapy applications for tourism workers, and recommendations will be developed to increase work efficiency and quality of life by protecting physical and mental health, taking into account that access to physiotherapy and regular participation in these applications will contribute to strengthening the health level and sustainability of the sector.

Keywords: physiotherapy, physiotherapy applications for tourism employees

Turizm Sektöründe Toplumsal Cinsiyet Eşitliği: Turizmde Kadın Yöneticiler

Emine BALCI

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Dr. Öğr. Üy. Fulden Nuray KÜÇÜKERGİN

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Kadınların liderlik rolleri son yıllarda giderek daha fazla tartışılan bir konu haline gelmiştir. Kadınlar birçok alanda önemli ilerlemeler kaydetmiş olsalar da özellikle turizm sektöründe yönetici pozisyonlarında yeterince temsil edilmemektedirler. Bu çalışmada, kadınların turizm sektöründe karşılaştıkları engeller ve bunların üstesinden gelmek için ne gibi çabalar gösterilebileceği ele alınacaktır. Turizm sektöründe kadınlar için en önemli engellerden biri, liderlik pozisyonlarının büyük ölçüde erkeklere ayrılmış olduğu varsayımdır. Kadınların üst düzey yönetim pozisyonlarında yer almaması bu görüşü pekiştirmekte ve kadınları liderlik pozisyonlarına talip olmaktan caydırabilmektedir. Ayrıca, liderlik pozisyonundaki kadınlar, daha az yetenekli olarak görülmek veya ev işlerine işlerinden daha fazla öncelik vermelerinin beklenmesi gibi önyargılarla karşılaşabilirler. Bir diğer sorun da ağ kurma ve mentorluk olanaklarının eksikliğidir. Ağ kurma ve mentorluk pek çok meslekte iş geliştirme için çok önemli araçlardır, ancak kadınlar cinsiyetleri veya bağlantılarının olmaması nedeniyle bu fırsatlardan dışlanabilmektedir. Bu da mesleki gelişim ve terfi olanaklarını kısıtlayabilmektedir. Kadınların iş yerlerinde karşılaştığı önyargı ve ayrımcılığı düzeltme noktasında işletmeler bilinçsiz önyargılar konusunda eğitim verebilir ve bu sorunlarla mücadelede yardımcı olmak için kapsayıcı liderlik uygulamalarını teşvik edebilir. Ayrıca, esnek çalışma düzenlemeleri ve ebeveyn izni gibi politikalar, liderlik rolündeki kadınları desteklemeye ve iş ve aile sorumluluklarını dengelemelerine yardımcı olabilir. Turizm sektörü de bu adımları atarak kadınların liderlik pozisyonlarına yükselmek ve sektörün başarısına katkıda bulunmak için eşit fırsatlara sahip olmalarını sağlayabilir.

Anahtar kelimeler: toplumsal cinsiyet eşitliği, kadın yöneticiler, kadın liderliği

Gender Equality in Tourism Sector: Women Managers in Tourism

Emine BALCI

Ankara Hacı Bayram Veli University

Assist. Prof. Dr. Fulden Nuray KÜÇÜKERGİN

Ankara Hacı Bayram Veli University

The leadership roles of the women have become an increasingly debated topic in the recent years. Although the women have made significant progress in many areas, they are not sufficiently represented in managerial positions, especially in the tourism sector. In this study, the obstacles that women face in the tourism sector and what efforts can be made to overcome them will be discussed. One of the major barriers for women in the tourism industry is the assumption that leadership positions are largely reserved for the man. The absence of the women in senior management positions are largely reserved for the men. The absence of the women from seeking leadership positions. In addition, the women in the leadership positions may face prejudices such as being seen as less capable or expected to prioritize housework over the work. Another problem is the lack of networking and mentoring opportunities. Networking And mentoring are essential tools for the business development. In many professions, but the woman may be excluded from these opportunities because of their gender or lack of connection. This can limit professional development and promotion opportunities. To correct the prejudice and discrimination that the woman fails in the workplace, businesses can train on unconscious biases and promote inclusive leadership practices to help combat these issues. In addition, policies such as flexible working, arrangements and parental leave can help support the woman in leadership roles and balance work and family responsibilities. By taking these steps, the tourism sector can ensure that the women have equal opportunities to rise to leadership positions and contribute to the success of the sector.

Keywords: gender equality, women managers, women leadership

Turizm ve Yapay Zeka İlişkisi: Gastronomi Alanındaki Yapay Zeka Uygulamaları Üzerine Bir Analiz

Öğr. Gör. Erdal Oral

Ege Üniversitesi, Çeşme Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü

Yapay zeka, insan benzeri düşünme ve öğrenme biçimlerini taklit etmek amacıyla tasarlanmış olan büyük veri setleri ile çalışan bir bilgisayar sistemidir. Bu bilgisayar sistemleri temel olarak veriyi analiz eder, veriyi öğrenme süreçlerinde kullanır ve gelecekte verilecek kararlar için bu öğrenmeleri yol gösterir. Derin öğrenme ve makine öğrenmesi adı verilen teknikler aracılığıyla çalışan yapay zeka sistemleri zamanla daha iyi ve daha doğru sonuçlar üretir hale gelmiş, dolayısıyla da sağlık, finans, enerji, tarım ve ulaşım gibi birçok sektörde yapay zeka uygulamaları etkin bir biçimde kullanılmaya başlanmıştır. Turizm sektörü de yapay zeka uygulamalarının yoğun bir biçimde kullanılmaya başladığı alanlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Rezervasyon hizmetleri, konaklama hizmetleri, rehberlik, destinasyona yönelik uygulamalar yapay zeka uygulamalarının kullanıldığı önemli turizm alanlarıdır. Son zamanlarda yapay zeka uygulamalarının sıklıkla kullanıldığı bir turizm alanı ise gastronomidir. Bu çalışmada gastronomi alanında son iki yılda kullanılmaya başlanan yapay zeka uygulamalarına yer verilecektir. Çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılacaktır. Veriler tematik yöntemiyle analiz edilerek gastronomi alanındaki yapay zeka uygulamalarının betimlenmesi yapılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, yapay zeka uygulamaları, gastronomi

Tourism and Artificial Intelligence Relationship: An Analysis on Artificial Intelligence Applications in Gastronomy

Lect. Erdal Oral

Ege Üniversitesi, Çeşme Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü

Artificial intelligence is a computer system that works with large data sets designed to mimic human-like ways of thinking and learning. These computer systems basically analyze the data, use the data in learning processes, and use this learning to guide future decisions. Artificial intelligence systems, which work through techniques called deep learning and machine learning, have become better and more accurate over time, so artificial intelligence applications have started to be used effectively in many sectors such as health, finance, energy, agriculture, and transportation. The tourism sector is one of the areas where artificial intelligence applications are used. Reservation services, accommodation services, guidance, and destination-oriented applications are important tourism areas where artificial intelligence applications are used. One area of tourism where artificial intelligence applications have been frequently used recently is gastronomy. In this study, artificial intelligence applications that have started to be used in the field of gastronomy in the last two years will be included. The qualitative research method will be used in the study. The data will be analyzed thematically, and artificial intelligence applications in the field of gastronomy will be described.

Keywords: Tourism, AI Apps, Gastronomy

Yeni Beslenme Eğilimleri Kapsamında Selçuklu Mutfağının İncelenmesi

Arş. Gör. Dr. Ezgi Atik

Pamukkale Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

Arş. Gör. Dr. Emre Atik

Pamukkale Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü

Kişiler için beslenme, fizyolojik bir gereksinim olmanın yanında kişilerin yaşadıkları toplumların yapısına, kişisel özelliklerine veya eğilimlerine göre şekillenmektedir. Küreselleşme ile artan refah düzeyi, eğitim seviyesindeki yükselme, toplumsal sorunlara yönelik farkındalık ve azalan fiziksel hareket, günümüzde insanları sağlıklı ve bilinçli beslenmeye yönlendirmiştir. Bu doğrultuda yeni beslenme eğilimleri olarak adlandırılabilir pek çok beslenme şekli ortaya çıkmıştır. Kültür ve beslenme ilişkisi kapsamında kişilerin yaşadıkları toplumun mutfak kültüründen etkilendikleri ve aynı zamanda bu kültürü etkiledikleri bilinmektedir. Ek olarak, geçmişten bugüne aktarılan farklı mutfak kültürleri ile günümüz beslenme akımları birtakım unsurlar bakımından benzeşmektedir. Bu bağlamda, zengin bir içeriğe sahip olan Türk mutfak kültürü, geçmişten bugüne coğrafi koşullar, göçler ve ekonomik koşullara bağlı olarak gelişim ve değişim göstermiştir. Türk mutfak kültürünü şekillendiren önemli dönemlerden biri Selçuklu Dönemidir. Yapılan bu çalışmanın amacı, Selçuklu Mutfağından günümüze gelen yemekleri ve bu yemeklerin içeriklerini yeni beslenme eğilimleri kapsamında incelemektir. Bu amaç doğrultusunda yapılan çalışmada dokümantasyon tekniğinden yararlanılmış, Selçuklu Mutfağı yemeklerinin yer aldığı beş kaynak araştırmaya dahil edilmiş ve bu kaynaklarda yer alan yemeklerin içerikleri incelenmiştir. Çorbalar, ara yemekler, ziyafet yemekleri ve

tatlılar olmak üzere 4 kategoride toplam 61 yemek belirlenerek araştırmaya dahil edilmiştir. Yapılan çalışma sonucunda, araştırmaya dahil edilen Selçuklu mutfağı yemeklerinden özellikle tatlıların vejetaryen beslenmeye, ziyafet yemeklerinin ise glutensiz beslenmeye uygun olduğu tespit edilmiştir. Yapılan çalışma, günümüzde güncel beslenme akımlarının toplumların kültürleri ile ilişkili olduğunu göstermesi bakımından önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Beslenme, Yeni Beslenme Eğilimleri, Beslenme ve Kültür, Selçuklu Mutfacı.

Investigation of Seljuk Cuisine in the Context of New Nutrition Trends

Res. Assist. Dr. Ezgi Atik

Pamukkale University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts

Res. Assist. Dr. Emre Atik

Pamukkale University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management

Nutrition for people, besides being a physiological need, is shaped according to the structure of the societies in which people live, their personal characteristics or tendencies. Globalization, increasing education level, awareness of social problems and decreasing physical activity have led people to healthy and conscious nutrition today. In this direction, many types of nutrition that can be called “new nutrition trends” have emerged. It is known that people are affected by the culinary culture of the society they live in and at the same time they affect this culture within the scope of the relationship between culture and nutrition. In addition, different culinary cultures have been transferred from the past to the present, and today's nutrition trends are similar in some aspects. In this context, Turkish cuisine culture, which has a rich content, has developed and changed from past to present depending on geographical conditions, migrations and economic conditions. The Seljuk Period is one of the important periods that shaped Turkish culinary culture. The aim of this study is to examine the dishes from the Seljuk Cuisine and the contents of these dishes within the scope of new nutrition trends. For this purpose, the documentation technique was used in the study, five sources containing Seljuk Cuisine dishes were included in the research, and the contents of the dishes in these sources were examined. A total of 61 dishes were determined and included in the study in four categories: soups, snacks, banquet meals and desserts. The study found that the Seljuk cuisine dishes included in the research, especially desserts, are suitable for vegetarian nutrition and banquet meals are suitable for gluten-free nutrition. The study is important in terms of showing that today's current nutritional trends are related to the cultures of societies.

Keywords: Nutrition, New Nutrition Trends, Nutrition and Culture, Seljuk Cuisine.

Sivas Yerel Halkının Turizm Gelişimine Yönelik Tutumlarının, Yer Bağlılığı ve Turizm Etkileri Açısından İncelenmesi

Arş. Gör. Furkan Atasoy KARACABEY

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, furkankaracabey@cumhuriyet.edu.tr

Doç. Dr. Emrullah ERUL

İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, emrullah.erul@ikcu.edu.tr

Bu araştırma, yer kimliği ve yer bağlılığı gibi yer aidiyetliliği faktörlerinin, az gelişmiş

destinasyonlarda sürdürülebilir turizm gelişimi için yerel halk desteğini şekillendirmedeki önemine ışık tutmayı amaçlamaktadır. Daha önceki çalışmalar turizm gelişimi konusundaki yerel halk tutumlarını araştırmış olsa da, bu tutumların şekillenmesinde yer aidiyetliliği faktörlerinin etkisinin yeterince incelenmediği düşünülmektedir. Çalışma, turizm açısından az gelişmiş bir destinasyon olarak sayılan Sivas'ta, yerel halktan oluşan 450 bireye anket uygulanarak gerçekleştirilmiştir. Yanıtlar, faktör analizi ve yapısal eşitlik modellemesi kullanılarak analiz edilmiştir. Sonuçlar, yer kimliğinin yerel halkın turizm gelişimine yönelik niyetlerini önemli ölçüde etkilediğini, yer bağlılığının ise etkilemediğini ortaya koymuştur. Araştırma ayrıca, yer aidiyetliliği faktörlerinin destinasyonda turizmin olumlu ve olumsuz etkileri ile ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, niyet ile turizm gelişimi için destek arasında pozitif bir ilişki olduğu saptanmıştır. Bu bilgiler, sürdürülebilir kalkınmayı teşvik etmek ve yerel halkın desteğini kazanmak açısından turizm endüstrisi için önemli sonuçlar doğurmaktadır. Çalışma, az gelişmiş destinasyonlarda özellikle yer aidiyetliliği faktörlerinin yerel halk desteğini şekillendirmedeki kritik rolüne vurgu yaparak, yerel halkın turizm gelişimine yönelik tutumlarına ilişkin mevcut literatüre katkı sağlamaktadır.

Anahtar kelimeler: Yerel halk, yer aidiyetliliği, turizm etkileri, niyet, destek

Investigating the Relationship Between Place Attachment and Tourism Impacts to Understand Sivas Residents' Attitudes Towards Tourism Development

Res. Assist. Furkan Atasoy KARACABEY

Sivas Cumhuriyet University, furkankaracabey@cumhuriyet.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Emrullah ERUL

İzmir Kâtip Celebi University, emrullah.erul@ikcu.edu.tr

This research paper aims to shed light on the importance of place attachment factors, specifically place identity and place dependence, in shaping resident support for sustainable tourism development in less developed destinations. While previous studies have explored residents' attitudes towards tourism development, the influence of place attachment factors on these attitudes has been under-examined. The study conducted a survey of 450 community members in Sivas, a less developed tourism destination, and analyzed the responses using factor analysis and structural equation modelling. The results showed that place identity significantly influences residents' intentions towards tourism development, while place dependence does not. The study also revealed that place attachment is linked to both positive and negative impacts of tourism on the destination. Moreover, the research found a positive correlation between intention and support for tourism development. These insights have important implications for the tourism industry in terms of promoting sustainable development and gaining resident support. The study contributes to the existing literature on resident attitudes towards tourism development by emphasizing the crucial role of place attachment factors in shaping resident support, particularly in less developed destinations.

Keywords: Resident, place attachment, impacts of tourism, intention, support

Exploring UNESCO's Creative Cities of Gastronomy: An Instagram Analysis

Res. Assist. Furkan Atasoy KARACABEY

Sivas Cumhuriyet University, furkankaracabey@cumhuriyet.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Gülşah AKKUŞ

This study analyzes written and visual content on Instagram accounts of gastronomy cities selected by UNESCO, aiming to provide insights for destination and social media managers regarding destination marketing. The study employs a mixed-methods approach, using content analysis to examine written and visual content on Instagram accounts of three gastronomy cities selected based on their active use of the platform. The analysis criteria were developed from a review of relevant literature and presented in tables. The findings of the study revealed that the cities generally did not emphasize the UNESCO recognition in their posts and shared content mainly for commercial purposes. The study analyzed posts from three cities and compared them to previous researches. Similarities and differences were identified, and suggestions for future research were made based on the findings. The study has limitations such as the selected time frame being limited to one month. Considering previous studies and synthesizing them, the study has revealed the Instagram usage performance of gastronomy cities, thanks to the criteria and tables developed.

Keywords: Social media, Instagram, UNESCO, Creative Cities Network, Gastronomy Cities Network.

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı: Gastronomi Şehirleri Instagram Analizi

Arş. Gör. Furkan Atasoy KARACABEY

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, furkanKaracabey@cumhuriyet.edu.tr

Doç. Dr. Gülşah AKKUŞ

İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, gulsah.akkus@ikcu.edu.tr

Bu araştırma, UNESCO tarafından seçilen gastronomi şehirlerinin Instagram hesaplarındaki yazılı ve görsel içerikleri analiz ederek, destinasyon ve sosyal medya yöneticilerine destinasyon pazarlaması hakkında fikirler sunmayı amaçlamaktadır. Araştırma, aktif olarak Instagram platformunu kullandıkları belirlenen üç gastronomi şehrinin hesaplarındaki yazılı ve görsel içerikleri içerik analizi yöntemi ile incelemektedir. Analiz kriterleri ilgili literatürün incelenmesinden sonra oluşturulmuş ve tablolar halinde sunulmuştur. Çalışma, üç farklı şehrin gönderilerini analiz ederek hem kendi aralarında hem de önceki araştırmalar ile karşılaştırmıştır. Çalışmanın bulguları, seçilen şehirlerin genellikle UNESCO vurgusunu gönderilerinde vurgulamadığını ve paylaşılan içeriklerin genellikle ticari amaçlar için olduğunu ortaya koymuştur. Bu çalışmanın sonuçları, gastronomi şehirlerinin Instagram kullanımına dair yeni bir bakış açısı sunmaktadır ve gelecekteki araştırmalar için önemli bir kaynak teşkil etmektedir. Çalışmanın sonunda sınırlılıklar ve gelecekteki araştırmalar için öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Instagram, UNESCO, Yaratıcı Şehirler Ağı, Gastronomi Şehirleri Ağı

Kültürel Mirasın Korunmasında Dijital Müzelerin Rolü

Arş. Gör. Gizem PALA

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Dr. Öğr. Üy. Fulden Nuray KÜÇÜKERGİN

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Günümüzün teknoloji odaklı toplumunda dijital müzeler, kültürel mirasın korunması ve yaygınlaştırılması için yenilikçi bir yaklaşım olarak gelişmektedir. Dijital müzeler kültürel mirasın korunması açısından; gelişmiş erişim, koruma, muhafaza, eğitime katılım, iş birliği ve yaratıcılık gibi çok sayıda fayda sağlamaktadır. Bununla birlikte dijitalleşme, coğrafi sınırların ortadan kalkmasını ve kültürel materyalleri dünya çapında bir kitleye ulaştırarak erişim alanlarının gelişmesini de sağlamaktadır. Ayrıca dijital temsiller aracılığıyla eski eserlerin korunması ve muhafazasında önemli bir rol oynayarak hassas ve kırılgan eserlerin dayanıklılığını güvence altına almaktadır. Bunların yanı sıra dijital müzeler, kültürel mirasla daha derin bir ilişki kurulmasını teşvik eden multimedya materyalleri ve sürükleyici deneyimlerle dinamik ve interaktif bir öğrenme platformu yaratmaktadır. Ayrıca dijital müzeler, kültürel kuruluşlar arasında iş birliğini ve yeniliği kolaylaştırarak kültürler arası anlayışı ve takdiri teşvik etmektedir. Dijital müzeler, teknoloji ilerledikçe kültürel materyallerle ilişki kurma ve onları anlama biçimimizi değiştirme, gelecek nesiller için uygunluklarını ve erişilebilirliklerini koruma potansiyeline sahiptir. Dijital müzelerin sunduğu potansiyelden faydalanmak, ortak kültürel mirasımızın uzun vadede korunması ve yaygınlaştırılması için kritik önem taşımaktadır. Dijital müzelerin sanal turistleri çekmesinin yanı sıra, sanal müze küratörlüğü ve araştırma çalışmaları gibi uzaktan çalışma seçenekleri sunarak, yerel ekonomilerin sürdürülebilirliği açısından yardımcı olabilir. Bu kültürel mirası uzun vadeli bir kaynak olarak teşvik etmenin yanı sıra, onu koruyan toplulukların sosyal refahına da katkıda bulunabilir. Bu çalışma kapsamında dijital müzelerin yirmi birinci yüzyılda kültürel mirasın korunması ve yaygınlaştırılması noktasında karşılaşılabileceği zorluklar ele alınarak, kültürel mirasın sürdürülebilirliğindeki rolü ve önemi tartışılacaktır.

Anahtar kelimeler: Dijitalleşme, dijital müze, kültürel miras

The Role of Digital Museums in Protecting Cultural Heritage

Res. Assist. Gizem PALA

Ankara Hacı Bayram Veli University

Assist. Prof. Dr. Fulden Nuray KÜÇÜKERGİN

Ankara Hacı Bayram Veli University

In today's technology-driven society, digital museums are emerging as an innovative approach to the preservation and dissemination of cultural heritage. Digital museums offer many benefits for cultural heritage conservation, such as improved access, preservation, conservation, participation in education, collaboration, and creativity. At same time, digitalization also enables the dissolution of geographical boundaries and expansion of the reach of cultural materials by making them available to a worldwide audience. It also plays an important role in the preservation and conservation of artefacts through digital representation representations, ensuring the durability of sensitive and fragile artefacts. In addition, digital museums create a dynamic and interactive learning platform with multimedia materials and immersive experiences that encourage a deeper engagement with cultural heritage. Digital museums also promote cross-cultural understanding and appreciation by facilitating collaboration and innovation between cultural organizations. Digital museums have the potential to change the way we engage with and understand cultural materials as technology advances, preserving their relevance and accessibility for future generations. Harnessing the potential of digital museum is critical for the long-term preservation and dissemination of our shared cultural heritage. As well as attracting virtual tourists, digital museums can help to sustain local economies by offering remote working options such as virtual museum curation and research work. In addition to promoting this

cultural heritage as a long-term resource, it can also contribute to the social well-being of the communities that preserve it. Within the scope of this study, the challenge that digital museums may face in the preservation and dissemination of cultural heritage in the 21st century, and their role and importance in the sustainability of cultural heritage will be discussed.

Keywords: digitalization, digital museum, cultural heritage.

Dağcılık Turizmine Katılanların Motivasyonu, Algıladıkları Risk, Yaşam Tatmini ve Davranışsal Niyetleri Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma

Arş. Gör. Gökçe Yasemin Ersöz

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği, gokce.kozan@ibu.edu.tr

Dr. Öğr. Üy. Onur Cüneyt Kahraman

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği,
onurcuneytkahraman@ibu.edu.tr

Turistlerin istek ve ihtiyaçlarını belirlenmesinde fayda sağlayan ve seyahat davranışlarının temelinde yatan motivasyonları belirlemekte kullanılan itici ve çekici motivasyonların anlaşılması destinasyon ve işletme yöneticileri adına önemlidir. Dağcılık gibi macera turizmi ile ilgilenen turistler seyahatlerini gerçekleştirirken yeni yerler özellikle de doğa ile iç içe yerleri ziyaret ettiklerinde unutulmaz bir deneyim yaşamaktadırlar. Onları bu alanlara iten ve çeken motivasyonların belirlenmesi turistlerin davranışlarını anlayabilmek için önemlidir. İtici ve çekici motivasyon faktörlerinin davranışsal niyet arasındaki ilişki literatürde sıklıkla çalışmıştır. Ancak bu ilişkinin hangi değişkenlerden etkilenebileceğine ilişkin sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu kapsamda macera turizmine katılan turistlerin yaşam tatmini ve algıladıkları riskin, motivasyon ve davranışsal niyet ilişkisinde etkili olabileceği düşünülmektedir. Bu doğrultuda bu çalışmanın amacı dağcılık turizmine katılan insanların itici ve çekici motivasyonları ile davranışsal niyetleri arasındaki ilişkiyi anlamak ve bu ilişkide yaşam tatmini ve algılanan riskin bir etkisini anlayabilmek adına bir anket oluşturmaktır. Bu kapsamda literatür incelenmiş ve dağcılarının itici ve çekici motivasyonlarını belirleyebilmek adına Caber ve Albayrak (2016) yılında yaptıkları çalışmada yer alan kaya tırmanışçıların itici ve çekici motivasyonlarını belirleyebilmek için oluşturdukları ölçekten yararlanılmıştır. Turistlerin davranışsal niyetlerini ve algılanan riski ölçebilmek adına Taher vd, (2015) tarafından oluşturulan ölçekten yararlanılmıştır. Turistlerin hayat memnuniyetini ölçebilmek adına Diener vd (1985) tarafından oluşturulan ölçekten yararlanılmıştır. Anketin içerik geçerliliğini sınavabilmek adına alanında uzman 4 akademisyene anket gönderilmiştir. Geri dönüşler çerçevesinde anket üzerinde ufak değişiklikler gerçekleştirilmiştir. Görünüş geçerliliğini ölçebilmek adına dağcılık turizmine katılan 100 turiste anket doldurtulmuş ve anlamadıkları bir ifade olup olmadığı sorulmuştur. Geri dönüşler doğrultusunda herhangi bir değişiklik yapılmamıştır. Çalışma sonucunda teorik önerilerde bulunulacaktır.

Anahtar Kelimeler: İtici ve Çekici Motivasyonlar, Davranışsal Niyet, Algılanan Risk, Yaşam Tatmini

A Study on the Relationship Between Motivation, Perceived Risk, Life Satisfaction and Behavioral Intentions of Mountaineering Tourism Participants

Res. Assist. Gökçe Yasemin Ersöz

Bolu Abant İzzet Baysal University Tourism Faculty, Department of Tourism Management,
gokce.kozan@ibu.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Onur Cüneyt Kahraman
Bolu Abant İzzet Baysal University Tourism Faculty, Department of Tourism Management,
onurcuneytkahraman@ibu.edu.tr

Understanding the push and pull motivations to identify tourists' desires and needs, and to determine the underlying motivations behind travel behavior, is important for destination and business managers. Tourists who are interested in adventure tourism such as mountaineering have unforgettable experiences when they visit new places, especially those that are close to nature. Identifying the motivations that push and pull them to these areas is important for understanding tourists' behavior. The relationship between push and pull motivational factors and behavioral intention has been studied extensively in the literature. However, there are limited studies on which variables can affect this relationship. In this context, it is thought that the life satisfaction and perceived risk of adventure tourists may be effective in the relationship between motivation and behavioral intention. Therefore, the aim of this study is to create a questionnaire to understand the relationship between the driving and attracting motivations of people participating in mountaineering tourism and their behavioral intentions, and to understand the impact of life satisfaction and perceived risk on this relationship. To identify the push and pull motivations of mountaineers, the scale created by Caber and Albayrak (2016) for rock climbers was used by reviewing the literature. The scale created by Taher et al. (2015) was used to measure tourists' behavioral intentions and perceived risk. The scale created by Diener et al. (1985) was used to measure tourists' life satisfaction. In order to test the content validity of the survey, the survey was sent to four academic experts in the field. Based on their feedback, minor changes were made. To measure the face validity, the survey was administered to mountaineering tourists, and they were asked if there were any expressions they did not understand. Based on the feedback received, no changes were made. The study will provide theoretical suggestions based on the results obtained.

Keywords: Push and Pull Motivations, Behavioral Intention, Perceived Risk, Life Satisfaction

**Rize, Yeni Bir Çay Turizmi Destinasyonu Mu?
Çay Turizmi Kaynaklarına İlişkin Bir Envanter Çalışması**

Dr. Öğr. Üy. Gökhan Yılmaz
Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Isparta, Türkiye
gokhanyilmazakademi@gmail.com
Dr. Öğr. Üy. Ayşe Şahin Yılmaz
Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Isparta, Türkiye
ayseyilmaz@isparta.edu.tr

Çay dünya genelinde en eski, en çok tüketilen ve kendine özgü kültürü olan içeceklerden biridir. Çay tüketimi ve kültürü hem destinasyonlar hem de turistler için önemli bir gastronomik çekicilik oluşturmaktadır. Bu bağlamda Çin, Hindistan ve Sri Lanka gibi çay üretiminde ilk sıralarda yer alan ülkeler, kendilerini rakiplerinden farklılaştırmak amacıyla destinasyonun pazarlanması ve tanıtılmasında çay ile ilgili çekicilikleri sıklıkla kullanmaktadır. Öte yandan birçok turist çay ile ilgili doğal, kültürel ve tarihi alanları ziyaret etmek, çay kültürünü öğrenmek ve yerel çay lezzetlerini

tatmak amacıyla bu destinasyonları ziyaret etmektedir. Bu noktadan hareketle Türkiye’de çay üretiminde ilk sırada bulunan Rize ilinin yeni bir çay turizmi destinasyonu olup olmadığının araştırılması gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Başka bir anlatımla bu çalışmada “Rize, bir çay turizmi destinasyonu mudur” sorusuna yanıt aranmaktadır. Bu araştırma sorusuna cevap bulabilmek amacıyla nitel araştırma yaklaşımı çerçevesinde durum çalışması deseninden faydalanılmaktadır. Araştırmada veri toplama tekniği olarak doküman incelemesi, veri analiz tekniği olarak da içerik analizi kullanılmaktadır. Çalışmanın örneklemini Rize ve çay turizmi anahtar kelimesine dayalı olarak yayınlanan haber içerikleri oluşturmaktadır. Bu amaçla ulusal ve yerel basında 2014-2023 yılları arasında yayınlanan 45 adet habere erişim sağlanmış ve her bir haber, bir doküman olarak analize dâhil edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre Rize ilinin çay turizmi kaynakları (i) tesisler ve olanaklar, (ii) faaliyetler, (iii) etkinlikler ve (iv) kuruluşlar olmak üzere dört boyut altında toplanmıştır. Ayrıca Rize ilinin hem turistler hem de destinasyon yöneticileri açısından yeni gelişen bir çay turizmi destinasyonu olduğu sonucuna varılmıştır. Tüm bunların ışığında çalışma sonuçlarının hem ilgili alanyazına hem de turizm paydaşlarına katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Çay, Çay Turizmi, Çay Turisti, Çay Destinasyonları, Rize

**Is Rize a New Tea Tourism Destination?
An Inventory Study on Tea Tourism Resources**

Assist. Prof. Dr. Gökhan Yılmaz

Isparta University of Applied Sciences, Tourism Faculty

gokhanyilmazakademi@gmail.com

Assist. Prof. Dr. Ayşe Şahin Yılmaz

Isparta University of Applied Sciences, Tourism Faculty

ayseyilmaz@isparta.edu.tr

Tea is one of the world's oldest, most consumed, and uniquely cultured beverages. Tea consumption and culture create an important gastronomic attraction for both destinations and tourists. In this context, destinations such as China, India, and Sri Lanka, which are in first place in tea production, frequently use tea attractions in the marketing and promotion of the destination to differentiate themselves from their competitors. In other respects, many tourists visit these destinations to visit natural, cultural, and historical areas related to tea, to learn about tea culture, and to taste local tea flavors. From this point of view, it is necessary to investigate whether Rize, which is in first place in tea production in Turkey, is a tea tourism destination or not. In other words, an answer to the question "Is Rize a tea tourism destination" is sought in this study. To find an answer to this research question, the case study design is used within the framework of the qualitative research approach. Document analysis is used as a data collection technique and content analysis is used as a data analysis technique. The study sample consists of news content published based on the keyword Rize and tea tourism. To this end, access to 45 news published in the national and local press between the years 2014-2023 was provided and each news was included in the analysis as a document. According to the findings, the tea tourism resources of Rize province are grouped under four categories: (i) facilities, (ii) activities, (iii) events, and (iv) organizations. In addition, it has been concluded that Rize is a newly developing tea tourism destination in terms of both tourists and destination managers. In light of all these, it is thought that the findings can contribute to both the literature and tourism stakeholders.

Keywords: Tea, Tea Tourism, Tea Tourist, Tea Destinations, Rize

Türk Mutfak Kültüründe Şevketi Bostan

Arş. Gör. Görkem TEYİN

Doğuş Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
gteyin@dogus.edu.tr

Papatyagiller (*Asteraceae*) familyasından olan şevketi bostan (*Scolymus hispanicus L.*) Anadolu topraklarının Doğu ve Güneydoğusu dışında hemen hemen her bölgede yetişebilen, ana vatanı Güney Avrupa ve Batı Asya olan bir ot türüdür. Altın dikenli, kenker, akçakızı gibi isimlerle de bilinen şevketi bostan, özellikle Girit mutfağında ve Ege bölgesi mutfak kültüründe önemli bir yere sahiptir. Yapısal ve botanik olarak sarı çiçekleri ve dikenleri bulunan, boyu ise 100 cm'e kadar çıkabilen, coğrafi olarak genellikle deniz seviyesinde ve ılıman iklimde yetişen bir bitkidir. Yaprakları tüylü ve kenar kısımları dikenli bir yapıya sahiptir. Bu sebepten toplanması oldukça zahmetlidir. Ocak-Nisan ayları arasında toplanan şevketi bostan özellikle Ege bölgesinde sebze olarak nitelendirilmekte ve tüketilmektedir. Genel olarak mutfakta kullanımı özellikle Girit, Ege ve Akdeniz mutfak kültüründe oldukça geniş ölçüdedir. Kök-kabuk kısmı ve taze yapraklarının mutfakta kullanımı bulunan şevketi bostan bitkisinin taze gövdesi çiğ olarak yenilebildiği gibi, ana yemek, kavurma, turşu, zeytinyağlı ve salata olarak tüketimi de görülmektedir. Kuzu eti ile birlikte kavurularak ya da haşlanarak terbiyeli yapılan şevketi bostan yemeği, sirke ve zeytinyağı ile yapılan turşusu, zeytinyağı ve limonla yapılan salatası, bol soğanla yapılan kavurması, yine Akdeniz bölgesinde salça ve etle yapılan yemeği sıkça tercih edilmektedir. Beslenme açısından bakıldığında mikro ve makro besin elementleri bakımından zengin olan şevketi bostan bitkisinin sağlık açısından ise hazmı kolaylaştırıcı, sindirim sistemini düzenleyici, hücre yenileyici ve karaciğeri temizleyici etkisi bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Şevketi bostan, Yenilebilir bitkiler, Türk mutfağı, Mutfak kültürü, Gastronomi

Şevketi Bostan in Turkish Culinary Culture

Res. Assist. Görkem TEYİN

Doğuş University, Faculty of Arts and Design, Department of Gastronomy and Culinary Arts
gteyin@dogus.edu.tr

Şevketi bostan (*Scolymus hispanicus L.*), a member of the Daisiaceae (*Asteraceae*) family, is a grass species that can be grown in almost every region except the East and Southeast of Anatolia, and its homeland is Southern Europe and Western Asia. Şevketi bostan, also known as golden thistle, kenker, and maple, has an important place in the cuisine of Crete and the culinary culture of the Aegean region. It is a plant that has structurally and botanically yellow flowers and thorns, can reach up to 100 cm in height, and grows geographically generally at sea level and in a temperate climate. The leaves are hairy and the margins are thorny. For this reason, it is quite difficult to collect. Şevketi bostan, which is collected between January and April, is considered as a vegetable and consumed especially in the Aegean region. In general, its use in the kitchen is quite extensive, especially in the culinary culture of Crete, Aegean and Mediterranean. The fresh stem of the şevketi bostan plant, whose root-bark part and fresh leaves are used in the kitchen, can be eaten raw, as well as consumed as main

course, roasted, pickled, olive oil and salad. Şevketi bostan dish, which is seasoned with lamb meat by roasting or boiling, pickles made with vinegar and olive oil, salad made with olive oil and lemon, roasted with plenty of onions, and a dish made with tomato paste and meat in the Mediterranean region are frequently preferred. From a nutritional point of view, the sevketi bostan plant, which is rich in micro and macro nutrients, has a digestive effect, regulating the digestive system, cell rejuvenating and liver cleansing effect in terms of health.

Keywords: Şevketi bostan, Edible plants, Turkish cuisine, Culinary culture, Gastronomy.

Etik Gıda Girişimciliği: Alanyazın değerlendirmesi ve Etik Matrise dayalı bir vaka analizi

Dr. Öğr. Üy. Gözdegül Başer

Antalya Bilim Üniversitesi, Turizm Fakültesi

Dr. Öğr. Üy. Eda Evla Mutlu

Antalya Bilim Üniversitesi, Turizm Fakültesi

Prof. Elsa Ramalhosa

Instituto Politecnico de Braganca

Girişimcilik iyi yapılandırılmış bir terim olmasına rağmen, etik gıda girişimciliği yaygın ve sık kullanılan bir terim değildir. Etik gıda, tohumdan sofraya kadar olan tarım, üretim, doğal kaynaklar, lojistik, pazarlama gibi tüm aşamaları kapsar. Sürecin yanı sıra insan kaynakları, adil çalışma koşulları ve maaşlar, hayvan refahı ve tür ayrımcılığı da bu şemsiye terim altında ele alınan diğer konulardır. Çevre, bitkiler, hayvanlar, insanlar ve ekonomi ile ilgili olan etik gıda, “sürdürülebilir gıda” olarak kabul edilmektedir. Buna göre etik gıda girişimcisinin gezegenin, insanların ve kârın sürdürülebilirliğini desteklemesi beklenmektedir. Etik gıda girişimcileri, gıdanın üretiminin veya pazarlanmasının her adımını analiz etmeli ve etik kaygılardan en az birine yönelik çözümleri hayata geçirmelidir. Bu çalışma “etik gıda girişimciliği” kavramını tanıtmakta ve ele alınan ana konuları kavramsal bir temelde tartışmaktadır. Ayrıca, girişimcilerin belirli bir durumu analiz etmesine ve durumla ilgili olası etik kaygıları ortaya çıkarmasına yardımcı olacağına inandığımız “Etik Matris” metodolojisinden bir vaka örneği analiz edilmektedir. Gıda endüstrisinde etik konularda bilinçlenmenin daha sürdürülebilir bir dünya için önemli olduğu düşünülmektedir. Etik gıda ve etik gıda girişimciliği, gastronomi ve turizmin de sürdürülebilir bir şekilde gelişmesine yardımcı olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Etik, Gıda Endüstrisi, Girişimcilik, Sürdürülebilirlik, Etik Matris

Ethical Food Entrepreneurship: A review of the literature and a case analysis based on Ethical Matrix

Assist. Prof. Dr. Gözdegül Başer
Antalya Bilim University, School of Tourism
Assist. Prof. Dr. Eda Evla Mutlu
Antalya Bilim University, School of Tourism
Prof. Elsa Ramalhosa
Instituto Politecnico de Braganca

Although entrepreneurship is a well-structured term, ethical food entrepreneurship is not a common and frequently used term. Ethical food covers all of the stages starting from seed to plate, such as agriculture, manufacturing, natural resources, logistics, marketing as well. Besides the process, human resources, fair work conditions and salaries, animal welfare and speciesism are also other subjects covered under this umbrella term. Being related to environment, plants, animals, people, and economy, ethical food is considered to be the “sustainable food”. Accordingly, ethical food entrepreneur is expected to support sustainability of planet, people and profit. Ethical food entrepreneurs need to analyze each step of production or marketing the food and actualize the solutions to at least one of the ethical concerns. This study introduces the “ethical food entrepreneurship” concept and discusses the main subjects covered, on a conceptual basis. In addition, an ethical concern is represented and analyzed from Ethical Matrix methodology, which we believe will help entrepreneurs to analyze a specific circumstance and reveal potential ethical concerns regarding the situation. It is expected that gaining a consciousness about ethical issues in food industry, will be the leading entrepreneurs for a more sustainable world. Ethical food and ethical food entrepreneurship will help gastronomy and tourism to develop in a sustainable manner as well.

Keywords: Ethics, Food Industry, Entrepreneurship, Sustainability, Ethical Matrix

Slow Food Hareketi ve İç Mekan Tasarımı

Arş. Gör. Gül Ağaoğlu Çobanlar
Eskişehir Teknik Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü,
Arş. Gör. Fatih Mehmet Alhan
Eskişehir Teknik Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü

Beslenme gereksinimi insanların en temel fizyolojik ihtiyaçlarından biridir. Ancak, Sanayi Devriminden itibaren hayatın hızlanmasıyla birlikte yeme alışkanlıklarının da hızlanmasına ve hızlı tüketime yönelmesine neden olmuştur. Bu durum, bireylerin hem sağlığını kötü yönde etkilemekte hem de yeme eylemini sadece ihtiyaç karşılama olarak benimsenmesine neden olmuştur. Halbuki, yemek yeme fizyolojik ihtiyaçların karşılanması yanında aynı zamanda kültürleri tanımaya, yeni tatlar almaya ve hayattan zevk almayı yardımcı olan bir olgudur. Benzer şekilde, insanların varlığını sürdürdükleri, fizyolojik ve sosyal ihtiyaçlarını karşıladıkları mekanlar da kullanıcılar için oldukça önemlidir. Bu doğrultuda, yemek yenilen mekanların kullanıcılara kültürlerini tanıtmalarına, çevre hakkında bilgi vermelerine, rahatlamalarına, yavaşlamalarına ve etkileşime geçmelerine olanak sağlayan en önemli araçlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kapsamda, üçüncü yer olarak yeme mekanlarının tasarımlarının da insanlara ihtiyaç duydukları deneyimi sağlamaları önem kazanmaktadır. Slow food hareketi kapsamında ise, insanların fiziksel ve sosyal ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla tasarlanan iç mekanların kullanıcılara yavaşlamayı, çevreyle etkileşime geçmeyi ve kültürleri tanımaya yardımcı olurken, aynı zamanda slow food hareketinde de olduğu gibi yerel

malzemelerin kullanımıyla birlikte karbon ayak izinin azaltılmasına katkı sağlayabilir. Bu kapsamda, slow food hareketinde yer alan kültürel ve gastronomik sürdürülebilirlik boyutu, mekanların sürdürülebilir olmasıyla birlikte desteklenerek bir bütün olarak ele alınmasına katkı sağlayabilir. Bu doğrultuda, araştırmanın amacı slow food hareketinin içerisinde yer alan sürdürülebilirlik ilkesinin iç mekan tasarımları ile ilişkisindeki benzerliklerin ortaya konulmasıdır. Bu doğrultuda araştırma, nitel araştırma yöntemlerinden doküman analiziyle desenlenmiştir. Elde edilen yazılı ve görsel veriler analiz edilerek slow food hareketi içerisinde yer alan sürdürülebilirlik kavramının iç mekan tasarımında sürdürülebilirlik kavramıyla ilişkisi ele alınarak mekânsal karşılıklarıyla bütüncül olarak birlikte değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Slow food, İç mekan tasarımı, İç mekan tasarımında sürdürülebilirlik

Slow Food and Interior Design

Res. Assist. Gül Ağaoğlu Çobanlar

Eskişehir Technical University

Faculty of Architecture and Design, Department of Interior Design

Res. Assist. Fatih Mehmet Alhan

Eskişehir Technical University

Faculty of Architecture and Design, Department of Interior Design

Nutritional needs are one of the most basic physiological needs of humans. However, since the Industrial Revolution, with the acceleration of life, eating habits have also accelerated and led to fast consumption. This situation both affects the health of individuals negatively and has caused the act of eating to be adopted only as meeting needs. However, eating is a phenomenon that not only meets physiological needs, but also helps to recognize cultures, take new tastes and enjoy life. Similarly, places where people live and meet their physiological and social needs are also very important for users. In this respect, it appears as one of the most important tools that allow the places to eat, introduce their culture to the users, provide information about the environment, relax, slow down and interact. In this context, it is important that the designs of eating places, as a third place, provide people with the experience they need. Within the scope of the slow food movement, interior spaces designed to meet the physical and social needs of people can help the users to slow down, interact with the environment and recognize cultures, while at the same time, they can contribute to reducing the carbon footprint with the use of local materials, as in the slow food movement. In this context, the cultural and gastronomic sustainability dimension in the slow food movement can be supported by the sustainability of the places and contribute to their handling as a whole. In this direction, the aim of the research is to reveal the similarities between the sustainability principle, which is included in the slow food movement, and the interior designs. In this direction, the research was designed with document analysis, one of the qualitative research methods. By analyzing the written and visual data obtained, the relationship between the concept of sustainability in the slow food movement and the concept of sustainability in interior design has been discussed and evaluated together with its spatial counterparts holistically.

Keywords: Slow food, Interior design, Sustainability in interior design.

Öğr. Gör. Gülşen Berat TORUSDAĞ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
gbtorusdag@yyu.edu.tr

Toplumun tamamı veya belirli kesimleri için fiziksel, ekonomik ve sosyal kayıplara neden olan, normal yaşamı ve insan faaliyetlerini durduran veya kesintiye uğratan doğa, teknoloji veya insan kaynaklı afetler; yoksulluğu, gıda güvensizliğini ve yetersiz beslenmeyi artırmaktadır. Meydana gelen afetler sonucunda toplumların güvenli gıdaya ulaşma potansiyeli olumsuz etkilenmektedir. Bu nedenle afetleri yönetebilmek kadar afetlere hazırlıklı olmak da gerekmektedir. Bunlar için ciddi çabalar gösterilmedikçe, afet riskleri sürdürülebilir kalkınmaya ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşılmasının önünde giderek daha ciddi bir engel haline gelecektir. Özellikle sürdürülebilir kalkınma hedefleri arasında yer alan ‘açlığın sona erdirilmesi, gıda güvenliğinin sağlanması ve beslenmenin iyileştirilmesi’ hedeflerine ulaşılması açısından önemli risk teşkil edecektir. Bu çalışmada, nitel araştırmalarda bir veri toplama tekniği olan doküman analizi yapılarak literatür taraması gerçekleştirilecektir. Afet durumlarında gıda güvencesinin sağlanması kapsamında gıdanın bulunabilmesi ve bireylerin buna erişebilmesi yanı sıra güvenli gıda hazırlama ve saklama amacıyla bir eylem planı önerisi sunulmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Afet Riskleri, Yetersiz Beslenme, Gıda Güvenliği, Eylem Planı

Food Safety and Safe Food in Disaster Times

Lec. Gülşen Berat TORUSDAĞ

Van Yüzüncü Yıl University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts
gbtorusdag@yyu.edu.tr

Disasters caused by nature, technology or human beings that cause physical, economic and social losses for all or certain segments of the society, and stop or interrupt normal life and human activities; increases poverty, food insecurity and malnutrition. As a result of disasters, the potential of societies to reach safe food is negatively affected. For this reason, it is necessary to be prepared for disasters as well as being able to manage them. Unless serious efforts are made for these, disaster risks will become an increasingly serious obstacle to sustainable development and the achievement of sustainable development goals. In particular, it will pose a significant risk in terms of achieving the goals of ‘ending hunger, ensuring food security and improving nutrition’, which are among the sustainable development goals. In this study, a literature review will be carried out by making document analysis, which is a data collection technique in qualitative research. Within the scope of ensuring food safety in disaster situations, an action plan proposal will be presented for the purpose of safe food preparation and storage, as well as the availability of food and access to it by individuals.

Keywords: Disaster Risks, Malnutrition, Food Safety, Action Plan

Turizm Tanıtımında Kullanılan Kısa Filmlerin Mitolojik Semboller Açısından Göstergebilimsel Analizi ve Türkiye Ören Yerlerinin Tanıtımında Kullanılabilecek Mitolojik Semboller Taşıyan Reklam Kareleri Önerileri

Hacer Nuray Bilgin

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

Turizm, her ülke için olduğu gibi ülkemiz için de ekonomiye ve kalkınmaya olumlu etkileri olan bir faaliyetler bütünüdür. Elbette, turizm faaliyetlerinin sürdürülebilir nitelikte ve doğaya, sit alanlarına, destinasyonlara zarar vermeden yapılması esastır. Bu çalışmada, ülkemizin turizm tanıtımlarında kullanılan stratejiler ele alınmış, Klasik Yunan, Türk mitolojisi ve Anadolu Medeniyetleri mitolojileri ve mitleri araştırılmış, turizmde rakip ülkelerden biri olan Yunanistan'ın turizm tanıtımlarında kullandıkları 2014 yılı yapımı bir kısa filmde, yer verdikleri mitolojik öğeler hususunda göstergebilimsel analizi yapılmıştır. Mitoloji, her kültürün temel değerlerinden bir kesit olup, bu değerlerin reklam karelerine nasıl yansıtılabileceği getirilen önerilerle belirginleştirmeye çalışılmıştır. Efsane ve mitlerin turizm tanıtımında kullanılması, kültür turizminin bir alt dalı olarak ele alınmalı ve bu çalışmalar kültürel miras kapsamında desteklenmelidir. İster bize ait, isterse bu topraklarda yaşamış medeniyetlere ait olsun, bu efsane ve mitlere sahip çıkılması ve gelecek nesillere aktarılması, hem uluslararası hem de yerel bazda geçmişten günümüze bilgi ve tecrübe aktarımına fırsat vermesi ve insanlığın kültürel yönden ilerlemesine bir ivme kazandırması yönünden önemlidir.

Anahtar Kelimeler: Turizm Tanıtım Stratejileri, Mitoloji, Kültürel Miras, Gösterge Bilim, Reklam Karesi Önerileri

Türkiye’de Sağlık Turizmi Eğitiminin Değerlendirilmesi

Dr. Öğr. Üy. Hakan Tuna

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Turizm Fakültesi

Esra Güneşer

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Günümüzde hastalıkların artışı, insanların esenliklerini artırma çabaları, yaşlanan nüfus ve teknolojiyle artan tedavi seçenekleri gibi faktörler turizm hareketliliğine neden olmaktadır. İnsanların sağlığını korumak, geliştirmek ve bozulan sağlığını geri kazanmak için geçmişten günümüze başka yerlere seyahatini içeren sağlık turizmi, günümüz koşullarında rağbet görmektedir. Türkiye’de hızla büyümeye devam eden sağlık turizmi sektöründe nitelikli bireylerin çalışması ve etkin performans sergilemeleri sektör için büyük önem arz etmektedir. Bu bağlamda başarılı bir sağlık turizmi sunumu, iyi bir sağlık turizmi eğitiminden geçmektedir. Bu doğrultuda araştırmanın amacı; sağlık turizmi eğitimi veren kurum ve kuruluşları tespit etmek ve bu kurumların eğitim içeriklerini değerlendirmektir. Araştırmada, sağlık turizmi ön lisans, lisans ve lisans üstü düzeyde akademik eğitimi ve müfredatı incelenmiştir. Ayrıca sağlık turizmi sertifikasyon eğitimleri ve sağlık turizmine yönelik merkezler araştırılmıştır. Türkiye’de 9 üniversitede 10 farklı sağlık turizm işletmeciliği ön lisans programı olduğu, bu programlarda 8 doktor öğretim üyesi ve 12 öğretim görevlisinin bulunduğu; lisans sağlık turizmi programının bulunmadığı; 9 üniversitede ise tezli-tezsiz yüksek lisans programı; 1 üniversitede doktora programı olduğu görülmüştür. Sağlık turizm işletmeciliği ön lisans program mezunlarının farklı lisans programlarına geçiş imkânının bulunduğu, üniversite ve özel sektör tarafından çeşitli sertifikalı eğitim programlarının düzenlendiği ve 3 farklı üniversite bünyesinde sağlık turizmi araştırma ve uygulama merkezinin olduğu ortaya konmuştur. Elde edilen bulgular doğrultusunda, sağlık turizmi sektörüne nitelikli eleman yetiştiren ön lisans program ve akademik personel sayısının yetersiz olduğu, ayrıca daha önemlisi lisans düzeyinde sağlık turizmi eğitiminin olmamasının ise alan için çok büyük bir eksiklik olduğu anlaşılmıştır. Sağlık turizmi

sertifikasyon eğitimlerinin ve sağlık turizmi araştırma ve uygulama merkezlerinin varlığı alanın gelişimine katkılar sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sağlık turizmi, Eğitim, Sağlık Turizmi İşletmeciliği

Evaluation of Health Tourism Education in Turkey

Assist. Prof. Dr. Hakan Tuna

Bolu Abant İzzet Baysal University, Tourism Faculty

Esra Güneşer

Bolu Abant İzzet Baysal University, The Institute of Graduate Studies

Today, factors such as the increase in diseases, efforts to increase people's well-being, aging population and increasing treatment options with technology cause tourism mobility. Health tourism, which includes traveling to other places from the past to the present in order to protect and improve the health of people and to restore their deteriorated health, is in demand in today's conditions. The work of qualified individuals and their effective performance in the health tourism sector, which continues to grow rapidly in Turkey are of great importance for the sector. In this context, a successful health tourism presentation goes through a good health tourism education. In this direction, the aim of the research is; to identify the institutions and organizations that provide health tourism education and to evaluate the educational content of institutions and organizations that provide health tourism education. Associate, undergraduate and graduate programs providing education within the scope of health tourism were examined and their curricula were reviewed. In this study, health tourism education in Turkey was discussed and the academic education and curriculum of health tourism at associate, undergraduate and graduate levels were examined. In addition, health tourism certification trainings and centers for health tourism were investigated. There are 10 different health tourism management associate degree programs in 9 universities, there are 8 doctoral lecturers and 12 lecturers in these programs; there is no undergraduate health tourism program; In 9 universities, thesis-non-thesis master's program; It has been observed that there is a doctoral program in 1 university in Turkey. It has been revealed that health tourism management associate degree program graduates have the opportunity to transfer to different undergraduate programs, various certified training programs are organized by the university and the private sector, and there are health tourism research and application centers within 3 different universities. In line with the findings, it has been understood that the number of associate degree programs and academic staff that train qualified personnel for the health tourism sector is insufficient, and more importantly, the lack of health tourism education at the undergraduate level is a major deficiency for the field. The existence of health tourism certification training and health tourism research and application centers contribute to the development of the field.

Keywords: Health Tourism, Education, Health Tourism Management

Tur Sırasındaki Yiyecek İçecek Tüketim Koşullarındaki Değişimlerin ve Turist Rehberlerine Olan Etkilerinin Belirlenmesi

Arş. Gör. Dr. Hasret Ulusoy Mutlu

Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm Rehberliği Bölümü

Arş. Gör. Dr. Arzu Balıkoğlu

Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm Rehberliği Bölümü

Doç. Dr. Sami Sonat Özdemir

Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

Prof. Dr. Özlem Köroğlu

Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm Rehberliği Bölümü

Türkiye’de turist rehberliği mesleği, diğer pek çok mesleğe kıyasla bazı ayırt edici özelliklere sahiptir. Örneğin turist rehberliği, mesai kavramının olmadığı, tur programının kapsamına ve türüne göre değişmekle birlikte genellikle çalışma saatlerinin çok uzun ve düzensiz olduğu, özellikle paket turlarda sürekli seyahat etme ve tur programı gereğince her gün başka bir otelde konaklama, her öğünde başka bir restoranda yemek yeme zorunluluğunun olduğu bir meslektir. Mesleğin sahip olduğu bu özellikler, turist rehberlerinin özellikle tur sırasındaki yiyecek içecek tüketim koşullarının değişmesine neden olmakta ve durum hem fiziksel hem de psikolojik açıdan turist rehberlerini etkileyebilmektedir. Bu doğrultuda bu çalışmanın amacı, turist rehberlerinin tur sırasındaki yiyecek içecek tüketim koşullarındaki değişimlerin ve turist rehberlerine olan etkilerinin belirlenmesidir. Bu amaçla gerçekleştirilecek olan araştırma nitel araştırma yöntemlerinden olgubilim (fenomonolojik) modelinde tasarlanmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu turist rehberleri oluşturmaktadır. Araştırmanın verileri, araştırmacılar tarafından çalışmanın amacına uygun olarak hazırlanmış yarı yapılandırılmış form kullanılarak görüşme yöntemi ile elde edilmiştir. Verilerin analizi içerik analizi yöntemi ile gerçekleştirilerek temalar ve kodlar aracılığı ile kategorize edilmiş, ayrıca doğrudan alıntılara yer verilerek temalar daha detaylı açıklanmıştır. Araştırma sonucunda turist rehberlerinin tur sırasında yiyecek içecek tüketim koşullarında bazı değişimler yaşadığı ve bu değişimlerin turist rehberlerini çeşitli açılardan etkilediği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turist rehberi, çalışma koşulları, yiyecek-içecek tüketimi, nitel araştırma

Determining the Changes in Food and Beverage Consumption Conditions During the Tour and Their Effects on Tourist Guides

Res. Assist. Dr. Hasret Ulusoy Mutlu

Balıkesir University Tourism Faculty Department of Tourism Guidance

Res. Assist. Dr. Arzu Balıkoğlu

Balıkesir University Tourism Faculty Department of Tourism Guidance

Assoc. Prof. Dr. Sami Sonat Özdemir

Balıkesir University Tourism Faculty Department of Gastronomy and Culinary Arts

Prof. Dr. Özlem Köroğlu

Balıkesir University Tourism Faculty Department of Tourism Guidance

Tourist guiding profession in Turkey has some distinctive features compared to many other professions. For example, tourist guiding is a profession which do not have the concept of overtime, vary according to the scope and type of the tour program generally have very long and irregular working hours, travel constantly, especially in package tours stay in a different hotel every day and eat at a different restaurant for every meal in accordance with the tour program. These characteristics of the profession cause the food and beverage consumption conditions of the tourist guides to change, especially during the tour, and the situation can affect the tourist guides both physically and psychologically. In this direction, the aim of this study is to determine the changes in the food and beverage consumption conditions of the tourist guides during the tour and their effects on the tourist

guides. The research to be carried out for this purpose was designed in the phenomenological model, which is one of the qualitative research methods. The study group of the research consists of tourist guides. The data of the research were obtained by interview method using a semi-structured form prepared by the researchers in accordance with the purpose of the study. The analysis of the data was carried out with the content analysis method, and they were categorized through themes and codes, and the themes were explained in more detail by including direct quotations. As a result of the research, it was determined that the tourist guides experienced some changes in the food and beverage consumption conditions during the tour and these changes affected the tourist guides in various ways.

Keywords: Tourist guide, working conditions, food and beverage consumption, qualitative research

Yer Bağlılığı ve Turizm: Kavramsal Bir İnceleme

Öğr. Gör. İlkay Mert

Ege Üniversitesi

Bergama Meslek Yüksekokulu

Seyahat-Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü

Turizm Animasyonu Programı

İnsan-yer etkileşimi sosyal bilimlerin farklı disiplinlerinin temel bir araştırma konusudur. Bu çerçevede yer bağlılığı, insanın çevreyle kurduğu duygusal bağı tanımlamak için kullanılan bir kavramdır. Son yıllarda yer bağlılığı, turizm bağlamında farklı konularla (destinasyon pazarlaması / markalaşması, destinasyon imajı, turist doyumu, destinasyon tercihi ve sadıklığı, gastronomik deneyim, yerel halkın turizme katılımı ve desteği vb.) ilişkisi bakımından tartışılan bir kavramdır. Bu çalışma turizm araştırmaları çerçevesinde yer bağlılığının kavramsal bir incelemesini sunmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yer Bağlılığı, Yer Duygusu, Turizm

Place Attachment and Tourism: A Conceptual Examination

Lec. İlkay Mert

Ege University

Bergama Vocational Training School

Tourism Animation Programme

Human-place interaction is a fundamental research topic of different disciplines of social sciences. In this context, place attachment is a concept used to describe the emotional bond that people establish with the environment. In recent years, place attachment in the context of tourism is a concept that has been discussed in terms of its relationship with different subjects (destination marketing / branding, destination image, tourist satisfaction, destination preference and loyalty, gastronomic experience, participation and support of local people in tourism, etc.). This study aims to present a conceptual examination of place attachment within the scope of tourism research.

Keywords: Place Attachment, Sense of Place, Tourism

Afet Dönemlerinde Tüketilebilecek Gıdalar ve Özel Beslenme İhtiyaçlarına Göre Gıda Önerileri

Dr. Öğr. Üy. İlkay Yılmaz

Başkent Üniversitesi

Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

Dr. Öğr. Üy. Nurten Beyter

Başkent Üniversitesi

Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

Öğr. Gör. Servet Kazım Güney

Başkent Üniversitesi

Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

Afetler, bireylerin fizyolojik olarak kaynaklara ulaşmasını kısıtlamaktadır. Bu dönemlerde gıda kaynaklarına ulaşmanın zorluğu, ulaşım ve pazarlama sisteminin bozulması ve ekonomik hasarlar sebebiyle gıda açığı kaçınılmaz olmaktadır. Fakat bir afetin hemen ardından, bireyler sağlıklı beslenerek hem fizyolojik hem psikolojik sağlığını sürdürmelidirler. Çok miktarda kızarmış yiyecek, yüksek tuz ve genellikle yetersiz miktarda sebze ve çoğu zaman da yüksek oranda tatlı, ekmek, makarna, erişte gibi karbonhidratlardan oluşan beslenme sistemi bireylerin enfeksiyon hastalıklarının sıklığı ve şiddeti artırmak ve iyileşme süresi uzamaktadır. Yemeklerde çeşitlilik olmaması, çadır veya konteynırlarda uzun süre kalma ve büyük depremlerde artçı şok korkusu gibi faktörler de iştahın azalmasına da katkıda bulunmaktadır. Yapılan araştırmalar barınaklardaki gıda kalitesinin yetersiz olduğunu göstermektedir. Bu çalışmada afetlerde toplumun beslenmesi ve hassas gruplara yönelik beslenme planı oluşturulması ve doğal afetlerden sonra besleyici değeri yüksek ve uzun süre dayanan gıdaların üretilmesinin planlanması, duyuşsal analizlerinin yapılması ve tüketici beğenisine sunulması amaçlanmıştır. Geliştirilen ürünler eğitimli panelistler tarafından kalite derecelendirme testine tabi tutulacak ve panelistlere ürünün görünüş, doku, koku, lezzet, genel beğeni kalite kriterleri alt başlıklarla değerlendirmeleri istenecektir. Ayrıca kalite derecelendirme testinde en yüksek puanı alan ürünler ise 80 kişilik tüketici grubuna tattırılacaktır. Böylelikle geliştirilen ürünlerle afetlerde bireylerin önerilen enerji ihtiyaçlarını da karşılayarak yeterli ve dengeli beslenememesi sağlanabilecektir.

Anahtar Kelimeler: Doğal afetler, beslenme, ürün geliştirme, depresyon, gastronomi

Food To Be Consumed in Disaster Periods and Food Recommendations According to Special Nutritional Needs

Assist. Prof. Dr. İlkay Yılmaz

Baskent University

Faculty of Fine Arts, Design and Architecture Department of Gastronomy and Culinary Arts

Assist. Prof. Dr. Nurten Beyter

Baskent University

Faculty of Fine Arts, Design and Architecture Department of Gastronomy and Culinary Arts

Lect. Servet Kazım Güney

Baskent University

Faculty of Fine Arts, Design and Architecture Department of Gastronomy and Culinary Arts

Disasters restrict individuals' physiological access to resources. In these periods, food shortage is inevitable due to the difficulty of accessing food sources, the deterioration of the transportation and marketing system, and economic damage. However, immediately after a disaster, individuals should maintain both their physiological and psychological health by eating healthy. The nutritional system consisting of a large amount of fried food, high salt and generally insufficient amount of vegetables and often carbohydrates such as sweets, bread, pasta, noodles increases the frequency and severity of infectious diseases of individuals and the recovery period is prolonged. Factors such as lack of variety in meals, prolonged stay in tents or containers, and fear of aftershocks in large earthquakes also contribute to decreased appetite. Research shows that the quality of food in shelters is insufficient. In this study, it is aimed to feed the society in disasters, to create a nutrition plan for vulnerable groups, to plan the production of foods with high nutritional value and long-lasting after natural disasters, to make sensory analyzes and to present them to the consumer's taste. The developed products will be subjected to a quality rating test by trained panelists and the panelists will be asked to evaluate the product's appearance, texture, smell, taste, general taste and quality criteria under subheadings. In addition, the products with the highest score in the quality rating test will be tasted by a consumer group of 80 people. Thus, with the products developed, it will be possible to meet the recommended energy needs of individuals in disasters and not to be fed adequately and balancedly.

Keywords: Natural disasters, nutrition, product development, earthquake, gastronomy

Kültür, İnanç ve Gastronomi Sentezinde Turistik Bir Değer: Dedebağ Keşkek Hayrı

Dr. Öğr. Üy. İsmail Mert Özdemir

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi

Dr. Öğr. Üy. Hüseyin Önlem Ersöz

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi

Öğr. Gör. Kadir Baysal

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

Türkiye’de turizmle ilgili Manisa Mesir Macunu festivali, Alaçatı Ot festivali gibi farklı ürün ve lezzet temalı birçok gastronomik etkinlik gerçekleştirilmektedir. Türk kültüründe önemli bir yer tutan keşkek de yemek temalı etkinliklerin başında gelmektedir. Buğday ve et ağırlıklı bir yemek olan keşkek farklı bölgelerde farklı şekillerde yapılmaktadır. Aydın’ın Karacasu ilçesine özgü coğrafi işaretli Dedebağ Keşkeği de inanç temelli ortaya çıkışı, üretiminde kullanılan et türü ve farklı üretim şekli ile diğer bölgelerde yapılan keşkeklerden farklılaşmaktadır. Bunlara ilaveten, Dedebağ Keşkeği, ilçede her yıl onbinlerce kişinin katılımı ile gerçekleştirilen 740 yıllık kültürel miras geleneği hayra konu olmaktadır. Bu çalışmanın amacı; Karacasu ilçesinde gastronomik bir değer olan Dedebağ Keşkeğini ve onun özelinde gerçekleştirilen Geleneksel Dedebağ Hayrını öne çıkarmaktır. Çalışmada veri toplamada birincil ve ikincil kaynaklardan faydalanılmıştır. Birincil kaynaklar keşkek hayrında her yıl görev alanlar, keşkek hayrına maddi destek sağlayanlar, ziyaretçiler ve ilçenin ileri gelenlerinden oluşmaktadır. Elde edilen veriler doğrultusunda, hayra ilişkin aşamalar (hazırlık, yapım, sunum) görsellerle desteklenerek açıklanmıştır. Çalışma sonucunda, ilçede önemli bir miras kaynağı olarak yüz yıllardır süren Dedebağ Keşkek Hayrının inanç değerleri üzerine yükseldiği, gönüllülük esasına göre yapıldığı, ilçedeki duygusal dayanışmayı arttırdığı ve çekici bir unsur olarak turistik hareketlilik sağlayan bir etkinlik olduğu ortaya konmuştur. Çalışma yerel yönetimlere gastronomi turizmi ve etkinlik turizmi çerçevesinde sunulan önerilerle son bulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Dedebağ Keşkeği, Dedebağ Keşkek Hayrı, Gastronomi Turizmi, Etkinlik Turizmi, Karacasu

A Touristic Value in the Synthesis of Culture, Belief and Gastronomy: Dedebağ Keşkek Hayrı

Assist. Prof. Dr. İsmail Mert Özdemir

Aydın Adnan Menderes University

Assist. Prof. Dr. Hüseyin Önlem Ersöz

Aydın Adnan Menderes University

Lect. Kadir Baysal

Muğla Sıtkı Koçman University

Many gastronomic events with different product and flavor themes are held in Turkey, such as the Manisa Mesir Paste Festival and the Alaçatı Herb Festival. Keşkek, which has an important place in Turkish culture, is one of the food-themed activities. Keşkek, which is a wheat and meat-based dish, is made in different ways in different regions. Dedebağ Keskek differs from the other regions with its uniqueness to the Karacasu district of Aydın province, its geographical indication, its belief-based appearance, the type of meat used in its production and its different recipe. In addition to these, Dedebağ Keşkeği has a 740-year-old cultural heritage tradition, which is held with the participation of tens of thousands of people every year. The aim of this study is to highlight the Dedebağ Keşkeği, which is a gastronomic value in Karacasu district, and the Traditional Dedebağ Hayri, which is identified with it. In the study, primary and secondary sources were used to collect data. Primary sources consist of those who take part in the keşkek charity every year, those who provide financial support for the keşkek charity, visitors and the notables of the district. In line with the data obtained, the stages (preparation, production, presentation) of Dedebağ Keşkek Hayri were explained by supporting them with visuals. As a result of the study, it has been revealed that Dedebağ Keşkek Hayri, which has been going on for hundreds of years as an important heritage source in the district, rises above the values of belief, is done on a voluntary basis, increases the emotional solidarity in the district and provides touristic mobility as an attractive element. The study concluded with the suggestions presented to local governments within the framework of gastronomy tourism and event tourism.

Keywords: Dedebağ Keşkeği, Dedebağ Keşkek Hayri, Gastronomy Tourism, Event Tourism, Karacasu

Bariatrik Cerrahinin Gastronomiye Yansıması

İzen Çimen

Obezite günümüzde gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin en önemli sağlık sorunları arasında yer almaktadır. Obezite genel olarak bedenin yağ kütesinin yağsız kütleyle oranının aşırı artması sonucu boy uzunluğuna göre vücut ağırlığının arzu edilen düzeyin üstüne çıkmasıdır. Bilindiği üzere beslenme; anne karnında başlayarak yaşamın sonlandığı ana kadar devam eden yaşamın vazgeçilmez bir ihtiyacıdır. Obezite bir hastalıktır. Çeşitli tedavi yöntemleri vardır bunlardan birisi de cerrahi tedavidir. Obezitede cerrahi yaklaşım temelde ikiye ayrılır. Besinlerle alınan enerjinin azaltılmasına yönelik bariyatrik cerrahide hedef, besinlerin gastrointestinal sistemde emilimlerini azaltmaktır. Bu amaçla bypass, gastropласти, gastrik bantlama, gastrik balon vb. yöntemleri kullanılır. Bu tedavi estetik

ağırlıklıdır ve eğer hasta obezite tedavisinin gereklerini yerine getirmezse yağ birikimi tekrar gerçekleşmektedir. Çocukluğundan beri kilolu bir yapıya sahip bir insanın yıllar içerisinde nereden nelerle mücadele ettiğini dair sizlerle anılarımı paylaşmak isterim. Peki giden kilolar ile neler değişti? Mutfağım, Kafa yapım ,Önceliklerim değişti. Kısacası hayatım değişti. Peki mutfağım nasıl değişti? Tüp mideli birinin ameliyat sonrasında ameliyatın uzun dönem başarısı önerilen diyetle uymakla çok ilişkilidir. Ameliyattan sonraki 2 hafta katı yiyecek alınmamalıdır. Sıvı gıda diyetini yumuşak sulu gıda takip etmelidir. Katı gıdalar diyetler üzerinde baskı yapar ve kusma ve midede rahatsızlık hissi oluşturur. Tüp mide ameliyatı sonrası yemeklerle beraber sıvı tüketilmemesi tavsiye edilir. Sıvılar yemeklerin mide tüpünden daha hızlı geçmesine neden olduğu için bulantı ya da ishale yol açabilir. Yemeğin üzerinden en az 30 dakika sonra su içilmesi gerekir. Katı gıdalara geçildiğinde ise yemeklerin çok çiğnenerek yavaş tüketilmesine dikkat edilmelidir. Sağlıklı bir yaşam hepimizin hakkı!

Anahtar Kelimeler: Obezite Cerrahi, Gastronomi, Beslenme

Gastronomide Yeni Yaklaşım: Nörogastromi

Doç. Dr. Kadriye Alev Akmeşe

Selçuk Üniversitesi

Beyşehir Ali Akkanat Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

Gastronomi, son otuz yılda dünya genelinde özellikle turizmin bir unsuru olarak dikkat çeken bir deneyimleme süreci olmuştur. Gastronominin ilgi görmesinde ve gelişmesinde birçok değişkenin etkili olduğu söylenebilir. Gastronomi, ekonomik kalkınmada da turizm aracılığı ile kullanılan güçlü aktörlerden birisi haline gelmektedir. Yerel gastronomik unsurların destinasyon pazarlamasında kullanılması bölgelerin sosyal, ekonomik ve çevresel kalkınmasına katkılar sağladığı açıktır. Gastronominin destinasyon pazarlamasında kullanılmasında tercih edilen farklı yaklaşımlar mevcuttur. Gastronomi turistlerinin zevk, tercih ve beklentilerine göre farklılaşan gastronomik ürün ve hizmetler sunulmaktadır. Yarışmalar, festivaller, üretim sürecine dahil etme ve workshop etkinlikleri, klasik gastronomi temelli seyahatlere alternatif olarak ortaya çıkan uygulamalardır. Bununla birlikte, yerel ve uluslararası gastronomide kişilerin tercihlerini etkileme ve değiştirme adına yapılan farklı ve yeni uygulamalar ve çalışmalar da mevcuttur. Nörogastromi kavramı, bireylerin gastronomik unsurları algılama süreçlerinde duyuşal faktörlerin etkisi üzerine çalışan, görece yeni bir alandır. Uygulamada ve literatürde yeni olması nedeniyle nörogastromi kavramına ilişkin yazılı kaynaklar da kısıtlıdır. Bu çalışmada, nörogastromi alanı kavramsal çerçevede ele alınmış, teorik çerçeveye ve saha uygulamalarına yönelik tanımlamalara yer verilmiş ve araştırma yöntemi olarak bibliyometrik analizden yararlanılmıştır. Çalışma, nörogastromi uygulamaları ve araştırmaları çerçevesinde gastronomi bilimine rehberlik etmesi açısından önem arz etmektedir ve bilimsel çalışmalara katkı sağlaması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Nörogastromi, teori, bağlam, gastronomi çalışmaları

New Approach in Gastronomy: Neurogastronomy

Assoc. Prof. Dr. Kadriye Alev Akmeşe

Selçuk University

Beyşehir Ali Akkanat Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts

Gastronomy has been a remarkable experience, especially as an element of tourism, throughout the world in the last thirty years. It might be stated that many variables are effective regarding to the development and the attention being directed to gastronomy. Gastronomy is becoming one of the powerful actors used in economic development through tourism. It is apparent that the use of local gastronomic elements in destination marketing contributes to the social, economic and environmental development of the regions. There are different approaches preferred in the use of gastronomy in destination marketing. Different gastronomic products and services are offered according to the tastes, preferences and expectations of gastronomic tourists. Contests, festivals, inclusion in the production process and workshop activities are applications that emerged as an alternative to classical gastronomy-based travels. However, there are also different and new practices and studies carried out in order to influence and change the preferences of people in local and international gastronomy. The concept of neuro-gastronomy is a relatively new field that studies the effect of sensory factors on individuals' perception of gastronomic elements. Written sources on the concept of neuro-gastronomy are also limited, as it is new in practice and in the literature. In this study, the field of neuro-gastronomy was discussed in a conceptual framework, definitions for the theoretical framework and field applications were included, and bibliometric analysis was used as a research method. The study is important in terms of guiding the science of gastronomy within the framework of neuro-gastronomy practices and research and is expected to contribute to scientific studies.

Keywords: neurogastronomy, theory, concept, gastronomy studies

İnanç Turizmi Kapsamında Denizli: Antik Dönemde Denizli’de Yahudilik ve Hristiyanlık

Doç. Dr. Kamil Yağcı

Pamukkale Üniversitesi

Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü

kyagci@pau.edu.tr

Dr. Öğr. Üy. Semih Arıcı

Pamukkale Üniversitesi

Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü

sarici@pau.edu.tr

Doç. Dr. Şeyma Ay-Arçın

Pamukkale Üniversitesi

Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü

say@pau.edu.tr

Tarihi kaynaklardan öğrenildiği üzere Selevkos egemenliği döneminde Yahudiler göç ve tehir olayı ile karşı karşıya kalmışlardır. Yahudiler, Anadolu’da Frigya’nın güney batısına yerleştirilmişlerdir. Bir Frigya kenti olan ve günümüzde Denizli ili sınırları içinde yer alan Honaz’da (Colossia), Cicero’nun aktardığına göre Yahudi yerleşimi bulunmaktadır. Hristiyanlık Hz. İsa ile Kudüs’te oraya çıktıktan sonra hızla yayılmış, özellikle Roma imparatorluğu dâhilindeki ezilen halklar tarafından kabul edilmiştir. Epaphras’ın kurduğu kilise ile Hristiyanlığa davet edilen Honaz (Colossia) halkı atalara ait gelenekleri devam ettirmemeleri konusunda Paul tarafından bir mektupla uyarılmıştır. Bununla birlikte ismini Bergama krallarının efsanevi atası olan Telephos’un karısı Hiera’dan alan ve Bergama krallarından II. Eumenes tarafından kurulan Hierapolis (Pamukkale) kentinde, Hz. İsa’nın on iki havarisinden biri olan Aziz Filip’in mezarının bulunması, kentin öncelikle Hristiyan dünyası için

uğrak noktalarından biri olmasını sağlar. Hristiyan hacıların geçmesi için bir köprü kalıntısının bulunması antik dönemde kentin bir hac merkezi olduğunu gösterir. Bu çalışmanın amacı Colossia ve Hierapolis Antik Kentlerinin Yahudilik ve Hristiyanlık içerisindeki önemi vurgulayarak inanç turizmi kapsamında kentlerin tanınırlığının artırılması amacıyla öneriler sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Denizli, Honaz, Pamukkale, Hristiyanlık, Yahudilik

Denizli in the Scope of Faith Tourism: Judaism and Christianity in Denizli During Antiquity

Assoc. Prof. Dr. Kamil Yağcı

Pamukkale University

Faculty of Tourism, Department of Tourism Guidance

kyagci@pau.edu.tr

Assist. Prof. Dr. Semih Arıcı

Pamukkale University

Faculty of Tourism, Department of Tourism Guidance

sarici@pau.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Şeyma Ay-Arçın

Pamukkale University

Faculty of Tourism, Department of Tourism Guidance

say@pau.edu.tr

As learned from historical sources, Jews faced immigration and deportation during the Seleucid period. Jews were settled in the south-west of Phrygia in Anatolia. According to Cicero, there is a Jewish settlement in Honaz (Colossia), a Phrygian city located within the borders of Denizli province today. Christianity, after appearing in Jerusalem with Jesus, it spread rapidly and was accepted by the oppressed peoples, especially within the Roman empire. The people of Honaz (Colossia), who were invited to Christianity with the church founded by Epaphras, were warned by Paul with a letter not to continue their ancestral traditions. However, it was named after Hiera, the wife of Telephos, the legendary ancestor of the Pergamon kings, and founded by Pergamon King Eumenes II, Hierapolis (Pamukkale) has the tomb of St. Philip, one of the twelve apostles of Jesus, that makes the city one of the most frequent destinations for the Christian world. Finding the remains of a bridge for Christian pilgrims, indicates that the city was a pilgrimage center in ancient times. The aim of this study is to emphasize the importance of the ancient cities of Colossia and Hierapolis in Judaism and Christianity and offer suggestions to increase the recognition of the cities within the scope of faith tourism.

Keywords: Denizli, Honaz, Pamukkale, Christianity, Judaism

Konya İli Derbent İlçesinin Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi Üzerine Nitel Bir Araştırma

Kamile Gürdal

Aksaray Üniversitesi

Turizm Rehberliği, Yüksek Lisans Öğrencisi

kamile.gurdal.17@gmail.com

Prof. Dr. Esin Özkan

Aksaray Üniversitesi

Turizm hızla büyüyüp gelişen bir sektör olup ülkelerin ekonomik gelişimi için önem arz etmektedir. Sadece yaz aylarında değil tüm yıla yayılacak şekilde çeşitli turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesine çalışılmaktadır. Ülkemiz konumu, kıyıları, doğal güzellikleri, tarihi ve kültürel mirasının zenginliği ile turizm potansiyeli yüksek bir ülkedir. Konya iline bağlı Derbent ilçesi de turizm potansiyeli bakımından dikkat çekmektedir. Bu çalışmanın amacı, Derbent'in turizm potansiyelini ve bu bölgenin turizm destinasyonu haline gelebilmesi için yapılabilecek faaliyetleri ortaya koymaktır. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden birisi olan amaçsal örneklem yöntemi uygulanmış ve yöneticiler belli bir amaç doğrultusunda seçilmiştir. 6 soruluk yarı yapılandırılmış bir görüşme formu hazırlanarak turizmle ilgili kurumlarda görev yapan yöneticilerle mülakat tekniği ile görüşmeler yapılmıştır. Çalışmadan elde edilen verilere göre, Derbent ilçesinin kar yağışının yoğun ve dağda kaldığı sürenin uzun olması nedeniyle kış turizmine uygun olduğu; bunun yanında yüksek dağlarının ve ormanlık alanlarının bulunması nedeniyle doğa turizmi faaliyetlerinin de yapılabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Bu bölgede yapılacak turizm yatırımları ile bölgenin sosyo ekonomik yönden gelişeceği, Konya ili ve çevre iller bakımından da bir kış turizmi, ekoturizm destinasyonu haline gelebileceği düşünülmektedir. Hem yerli halka hem de Konya iline ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan fayda sağlayacağına inanılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Derbent, Nitel Araştırma

A Qualitative Study on the Determination of Tourism Potential of the Derbent District of Konya Province

Kamile GÜRDAL
Aksaray University
Tourist Guiding, Graduate Student
kamile.gurdal.17@gmail.com
Prof. Dr. Esin Özkan
Aksaray University
Tourism Faculty, Department of Tourist Guiding
esinozkan@aksaray.edu.tr

Tourism is a rapidly growing and developing sector and important for the economic development of countries. Efforts are made to carry out various tourism activities not only in the summer months but also throughout the year. Our country is a country with high tourism potential with its location, coasts, natural beauties, and richness of its historical and cultural heritage. Derbent district of Konya province also draws attention in terms of tourism potential. The aim of this study is to reveal the tourism potential of Derbent and the activities that can be done to make this region a tourism destination. Purposive sampling method, which is one of the qualitative research methods, was applied in the study and the managers were selected for a specific purpose. A semi-structured interview form consisting of 6 questions was prepared and interviews were conducted with the managers working in tourism-related institutions using the interview technique. According to the data obtained from the study, Derbent district is a suitable region for winter tourism due to the heavy snowfall and the long stay in the mountains; In addition, it has been concluded that it is a suitable region for ecotourism activities due to its high mountains and forest areas. It is thought that the region will develop socio-economically with the tourism investments to be made in this region, and it can become a winter tourism and ecotourism destination in terms of Konya and surrounding cities. It is believed that it will provide economic and

socio-cultural benefits to both the local people and the province of Konya.

Keywords: Tourism, Derbent, Qualitative Research

Bir İletişim Aracı Olarak Yemek

Öğr. Gör. Dr. Lale Barçın AKA

Ege Üniversitesi

İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım ABD.

lale.barcin.aka@ege.edu.tr

Yemek bir iletişim aracıdır. Bir düşüncenin, duygunun ve hatta bir kültürün aktarımında araçtır. Geçmişten günümüze insan ve yemek arasındaki ilişki biyolojik bir ihtiyacı karşılamak üzerine kuruluyken zamanla yemeği temin etme sürecinin değişmesi, ateşin icadı, yemeğin pişirilmeye başlanması ve pişirirken artık çeşitli araçlara ihtiyaç duyması ve yemeğin tüketim şekli ve buna göre ortaya çıkan davranış şekillerinin de değişmesi, insan ile yemek arasındaki ilişkiyi sadece biyolojik bir ihtiyaçtan çıkarıp kültürel bir etkileşim kimliğine büründürmüştür. İnsanın yemekle sofrayla kurduğu bu ilişki ve kültürel birikim antropoloji, iletişim, edebiyat, sosyoloji ve kültür çalışmaları gibi alanlarda incelenmeye başlanmıştır. Yemeğin anlamı, yiyecekler yoluyla kültürün keşfedilmesi anlamına gelmektedir. Ne tükettiğimiz, kimin hazırladığı, kiminle yediğimiz, pişmiş olup olmaması, bir yiyeceği öncelikle kimin yediği gibi faktörler sebebiyle yemek, zengin bir iletişim şeklidir. Bireyler, topluluklar ve hatta ülkeler arasındaki bağları güçlendirebilmektedir. Bu çalışmada, Amerikan kültürü ve Türk kültüründe yemeğin sembolik olarak işlevi, yemeğin bireysel ve toplumsal kimlikle olan ilişkisi, iki kültürdeki pek çok edebi eserde işlenen yemek teması ve yemekle ilgili kuramsal yaklaşımlar incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Yemek, iletişim, kültür

Food As A Communication Tool

Lect. Dr. Lale Barçın AKA

Ege University

Faculty of Communication, Public Relations and Publicity

lale.barcin.aka@ege.edu.tr

Food is a means of communication. It is a tool for the transmission of a thought, an emotion and even a culture. While the relationship between human and food from past to present is based on meeting a biological need, the change in the process of providing food over time, the invention of fire, the beginning of cooking food and the need for various tools while cooking, and the change in the way food is consumed and the behavior patterns that emerge accordingly, eating with humans It has taken the relationship between us out of a biological need only and assumed the identity of a cultural interaction. This relationship and cultural accumulation that people establish with food and the table has begun to be examined in fields such as anthropology, communication, literature, sociology and cultural studies. The meaning of food is the discovery of culture through food. Eating is a rich form of communication due to factors such as what we consume, who prepares it, who we eat with, whether it is cooked or not, who eats a food first. It can strengthen ties between individuals, communities and even countries. In this study, the symbolic function of food in American and Turkish culture, the relationship of food with individual and social identity, the theme of food in many literary works in both cultures and theoretical approaches related to food will be examined.

Keywords: Food, communication, culture

Afetlerde Beslenme: 6 Şubat Kahramanmaraş Depremleri Üzerinden Bir Değerlendirme

Dr. Öğr. Üy. Mehmet Akif Şen

Giresun Üniversitesi

Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

Beslenme kavramı insanoğlunun yaşamını devam ettirebilmesi için gerekli ve zorunlu bir eylemdir. İnsan, doğumundan ölümüne kadar her an beslenmek durumundadır. Her ne şartta olursa olsun veya hangi tip besin maddesi bulursa bulsun insan beslenme gereksiniminden uzak kalmamaktadır. Beslenemeyen insanın hayati fonksiyonları kaybolmaya başlar ve zamanla yok olur, kişi ölür. Hayatın normal şartlar altında devam ettiği durumlarda insanoğlu, evlerinde hazırladıkları yiyecekleri veya herhangi bir toplu tüketim noktasındaki besini tüketerek o günkü yemek ihtiyacını gidermektedir. Bazı durumlarda da besine ulaşım kısıtlı olmakta veya süreç zorlaşmaktadır. İnsanoğlunun besine ulaşmakta zorluk çekebileceği durumlardan bir tanesi de doğal afetlerdir. Türkiye bir deprem ülkesidir. 6 Şubat 2023 tarihinde meydana gelen ve Türkiye'nin 10 ilinde yıkım meydana getiren depremde yüzbinlerce ev ve iş yeri yıkılmış veya zarar görmüştür. Bu deprem, yabancılarla birlikte 15,2 milyon kişiyi etkilemiştir. Bu çalışmada, en büyük doğal afetlerden biri olan deprem dolayısıyla insanların beslenmesinin ne şekilde olduğunu araştırmak amaçlanmıştır. Bu amaçla 10-16 Şubat tarihlerinde depremden etkilenen illerden bir tanesi olan Gaziantep'te gözlem ve çalışmalar yapılmıştır. Yapılan bu gözlem ve çalışmalar depremzede vatandaşlara günlük ortalama 3500 porsiyon yemek hizmeti sunulduğu esnada gerçekleştirilmiştir. Giresun Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü öğrencileri ile birlikte Gaziantep ilinde sahra çadırı kurulmuş ve çeşitli noktalardaki depremzedelere yemek hizmetinde bulunulmuştur. Yapılan çalışmada devlet kurumlarının hızlı bir şekilde depremzedelerin beslenme ihtiyaçlarını çözdiği görülmüştür. Halkın iyi niyetle gönderdikleri gıda yardımlarının tam anlamıyla amacına ulaşmadığı, çok fazla olması sebebiyle bayatlayan ekmeklerin, bozulan yemeklerin ve gıda güvenliği konusunda yanlışların olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Afet, deprem, beslenme, gıda

Nutrition in Disasters: An Evaluation on February 6 Kahramanmaraş Earthquakes

Assist. Prof. Dr. Mehmet Akif Şen

Giresun University

Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts

The concept of nutrition is a necessary and compulsory action for human beings to continue their lives. Man has to be fed every moment from birth to death. Regardless of the circumstances or whatever type of nutrient one finds, people do not stay away from their nutritional needs. The vital functions of a person who cannot be fed begin to disappear over time, and the person dies. In cases where life continues under normal conditions, human beings meet their daily food needs by consuming the food they prepare at home or at any mass consumption point. In some cases, access to

food is limited and the process becomes difficult. One of the situations where human beings may have difficulty in reaching food is natural disasters. Türkiye is an earthquake country. Hundreds of thousands of houses and workplaces were destroyed or damaged in the earthquake that occurred on February 6, 2023 and occurred in 10 provinces of Turkey. This earthquake affected 15.2 million people, including foreigners. In this study, it is aimed to investigate how people's nutrition is affected by earthquake, which is one of the biggest natural disasters. For this purpose, observations and studies were carried out in Gaziantep, one of the provinces affected by the earthquake, on 10-16 February. These observations and studies were carried out while serving 3500 portions of food per day to the earthquake victims. Together with the students of Giresun University Tourism Faculty Gastronomy and Culinary Arts Department, a field tent was set up in Gaziantep and food services were provided to earthquake victims at various points. In the study, it was seen that government institutions quickly solved the nutritional needs of earthquake victims. It has been determined that the food aid sent by the people in good faith did not fully reach its purpose, and there were mistakes in food safety, stale bread, spoiled food due to too much food aid.

Keywords: Disaster, earthquake, nutrition, food

Deniz Ürünleri ile Yapılan Yemeklerin Gökçeada Yöresel Mutfak Kültüründeki Yeri ve Gastronomi Turizmi Açısından Önemi

Dr. Öğr. Üy. Mehmet ÇAVUŞOĞLU

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Gökçeada UBY, Turizm İşletmeciliği, Gökçeada, Türkiye

mcavusoglu@comu.edu.tr

Olena ÇAVUŞOĞLU

Gastronomi Uzmanı Şef, Gökçeada, Türkiye

lunnacik@gmail.com

Kuzey Ege adalarının incisi Gökçeada, binlerce yıllık insanlık tarihi geçmişi, yöresel yiyecek içecek kültürü ve doğa dostu bir anlayışla gelişmeyi destekleyen Cittaslow ve Slow Food hareketlerine üyeliği ile de dünyada tanınırlığı artmış önemli bir turizm merkezidir. Tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmış bir yerleşim yeri olan Gökçeada, bozulmamış doğası, zengin tarihi geçmişi ve ev sahipliği yaptığı birçok medeniyetin katkısı ile oluşmuş rafine mutfak kültürü ile de günümüzde gözde bir gastronomi turizmi deatasyonu olma özelliği de taşımaktadır. Bu çalışma, yöresel ve geleneksel yöntemlerle üretilen yiyeceklerle gastronomi turizmi faaliyetlerinde öne çıkan ve küreselleşen dünyada somut olmayan gastronomik kültür mirasını koruyan bir Gökçeada gastronomi turizmi yaratma faaliyetlerine destek olmak için yapılmış bir çalışmadır. Çalışmanın birinci bölümünde Gökçeada'nın turistik potansiyeli ve binlerce yıllık bir tarihi geçmişe dayanan mutfak kültürü hakkında bilgiler yer almaktadır. Çalışmanın ikinci bölümünde, Cittaslow ve Slow Food hareketi, gastronomi turizmi ve somut olmayan kültürel miras kavramları açıklanmıştır. Araştırma bölümü olan üçüncü bölümde ise, Gökçeada'nın mutfak kültürü içerisinde yer alan yöresel deniz mahsullü yemekler konusunda yapılmış Nitel bir araştırma yer almaktadır. Sonuç bölümünde ise Gökçeada mutfak kültürü içerisinde yer alan yöresel deniz mahsullü yemeklerin sürdürülebilirliğinin sağlanması ve bu yemeklerin gastronomi turizm çalışmalarında daha etkin kullanımı açısından yapılması gerekenler hakkında öneriler yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler: Gökçeada, Gastronomi, Cittaslow, Slow Food, Yöresel Mutfak

The Place of Seafood Meals in Gökçeada's Local Cuisine Culture and The Importance of Gastronomy Tourism

Assist. Prof. Dr. Mehmet ÇAVUŞOĞLU

Çanakkale Onsekiz Mart University

Gökçeada Vocational School of Applied Sciences, Tourism Management

mcavusoglu@comu.edu.tr

Olena ÇAVUŞOĞLU

Gastronomy Specialist, Chef

lunnacik@gmail.com

The pearl of the North Aegean islands Gökçeada is an important tourism center that has gained recognition in the world with its thousands of years of human history, local food and beverage culture and its membership in the Cittaslow and Slow Food movements that support development with a nature-friendly understanding. Gökçeada, a settlement that has hosted many civilizations throughout history, is also a favorite gastronomic tourism destination with its unspoiled nature, rich historical past and refined cuisine culture created with the contribution of many civilizations it hosts. This study is a study conducted to support the activities of creating gastronomic tourism in Gökçeada, which stands out in gastronomic tourism activities with foods produced with local and traditional methods and preserves the intangible gastronomic cultural heritage in the globalizing world. In the first part of the study, there is information about the touristic potential of Gökçeada and its culinary culture based on thousands of years of history. In the second part of the study, the concepts of Cittaslow and Slow Food movement, gastronomic tourism and intangible cultural heritage are explained. In the third section, which is the research section, there is a qualitative research on local seafood dishes in Gökçeada's culinary culture. In the conclusion part, there are suggestions about what needs to be done in terms of ensuring the sustainability of local seafood dishes in Gökçeada's culinary culture and using these dishes more effectively in gastronomy tourism studies.

Keywords: Gökçeada, Gastronomy, Cittaslow, Slow Food, Local Cuisine

Sürdürülebilir Gastronomi Kapsamında Restoranlarda Yeşil Mutfak ve Atık Yönetimi Uygulamaları: Teori ve Pratiğin Karşılaştırılması

Dr. Öğretim Üy. Merve Öksüz

Başkent Üniversitesi

Ticari Bilimler Fakültesi, Turizm İşletmeciliği

merveoksuz@baskent.edu.tr

Globalleşme ve her alanda hızla gelişen teknoloji ortalama insan ömrünü uzatmıştır. Bu da dünyada zaten kıt olan kaynaklarımızı nüfus artışı ile birlikte daha fazla tüketmemizin yolunu açmıştır. Dünya nüfusu için üretilen gıdada arz ve talep dengesizliği o kadar artmıştır ki gıdaların üçte biri nihai tüketiciye ulaşmadan atığa dönüşmektedir. Tüm işletmelerde olduğu üzere yeme-içme sektöründe de enerji ve su kaynaklarının fazla kullanılması, gıda atığı ve israfı karşımıza çıkmaktadır. Birleşmiş Milletler'in Gıda İsraf Raporu incelendiğinde gıda atığı dünyada yıllık 931 milyon tonken Türkiye'de ise yıllık 7.7 milyon tondur. Gelecek nesilleri de göz önünde bulundurarak kıt olan doğal ve yapay

kaynaklarımızı az tahrip ederek kullanma dayanan sürdürülebilirlik kavramı gastronomi alanında da kullanılmaktadır. Sürdürülebilir gastronomi kapsamında restoranlar bu israfın önüne geçilmesi ve kaynakların sınırlı kullanılabilmesi için yeşil yönetim, yeşil mutfak ve atık yönetimi gibi çevresel uygulamaları işletmelerinde benimsemeye başlamışlardır. Sürdürülebilir gastronomi kapsamında restoranlarda yeşil mutfak ve atık yönetimi uygulamaları çalışması doğrultusunda beş farklı mutfak şefi ile görüşülerek restoran veya mutfaklarında atık ve gıda yönetimi, sürdürülebilir gıda, kaynak kullanımı ve çevresel uygulamaları ve müşterileri ile ilgili iletişimden oluşan dört ana başlık altında toplam yarı yapılandırılmış sekiz tane soru sorulacaktır. Sorulan bu soruların cevapları içerik analizi ile yorumlanarak teoride yazılan ve yapılması gereken kurallar ile karşılaştırılarak bir çıkarım yapılmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: sürdürülebilirlik, sürdürülebilir turizm, sürdürülebilir gastronomi, yeşil mutfak

Green Kitchen and Waste Management Practices in Restaurants in the Scope of Sustainable Gastronomy: Comparison of Theory and Practice

Assist. Prof. Dr. Merve Öksüz

Başkent University

Faculty of Commercial Sciences, Tourism Management

merveoksuz@baskent.edu.tr

Globalization and rapidly developing technology in every field have extended the average human lifespan. Population growth paved the way for us to consume more of our already scarce resources in the world. The imbalance between supply and demand in food production for the world population has increased so much that one-third of the food is turned into waste before reaching the final consumer. As in all restaurants, excessive use of energy and water resources and food waste appear in the food and beverage sector. When the Food Waste Report of the United Nations is examined, it is clear to see that the annual food waste is 931 million tons in the world, it is 7.7 million tons in Turkey. The concept of sustainability, which is based on the use of our scarce natural and artificial resources with minimal destruction, taking into account future generations, is also used in the field of gastronomy. Within sustainable gastronomy applications, restaurants have started to adopt environmental practices such as green management, green kitchen and waste management in their businesses to prevent this waste and to use limited resources. Five different kitchen chefs will be interviewed in line with the study of green kitchen and waste management practices in restaurants within the scope of sustainable gastronomy. During the interview, eight semi-structured questions in total under four main headings, consisting of waste and food management in restaurants or kitchens, sustainable food, resource use and environmental practices, and communication with customers will be asked. The answers to these questions will be interpreted with content analysis, and inference will be made by comparing them with the rules written in theory and application in practice.

Keywords: sustainability, sustainable tourism, sustainable gastronomy, green kitchen

Gastronomi Turizmi Perspektifinden Kriz Yönetimi

Arş. Gör. Merve UÇKAN ÇAKIR

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları

mervecakir@yyu.edu.tr

Doç. Dr. Serkan ŞENGÜL

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi

Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları

serkansengul@subu.edu.tr

Turizm endüstrisi oldukça kırılgan yapıdaki endüstrilerden biri olarak doğal afetler, küresel salgınlar, terör saldırıları, ekonomik dalgalanmalar ve sosyal krizler gibi birçok olgudan etkilenmektedir. Turizm endüstrisi hizmet endüstrileri içerisinde insana bağımlı endüstrilerden biridir. Bu nedenle olası afet senaryolarında meydana gelebilecek herhangi bir kriz için gerekli stratejiler ve yöntemlere sahip olmalıdır. Turistler kendilerini gerçekleştirme ihtiyacı sonucunda seyahat ederek, güvenli bir deneyim yaşamak istemektedir. Ancak kriz ortamında kriz durumu ortadan kalkmadan turistlerin o bölgeye tekrar seyahat etmeleri mümkün görülmemektedir. Bu bağlamıyla değerlendirildiğinde gastronomi turizmi de dahil olmak üzere turizm faaliyetlerinin neredeyse sonlanma noktasına geldiği doğal afetler sonrasında kriz yönetimi stratejilerinin belirlenmesi oldukça önemli görülmektedir. Bu bağlamda araştırma kapsamında gastronomi turizminin uğrak noktalarından olan UNESCO gastronomi şehirleri Hatay ve Gaziantep şehirlerine yönelik kriz yönetimi stratejileri için bir ön çalışma yapılması bu araştırmanın temel amacıdır. Gastronomi turizmi açısından Türkiye'nin marka yüzleri olan bu şehirler ulusal ve uluslararası basında yer alan haberlerin neden olduğu afetin ekonomik, sosyal, psikolojik ve fizyolojik olumsuz etkilerin dışında marka imajında ve turizm gelirlerinde düşüşler yaşamaktadır. Bölgenin tekrar kalkınması ve istihdam olanaklarının artarak şehirlerin tekrar inşa edilmesi açısından turizmin ve gastronominin oldukça önemli kabul edildiği bu şehirlere yönelik marka imajının etkili stratejilerle desteklenmesi gerekmektedir. Bu çalışmada ulusal ve uluslararası basında ilgili şehirler hakkında çıkan haberler nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi ve içerik analizi yöntemleri kullanılarak analiz edilecektir. Bu analizin bölgenin mevcut gastronomi arzlarına ilişkin bir ön değerlendirme niteliğinde bulgular sunması beklenmektedir. Ardından tespit edilen bulgular doğrultusunda bölgenin gastronomi marka imajının korunması ve olumlu yönde geliştirilmesi amacıyla stratejiler sunulması amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Doğal Afet, Kriz Yönetimi, UNESCO, Marka İmajı

Crisis Management from the Perspective of Gastronomy Tourism

Res. Assist. Merve UÇKAN ÇAKIR

Van Yüzüncü Yıl University

Faculty of Tourism, Gastronomy and Culinary Arts

mervecakir@yyu.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Serkan ŞENGÜL

Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Gastronomy and Culinary Arts

As one of the highly fragile industries, the tourism industry is affected by many phenomena such as natural disasters, global epidemics, terrorist attacks, economic fluctuations, and social crises. The tourism industry is one of the human-dependent industries among the service industries. For this reason, it should have the necessary strategies and methods for any crisis that may occur in possible disaster scenarios. Tourists want to have a safe experience by traveling as a result of the need for self-realization. However, in a crisis environment, tourists can't travel to that region again before the crisis disappears. When evaluated in this context, it is considered very important to determine crisis management strategies after natural disasters, where tourism activities, including gastronomic tourism, almost come to an end. In this context, the main purpose of this research is to conduct a preliminary study for crisis management strategies for the UNESCO gastronomy cities of Hatay and Gaziantep, which are frequented points of gastronomy tourism within the scope of the research. These cities, which are the brand faces of Turkey in terms of gastronomic tourism experience, have decreased in brand image and tourism revenues, apart from the economic, social, psychological, and physiological negative effects of the disaster caused by the news in the national and international press. The brand image for these cities, where tourism and gastronomy are considered too important, should be supported by effective strategies in terms of the re-development of the region and the rebuilding of cities by increasing employment opportunities. In this study, the news about the relevant cities in the national and international press will be analyzed using document analysis and content analysis methods, which are qualitative research methods. This analysis is expected to present findings as a preliminary assessment of the region's current gastronomic offerings. Then, in line with the findings, it is aimed to present strategies to protect and positively develop the gastronomy brand image of the region.

Keywords: Gastronomy, Natural Disaster, Crisis Management, UNESCO, Brand Image

Instagram'da İletişim Simetrisi ve Turizm Sektöründen Örnekler

Doç. Dr. Mine Yeniçeri Alemdar

Ege Üniversitesi

İletişim Fakültesi

Web 2.0 teknolojisinin olanak sağladığı çift yönlülük ve diyalog potansiyeli, sosyal medya iletişimde bireysel kullanıcının aktif bir role bürünmesine neden olmuştur. Ancak bu aktiflik dijital ortamda kurumsal kullanıcı ile bireysel kullanıcının eşit olduğu anlamına gelmemektedir. Kurumsal hesap ve bireysel hesap kullanıcıları: Kullanım becerisi, bilgi miktarı, teknolojik donanım sahipliği, hız, teknoloji kullanım amacı gibi pek çok konuda eşit değildir. Kurumsal kullanım bir meslek profesyonelliği içerir iken, bireysel kullanımda böyle bir amaç yoktur. Buna rağmen, sosyal medya ortamlarının farklı kullanıcı tipleri arasında dengeli ve simetrik iletişimi sağladığı fikri yaygındır. Bu doğrultuda turizm sektörü açısından Instagram ortamında, kurumsal ve bireysel hesap sahipleri arasındaki bilgi simetrisini örnekler üzerinden anlamak, analiz etmek bu çalışmanın özünü oluşturmaktadır. Reklamcılar derneği verilerine göre, dijital reklamlarla kişi bazında en çok erişime ulaşan endüstriler içinde yer alan turizm alanından; bir seyahat acentesi, bir ulaşım ve bir konaklama işletmesi olmak üzere 3 kurumsal hesap ve bu hesaplarda takipçiler ile oluşan diyalog simetrik iletişim bağlamında analiz edilecektir. Analize konu olan sınıflama/kod cetveli Avidar'ın (2013) yanıt verme piramidine dayalı olarak oluşturulacaktır. Çalışma, nitel araştırma yöntemi ile yaşama

geçirilecek, tematik ve niceliksel içerik analizi teknikleri birlikte kullanılacaktır. Analiz birimlerinin seçiminde amaçlı örnekleme yöntemine dayalı olarak yargısal örnekleme başvurulmuştur. Ulaşım, konaklama işletmesi ve acente seçiminde 2022 verilerine göre en fazla reklam yatırımı gerçekleştiren markalar örnekleme dahil edilecektir. Resmi kurumsal hesaplar ve takipçiler ile olan etkileşim geriye dönük olarak incelenecek, veri seti büyüklüğünü, verinin doygunluk noktası belirleyecektir. Nitel analiz bilgisayar destekli analiz programı ile gerçekleştirilecek, sonuçlar işletme tipi bağlamında ayrı ele alınacaktır. Sonuçlar Türkiye’de en fazla reklam yatırımı yapan turizm işletmelerinin Instagram’daki kullanıcı etkileşimi ve diyalog potansiyelini anlamak açısından bir izlek sunacaktır.

Anahtar kelimeler: Simetrik iletişim, turizm, diyalog

Communication Symmetry on Instagram and Examples from the Tourism Industry

Assoc. Prof. Dr. Mine Yeniçeri Alemdar

Ege University

Faculty of Communication

The potential for bidirectionality and dialog enabled by Web 2.0 technology has led the individual user to take on an active role in social media communication. However, this active role does not mean that the institutional user and the individual user are equal in the digital platforms. Corporate account and individual account users: They are not equal in many aspects such as usage skills, amount of information, technological equipment ownership, speed, and purpose of technology use. While institutional use involves professionalism, individual use does not. Nevertheless, the idea that social media environments provide balanced and symmetrical communication between different types of users is widespread. In this respect, aim of this study is to understand and analyze the information symmetry between corporate and individual accounts on Instagram for the tourism sector. According to the data of the Association of Advertisers, three corporate accounts, one travel agency, one transportation and one accommodation business from the field of tourism, which is among the industries that reach the highest number of people through digital advertisements, and the dialogue with followers in these accounts will be analyzed in the context of symmetrical communication. The classification/code chart subject to analysis will be created based on Avidar's (2013) response pyramid. The study will be realized with a qualitative research method and thematic and quantitative content analysis techniques will be used together. In the selection of the units of analysis, judgmental sampling was used based on the purposive sampling method. In the selection of transportation, accommodation, and agency the brands with the highest advertising investments according to 2022 data will be included in the sample. Interaction with official corporate accounts and followers will be examined retrospectively, and the size of the data set will be determined by the saturation point of the data. Qualitative analysis will be carried out with a computer based analysis program. The results will provide a framework for understanding the potential for user interaction and dialog on Instagram for tourism businesses, which invest the most in advertising in Turkey.

Keywords: Symmetric communication, tourism, dialog

Turist Rehberliği Eğitiminde lme ve Değerlendirme zerine

Do. Dr. Nazım okişler
İzmir Kâtip elebi Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Turist rehberliği eğitimi dünya genelinde de standarda kavuşamamış, zorlu bir konudur. Bu nedenle turist rehberliği eğitiminin çeşitli yönleri uzun zamandır tartışılmaktadır ve konu hakkında geniş bir literatür oluşmuştur. Buna rağmen rehberlik bölümlerinde okuyan öğrencilerin başarılarının nasıl ölçülmesi ve değerlendirilmesi gerektiği konusu ayrı bir araştırmada ele alınmamıştır. Bu çalışmanın amacı, rehberlik bölümlerinde okuyan öğrencilere yapılacak sınav türlerini tartışmaktır. Yapılacak olan tartışmanın temelini, yazarın akademisyenlik hayatı boyunca kullandığı farklı yöntemlerle elde ettiği tecrübeler oluşturacaktır. Bu haliyle kavramsal yönü ağır basan keşifsel bir çalışma niteliğindedir. Bilgiye ulaşma ve onu üretme yollarının değiştiği, yapay zekânın (AI) hızla gündelik hayata girdiği bir süreçte, böyle si bir çalışma, değişen koşulların niversite eğitimine nasıl uygulanması gerektiğini rehberlik eğitimi özelinde tartışmayı hedeflemektedir.

Anahtar kelimeler: Turist Rehberliği, Eğitim, lme ve Değerlendirme

Turizm Alanındaki ğrencilerin Yiyecek-İçecek Departmanlarına Yönelik Tutumları

Arş. Gör. Dr. Mustafa ÜLKER
Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi
mustafaulker@erciyes.edu.tr
Arş. Gör. Dr. Pembe ÜLKER
Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi
pembeulker@erciyes.edu.tr

Öğrencilerin mezuniyet sonrası öğrenim gördüğü alanlarda çalışmak istemesi hem ülke ekonomisi hem de ilgili sektörler için oldukça önemli görülmektedir. Turizm alanında yükseköğrenimi tamamlayan öğrencilerin mezuniyet sonrası turizm sektöründe istihdam edilememesi, hizmet sektöründeki birtakım aksaklıklara da neden olabilmektedir. Bu bağlamda, bu çalışmada lisans düzeyinde turizm öğrenimi gören öğrencilerin yiyecek ve içecek departmanına yönelik tutumlarının bölümü tercih sırası, mezuniyet sonrası bu alanda çalışma istekliliği, daha önceki otel deneyimi ve daha önceki yiyecek-içecek departmanı deneyimine göre farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Nicel araştırma yaklaşımının benimsendiği bu araştırmada, veriler kolayda örnekleme tekniği ile toplanmıştır. Verilerin anket aracılığı ile toplandığı bu araştırmaya turizm öğrenimi gören 204 ğrenci katılmıştır. Araştırma bulguları, yükseköğrenim tercihinde öğrenim gördüğü bölümü daha arka sıralarda kazanan öğrencilerin daha önceki sıralarda tercih edenlere göre yiyecek ve içecek departmanına yönelik tutumlarının daha olumlu olduğunu göstermektedir. Ayrıca bu çalışmada daha öncesinde otel deneyimi olan öğrencilerin deneyimi olmayan öğrencilere göre yiyecek-içecek departmanının tercih edilmesine yönelik daha olumsuz tutuma sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgunun aksine daha önce yiyecek-içecek departmanı deneyimi bulunan öğrencilerin deneyimi bulunmayan öğrencilere göre yiyecek-içecek departmanının istihdam olanağına yönelik tutumlarının daha olumlu olduğu görülmektedir. Benzer şekilde daha önce yiyecek-içecek departmanı deneyimi olan öğrencilerin muhasebe ve insan kaynakları departmanı deneyimi olan öğrencilere göre hem yiyecek-içecek departmanının tercih edilmesine yönelik tutumlarının hem de bu departmanın

istihdam olanaklarına yönelik tutumlarının daha olumlu olduğu bulgusu elde edilmiştir. Çalışmada elde edilen bulgular çerçevesinde hem ilgili bilgi birikimine katkı sağlanmakta hem de uygulayıcılara birtakım öneriler sunulmaktadır.

Anahtar kelimeler: Yiyecek-içecek departmanı, öğrenci tutumları, turizm işletmeciliği

Attitudes of Students in the Field of Tourism towards Food and Beverage Departments

Res. Assist. Dr. Mustafa ÜLKER

Erciyes University Faculty of Tourism

mustafaulker@erciyes.edu.tr

Res. Assist. Dr. Pembe ÜLKER

Erciyes University Faculty of Tourism

pembeulker@erciyes.edu.tr

It is considered critical for both the country's economy and the relevant sectors that students want to work in the fields they study after graduation. When students who have completed their higher education in the field of tourism are not employed in the tourism sector after graduation, this may cause some negativities in the service sector. In this context, in this study it is aimed to determine whether the attitudes of undergraduate tourism students towards the food and beverage department differ according to the order of preference for the relevant department in university placements, the willingness to work in this field after graduation, previous hotel experience and previous food and beverage department experience. Quantitative research approach was adopted, and the data were collected with the convenience sampling technique through questionnaires. 204 students studying in tourism management department participated in this research. Research findings show that students who preferred the relevant department in the latest places of preference list have more positive attitudes towards the food and beverage department than those who prefer it in the first places. In addition, it was determined that students who had hotel experience before had a more negative attitude towards choosing the food and beverage department in businesses compared to students who did not have experience. Contrary to this finding, students with previous experience in the food and beverage department have more positive attitudes towards employment opportunities in the food and beverage department than students without experience. Similarly, it was found that students with previous experience in the food and beverage department had more positive attitudes towards both the preference of the food and beverage department and the employment opportunities of this department compared to the students who had experience in the accounting and human resources departments. Contributions are made to the relevant body of knowledge and suggestions are presented within the framework of findings.

Keywords: Food and beverage department, student attitudes, tourism management

On Assessment and Evaluation of Tour Guide Training

Assoc. Prof. Dr. Nazım Çoşşler

İzmir Kâtip Çelebi University

Tourism Faculty

Tour guide training is a challenging subject that has not been standardized worldwide. For this reason, various aspects of tourist guiding education have been discussed for a long time, and a large literature has emerged on the subject. However, the issue of how to assess and evaluate the success of guiding students has not been addressed in a separate study. The aim of the present paper is to discuss the types of examinations for students of tour guiding departments. The basis of the discussion will be the author's experiences with different methods used in his academic career. As such, it is an exploratory study with a predominantly conceptual aspect. In a process where ways of accessing and producing knowledge are changing, and artificial intelligence (AI) is rapidly entering daily life, this study intends to discuss how the changing circumstances should be applied to university education, with a special focus on tour guiding.

Keywords: tour guiding, education, assessment and evaluation

Rize İline Ait Bir Tatlı: Pepeçura Tatlısı

Okan Tüfekci

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

Dr. Öğr. Üy. Abdullah Badem

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi

Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü

Türkiye’de çok fazla tanınmayan pepeçura Karadeniz mutfağının vazgeçilmez tatlılarından biridir. Bu çalışmada unutulmaya yüz tutmuş olan bu geleneksel tatlının değerini ve onunla ilgili bilinmeyen bilgileri gün yüzüne çıkarmak amaçlanmıştır. Araştırma özellikle pepeçura tatlısının doğuş yeri olan Rize ilçelerinden Der pazarı, İyidere ve Çamlıhemşin’de yürütülmüştür. Verilerin toplanmasında yarı biçimsel mülakat tekniğı kullanılmış, yöre halkından 6 kişi ile yapılan görüşmeler kamera ve yazılı notlarla kayıt altına alınmıştır. Görüşmelerin sonlandırılması doygunluk noktasına ulaşılmasıyla son verilmiştir. Görüşmede katılımcılara pepeçura tatlısının tarihi, kullanılan malzemeler, yapım tekniğı ve zamanı ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Mülakat sonuçlarının değerlendirilmesi ile pepeçura tatlısının tarihinin çok eski olduğı ve Anadolu’ya Rumlar tarafından tanıtıldığı düşünülmektedir. Pepeçura, genellikle üzüm hasadı zamanında yapımının sıklaştığı, üzüm ve mısır unu kullanımının yanı sıra günümüzde nişasta ve şeker gibi malzemelerin de tercih edildiğı, yapım tekniğinin benzer olmasına rağmen tarifindeki püf noktalar olduğı bilinmektedir. Ayrıca kullanılan malzemelerin kişilere göre farklı olduğı, muhafazasının kolay olduğı hatta bekletilmesi neticesinde küflenince dahi tüketilebildiğine dair bulgular elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Pepeçura, Karadeniz Tatlıları, Üzüm Tatlıları, Karadeniz Yemek Kültürü

A Dessert of Rize Province: Pepeçura

Okan Tüfekci
Karamanoğlu Mehmetbey University
Department of Gastronomy and Culinary Arts
Assist Prof. Dr. Abdullah Badem
Karamanoğlu Mehmetbey University
Department of Hotel, Restaurant and Catering Services

Pepecura, which is not well known in Turkey, is one of the indispensable desserts of the Black Sea cuisine. In this study, it is aimed to reveal the value of this traditional dessert, which has sunk into oblivion, and the unknown information about it. The research was carried out especially in Derapazarı, İyidere and Çamlıhemşin districts of Rize, the birthplace of pepecura dessert. Semi-structured interview technique was used to collect the data, and the interviews with 6 local people were recorded with a camera and written notes. The interviews were terminated when the saturation point was reached. In the interview, the participants were asked questions about the history of pepecura dessert, the materials used, the production technique and time. With the evaluation of the interview results, it is thought that the history of pepecura dessert is very old and it was introduced to Anatolia by the Greeks. It is known that pepecura is made more frequently during the grape harvest, besides the use of grape and corn flour, materials such as starch and sugar are preferred today, although the production technique is similar, there are tricks in its recipe. In addition, it has been found that the materials used are different according to the people, that it is easy to store, and that it can be consumed even when moldy as a result of keeping it waiting.

Keywords: Pepecura, Black Sea Desserts, Grape Desserts, Black Sea Food Culture

Gıda Atık ve Kayıplarının Eko-Gastronomi ve Sürdürülebilir Gastronomide Değerlendirilmesi

Dr. Öğr. Üy. Özcan Bulantekin (Sorumlu Yazar)
Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi
Doğubayazıt Meslek Yüksekokulu, Aşçılık Programı
Burak Bayrak
Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi
Doğubayazıt Meslek Yüksekokulu, Aşçılık Programı

Gıda atığı, gıda zincirinin tedarik aşamasının sonunda meydana gelen gıda kaybını ifade eden, perakendecilerin ve tüketicilerin davranışlarıyla ilişkilendirilen bir kavramdır. Gıda israfı, üretim sürecinde hatalı uygulamalar sonucu gıdaların değerlendirilememesi ya da üretilen gıdaların son tüketim aşamasında tüketilmeden çöpe gitmesidir. Hasat zamanından başlayarak; dağıtım, hammaddenin işlenmesi, depolama ve tüketim sırasında gıda kayıpları oluşmaktadır. İnsanlar tarafından tüketilmeyen ve besin değerini kaybetmiş gıdalar, biyoyakıt, kompost ve hayvan yemi olarak değerlendirilseler dahi atık olarak kabul edilmektedir. Tabakta artan yemekler, yarım kalan ekmek ve sandviçler, şekilsiz sebzeler, meyve ve sebze kabukları, kemikler, yağ gıda atıklarının başında gelmektedir. Gıda atıklarının etkili ve sürdürülebilir bir atık yönetimi çerçevesinde ele alınmayıp atıkların doğrudan çöpe gitmesi, çürümüş yiyeceklerin toprakta metan gazı yayılmasına yol açmakta ve gereksiz sera gazı emisyonlarını oluşturarak küresel ısınma gibi büyük çevre kirliliğine neden olmaktadır. Ayrıca gıdalar atığa dönüştüğünde, bu gıdaların üretimi için kullanılan sermaye, enerji ve emek boşa harcanarak çok büyük ekonomik kayıplara neden olmaktadır. Bu yüzden gıda atık konusu oldukça ciddiye alınması gereken bir konudur. Gıda kaybının en yoğun olarak görüldüğü

yerlerden birisi olan yiyecek-içecek işletmelerinde malzemeler değerlendirilirken menü planlaması yapılması, artan malzemelerin başka yemek ve sos yapımında kullanılması önem taşımaktadır. Ayrıca yiyecek içecek sektöründe özellikle şeflerin, yerel mutfaklara ve yerel gıdalara gereken değeri vermeleri gerekmektedir. Dünya çapında küresel sorun haline gelen gıda kaybı sorunun gastronomide sürdürülebilirlikle ve eko-gastronominin geliştirilmesiyle minimuma indirilecek ve gıda atıklarının yol açtığı çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik zararların önüne geçilecektir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Atık Yönetimi, Gıda İsrafi

The Evaluation of Food Waste and Loss in Eco-Gastronomy and Sustainable Gastronomy

Assist. Prof. Dr. Özcan Bulantekin (Corresponding Author)

Ağrı İbrahim Çeçen University

Doğubayazıt Ahmedi Hani Vocational School, Department of Cookery

Burak Bayrak

Ağrı İbrahim Çeçen University

Doğubayazıt Ahmedi Hani Vocational School, Department of Cookery

Food waste is a term that refers to the loss of food at the end of the supply stage of the food chain and is associated with the behavior of retailers and consumers. Food waste is the inability to evaluate the food as a result of faulty applications in the production process or the waste of the produced food without being consumed at the final consumption stage. Starting from the harvest time, food losses occur during distribution, processing of raw materials, storage and consumption. Foods that are not consumed by humans and have lost their nutritional value are considered as waste even if they are evaluated as biofuel, compost and animal feed. Leftover food on the plate, unfinished bread and sandwiches, shapeless vegetables, fruit and vegetable peels, bones, oil are the leading food wastes. The fact that food wastes are not handled within the framework of an effective and sustainable waste management and the waste goes directly to the garbage causes the rotten food to emit methane gas in the soil and creates unnecessary greenhouse gas emissions, causing major environmental pollution such as global warming. In addition, when foods turn into waste, the capital, energy and labor used for the production of these foods are wasted, causing enormous economic losses. Therefore, the issue of food waste is an issue that should be taken very seriously. In food and beverage businesses, which are one of the places where food loss is most intense, it is important to plan the menu while evaluating the materials, and to use the leftover ingredients in the production of other dishes and sauces. With sustainability in gastronomy and the development of eco-gastronomy, the problem of food loss, which has become a global problem around the world, will be minimized and environmental, socio-cultural and economic damages caused by food waste will be prevented.

Keywords: Gastronomy, Waste Management, Food Waste

Otel Aşçılarınin Yiyecek Neofobisini Ölçmeye Yönelik Bir Araştırma

Özge Korkmaz

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Doç. Dr. Burcu Gülsevil Belber
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Dünya nüfusunun hızla artması ve sınırlı kaynakların bulunması, gıda üretimi ve tüketimi konusunda önemli değişikliklere sebep olmaktadır. Her geçen gün nüfusun ve tüketici ihtiyaçlarının artmasıyla birlikte yeni gıdaların ve yiyeceklerin üretilmesi söz konusu olmaktadır. Bu bağlamda üretilen ve pazara sunulan yiyecek ve gıda maddelerine, tüketicilerin nasıl bir tutum ve davranış gösterdiklerinin incelenmesi de önemli hale gelmektedir. İnsanların günlük yaşantıları içerisinde gerçekleştirdikleri en önemli rutinlerden biri beslenmedir. Kişilerin zorunlu ihtiyaçları arasında yer alan beslenme konusunda, gıda çeşitliliğinin önemli olması kadar, kişilerin yiyeceklere gösterdikleri tutum ve davranışlar da önem arz etmektedir. Kişilerin günlük hayatlarındaki beslenme davranışları, hem gıda ürününün belirli özellikleriyle hem de bireyin kişisel özellikleri ve beğenileriyle ilgili birçok faktör tarafından etkilenmektedir. Kişilerin bilmedikleri yiyecekleri tüketme konusundaki istek veya isteksizlikleri yiyecek üreticileri için önemli olmaktadır. Yiyecekleri tüketme konusundaki isteksizlik, literatürde yiyecek neofobisi olarak ifade edilmektedir. Bu noktada hem yiyecek üreticilerinden biri olan aşçıların hem de tüketicilerin yeni yiyecekleri deneyimleme konusunda ikna olmaları önem taşımaktadır. Tüketicinin ürünü satın almaya veya hizmeti deneyimlemeye ikna edilebilmesi için öncelikle üreticinin, ürettiği ürünün kalitesine ve tatmin ediciliğine inanması gerekmektedir. Bu bağlamda aşçıların, farklı milliyetten tüketicilerin beğenilerine uygun olabilecek yeni yiyecekleri araştırması ve denemesi önem arz etmektedir. Bu çerçevede araştırmanın amacı; otel aşçılarının yiyecek neofobisini ölçmek ve neofobiye sebep olan unsurların ortadan kaldırılmasına yönelik önerilerde bulunmaktır. Çalışmanın veri toplama yöntemi yarı yapılandırılmış görüşme olup, evrenini önemli turistik destinasyonlardan biri olan Kapadokya Bölgesi'nde faaliyet gösteren otellerin aşçıları oluşturmaktadır. Örneklemini ise görüşmeyi kabul eden otel aşçıları oluşturmaktadır. Elde edilen veriler, betimleyici analiz yöntemiyle incelenecektir.

Anahtar kelimeler: Kapadokya, yiyecek-neofobisi, otel aşçıları.

A Study to Measure Food Neophobia of Hotel Cooks

Özge Korkmaz
Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
Assoc. Prof. Dr. Burcu Gülsevil Belber
Nevşehir Hacı Bektaş Veli University

The rapid increase in the world population and the availability of limited resources cause significant changes in food production and consumption. With the increasing population and consumer needs every day, new foodstuffs and foods are produced. In this context, it becomes important to examine the attitude and behavior of the consumers to the food and foodstuffs produced and offered to the market. One of the most important routines that people perform in their daily lives is nutrition. In terms of nutrition, which is among the mandatory needs of people, food diversity is as important as the attitudes and behaviors of people towards food. Nutritional behaviors of people in their daily lives are affected by many factors related to both the specific characteristics of the food product and the personal characteristics and tastes of the individual. The desire or reluctance of people to consume food they do not know is important for food producers. The reluctance to consume food is expressed in the literature as food neophobia. At this point, it is important that both the cooks, who are one of the food producers, and the consumers are persuaded to experience new foods. In order for the consumer to be persuaded to buy the product or experience the service, the producer must first believe

in the quality and satisfaction of the product he produces. In this context, it is important for cooks to research and try new foods that may be suitable for the tastes of consumers from different nationalities. In this framework, the aim of the research is to measure the food neophobia of hotel cooks and to make suggestions for the elimination of the factors that cause neophobia. The data collection method of the study is semi-structured interview and its universe consists of the cooks of the hotels operating in the Cappadocia Region, which is one of the important touristic destinations. The sample is composed of hotel cooks who accept to be interviewed. The obtained data will be analyzed by descriptive analysis method.

Keywords: Cappadocia, food-neophobia, hotel cooks.

Gastronomi Ve Mutfak Sanatları Bölümü Eğitim Programlarının İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma

Dr. Öğr. Üy. Özgür Sarıbaş

İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi

Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

Arş. Gör. Kaan Kasaroğlu

İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi

Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü

Prof. Dr. Mehmet Emre Güler

İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi

Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü

Coğrafya, tarih, sanat, fizik ve kimya gibi farklı alanlarla yoğun etkileşim içerisinde olan gastronomi multidisipliner bir yapıya sahiptir. Gastronomiye olan ilginin artışı, gastronomi eğitime yönelik talebi de etkilemiştir. Bu talebe karşılık veren eğitim kurumlarından biri de üniversitelerdir. Üniversiteler bünyelerindeki fakülte ve yüksekokullar aracılığı ile dört yıllık “Gastronomi ve Mutfak Sanatları” öğrenim programları yürütmektedirler. Yükseköğretim düzeyinde verilen gastronomi eğitiminin multidisipliner yapıyı göz önünde bulundurarak gerçekleştirilmesi, eğitimin niteliği açısından oldukça önemlidir. Bu düşünce yapısı üzerine kurulan araştırmanın amacı; Türkiye’de fakülte çatısı altında dört yıllık gastronomi ve mutfak sanatları eğitimi veren üniversitelerin eğitim müfredatlarını incelemek ve mevcut durumu ortaya koymaktır. Böylece ilgili eğitim müfredatlarının gastronominin multidisipliner yapısına uygun olarak düzenlenip düzenlenmediği ortaya konulacaktır. Bu amaç doğrultusunda Türkiye’de gastronomi ve mutfak sanatları eğitimi veren 71 fakültenin öğrenim programları incelenmiştir. Elde edilen veriler MAXQDA programı ile analiz edilmiş ve bulgular içerik analizi gerçekleştirilerek yorumlanmıştır.

Anahtar kelimeler: Eğitim, eğitim müfredatı, gastronomi, gastronomi eğitimi

A Research On Investigation of Educational Programs of Gastronomy and Culinary Arts Department

Assist. Prof. Dr. Özgür Sarıbaş

İzmir Kâtip Çelebi University

Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts

Res. Assist. Kaan Kasaroğlu

İzmir Kâtip Çelebi University

Faculty of Tourism, Department of Tourism Management
Prof. Dr. Mehmet Emre Güler
İzmir Kâtip Çelebi University
Faculty of Tourism, Department of Tourism Management

Gastronomy has a multidisciplinary structure in intense interaction with different fields such as geography, history, art, physics and chemistry. The increase in interest in the field of gastronomy has also affected the demand for gastronomy education. Universities are one of the educational institutions that respond to this demand. Universities carry out four-year "Gastronomy and Culinary Arts" education programs through their faculties and colleges. It is very important in terms of the quality of the education that the gastronomy education given at the higher education level is carried out by considering the multidisciplinary structure. The aim of the research based on this mindset is; to examine the education curricula of universities that provide four-year gastronomy and culinary arts education under the roof of faculties in Turkey and to reveal the current situation. Thus, it will be revealed whether the relevant education curricula are organized in accordance with the multidisciplinary structure of gastronomy. For this purpose, the education programs of 71 faculties providing gastronomy and culinary arts education in Turkey were examined. The obtained data was analyzed with the MAXQDA program and the findings were interpreted by performing content analysis.

Keywords: Education, education curriculum, gastronomy, gastronomy education

Yemek Deneyimini Geliştirmeye Yönelik Trendler: Moleküler Mutfak ve Nörogastronomi

Dr. Öğr. Üy. Öznur Sidal
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Turizm Fakültesi
oznuryeksan@hotmail.com

Son yıllarda yükselen bir değer olarak gelişme gösteren gastronomi bilimi ile birlikte yemek yeme kültürü, sağlık, lezzet, estetik ve sanatsal bir ürün gibi kavramlar içerisinde değerlendirilmeye başlanmıştır. Gastronomi alanda yaşanan bu değişim yemek deneyimini geliştirmeye yönelik yeni trendleri de beraberinde getirmiştir. Gıda bilimi ve teknolojiyi birleştiren, gıdaların fiziksel ve kimyasal dönüşüm nedenlerini araştıran moleküler mutfak ile insan beyninin lezzetleri nasıl algıladığına ve kokuların lezzet üretimindeki önemini vurgulayan nörogastronomi kavramları yemek deneyimini geliştirmeye yönelik kategorideki trendlerdir. Bu çalışmanın amacı moleküler mutfak ve nörogastronomi kavramları ile bu alandaki gelişmeler, eğilimler ve çalışmalara yer vermektir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Moleküler Mutfak, Nörogastronomi

Trends to Improve the Eating Experience: Molecular Cuisine and Neurogastronomy

Assist. Prof. Dr. Öznur Sidal
Van Yüzüncü Yıl University
Tourism Faculty
oznuryeksan@hotmail.com

With the science of gastronomy, which has developed as a rising value in recent years, the culture of eating has begun to be evaluated in terms of health, taste, aesthetics and an artistic product. This change in the field of gastronomy has brought with it new trends to improve the dining experience. Trends in the category to enhance the dining experience, such as molecular cuisine, which combines food science and technology, investigating the causes of physical and chemical transformations of food, and neurogastronomy, which emphasizes how the human brain perceives flavors and the importance of odors in flavor production. The aim of this study is to include the concepts of molecular cuisine and neurogastronomy, developments, trends and studies in this field.

Keywords: Gastronomy, Molecular Cuisine, Neurogastronomy

Konaklama İşletmelerinde Kişi Örgüt Uyumu

Dr. Öğr. Üy. Öznur Sidal

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Turizm Fakültesi

oznuryeksan@hotmail.com

Prof. Dr. Atilla Akbaba

İzmir Katip Çelebi Üniversitesi

Turizm Fakültesi

atilla.akbaba@ikc.edu.tr

Örgütlerin küresel dünya ekonomisinin yoğun rekabet şartlarında verimlilik ve etkinliklerini sürdürmesinde teknolojik gelişmelere karşılık insan faktörünün önemi anlaşılmış, “insan” psikolojik bir sermayeye dönüşmüştür. Literatürde kişi- örgüt uyumu olarak anılan bu durumun hem bireysel hem de örgütsel başarının yakalanması açısından önemli olması, örgütleri örgütsel değerlere uyumlu işgörenlerin istihdam edilmesine zorlamaktadır. Bu değerlere uyumlu işgörenlerin temini ile değişik sektörlerde ve farklı değişkenlerle ele alınan kişi örgüt uyumunun fazla sayıda olumlu iş çıktılarına neden olduğu ve işgörenler açısından önemli bir psikolojik destek aracı olduğu yapılan araştırmalarda tespit edilmiştir. Bu çalışmada örgütsel davranış alanında yer alan kişi örgüt uyumu kavramı ve konaklama işletmeleri açısından yeri ve önemi değerlendirilmiş, alanyazında yapılan çalışmalara yönelik bir literatür taraması yapılması amaçlanmıştır.

Anahtar Sözcükler: Kişi Örgüt Uyumu, Konaklama İşletmeleri, Örgütsel Davranış

Person – Organization Fit in Accommodation Establishments²

Assist. Prof. Dr. Öznur Sidal

Van Yüzüncü Yıl University

Tourism Faculty

oznuryeksan@hotmail.com

Prof. Dr. Atilla Akbaba

İzmir Katip Çelebi University

² This study is extracted from a doctorate dissertation titled “A Research on the Moderating Role of Ethical Leadership in Relationship Between Person- Organization Fit and Organizational Commitment in Accommodation Operations.

In response to technological developments, the importance of the human factor has been understood and “human” has turned into a psychological capital for organizations to maintain their efficiency and effectiveness in the intense competitive conditions of the global world economy. The fact that this situation, which is called person-organization fit in the literature, is important in terms of achieving both individual and organizational success, forces organizations to employ employees who are compatible with organizational values. It has been determined in the researches that the provision of employees who are compatible with these values and the person-organization fit, which is handled in different sectors and with different variables, causes a large number of positive work outputs and is an important psychological support tool for employees. In this study, the concept of person-organization fit in the field of organizational behavior and its place and importance in terms of accommodation establishments were evaluated, and it was aimed to conduct a literature review for the studies in the literature.

Keywords: Accommodation Establishments, Person – Organization Fit, Organizational Behavior

Gastronomi Deneyim Kalitesinin Kuzey Kıbrıs'ı Ziyaret Eden Turistlerindeki Davranışsal Niyetleri Üzerindeki Etkisi

Dr. Öğr. Üy. Sarvnaz Baradarani
Akdeniz Karpaz Üniversitesi
Turizm ve Otelcilik Fakültesi

Bu çalışmanın amacı, deneyimsel kalitenin boyutlarını belirlemek ve gastronomi turizminin deneyimsel kalitesi ile Kuzey Kıbrıs'ı ziyaret eden turistlerin davranışsal niyetleri üzerindeki etkisi arasındaki ilişkiyi araştırmaktır. Daha spesifik olarak, çalışma, gastronomi deneyimi kalitesinin alt değişkenlerini - yerel mutfak, sosyal deneyim ve atmosfer - yukarıda bahsedilen ilişki içinde değerlendirmekte ve incelemektedir. Çalışma, Ercan Havalimanı'nda toplanan verilere dayanmaktadır ve Kuzey Kıbrıs'ta iki günden fazla zaman geçirdikten sonra adadan ayrılan 117 turist bu çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır. Araştırmada kendi kendine uygulanan anketler ile nicel metodoloji kullanılmış ve maddeler önceki literatürden uyarlanan çok maddeli ölçekler kullanılarak ölçülmüştür. Çalışmadaki hipotezler AMOS'ta yapısal eşitlik modellemesi kullanılarak değerlendirilmiştir. Bu çalışma, ziyaret edilen destinasyonun yerel mutfacı ile etkileşim de dahil olmak üzere turistlerin turizm faaliyetlerine katılımından kaynaklanan psikolojik sonucu ifade eden gastronomi deneyimsel kalitesinin, Kuzey Kıbrıs'ı ziyaret eden turistlerin davranışsal niyetlerini olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuştur. Mevcut çalışmanın bulguları, Kuzey Kıbrıs turizm endüstrisindeki yöneticilere ve uygulayıcılara, gastronomi turizmini artırmak için yerel mutfaklarını stratejik olarak en iyi şekilde nasıl pazarlayabileceklerine dair öneriler sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Deneyimsel kalite, davranışsal niyetler, gastronomi turizmi, Kuzey Kıbrıs

The Influence of Culinary Experience Quality on the Behavioral Intention of Tourists Visiting North Cyprus

Assist. Prof. Dr. Sarvnaz Baradarani
University of Mediterranean Karpasia
Faculty of Tourism and Hospitality Management

The aim of the current study is to identify the dimensions of experiential quality and investigate the relationship between experiential quality of culinary tourism and its influence on behavioral intentions of tourists visiting North Cyprus. More specifically, the study evaluates and examines the sub-variables of culinary experience quality that is, the local cuisine, social experience and atmosphere in the aforementioned relationship. The study draws upon data collected in the Ercan Airport, and 117 tourists who were leaving the island after spending more than two days in North Cyprus constitute the sample of this study. Quantitative methodology was utilized in the research with self-administered questionnaires, and the items were measured using multi-item scales adopted from previous literature. The hypotheses in the study were evaluated using a structural equation modeling in AMOS. This study established that culinary experiential quality which refers to the psychological outcome resulting from the tourists' participation in tourism activities, including the engagement with the local cuisine of the visited destination, positively influences the behavioral intentions of tourists visiting North Cyprus. The findings of the current study provide managers and practitioners within the tourism industry of North Cyprus with suggestions for how best to strategically market their local cuisine to improve the culinary tourism.

Keywords: Experience quality, behavioral intentions, culinary tourism, North Cyprus

İklim Değişikliğinin Gastronomi Turizmi Üzerine Etkisi: Literatür Araştırması

Sercan Aras
Necmettin Erbakan Üniversitesi
Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
arassercan1@gmail.com

İklim değişikliği özellikle son yıllarda, dünyada çok fazla konuşulan, tartışılan ve etkilerinin birçok alanda hissedildiği ve/veya hissedileceği düşünülen konulardan biridir. İklim değişikliğine bağlı olarak hava sıcaklığında yıldan yıla meydana gelen artışlar, doğa olaylarının daha şiddetli ve sık yaşanması, su kaynaklarının azalması gibi nedenlerin hem turizme hem de turizmin alt dallarına (gastronomi turizmi, kış turizmi vb.) farklı yansımalarının olabileceği düşünülmektedir. Buradan hareketle çalışmada, iklim değişikliğinin gastronomi turizmi üzerine etkisinin literatür aracılığıyla araştırılması ve değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda iklim değişikliğinin gıda arzı ve turizme etkileri üzerine odaklanılmıştır. İklim değişikliğinin gastronomi turizmini etkilediği ve bu etkilerin coğrafyalara göre farklılıklar gösterebileceği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, iklim değişikliğinin etkilerinin hafifletilmesi ve iklim değişikliğine uyum sağlanması amacıyla öneriler sunulmuştur.

Anahtar kelimeler: İklim değişikliği, Gastronomi turizmi, Küresel ısınma, Turizm

The Effect of Climate Change on Gastronomy Tourism: A Literature Review

Sercan Aras

Climate change is one of the issues that has been spoken and discussed frequently in the world, especially in recent years, and its effects are felt in many sectors and/or will be felt in the future. It is thought that reasons such as increases in air temperature from year to year due to climate change, more severe and frequent natural events, and decrease in water resources may have different reflections on both tourism and subbranches of tourism (gastronomy tourism, winter tourism, etc.). From this point of view, it is aimed to investigate and evaluate the effect of climate change on gastronomic tourism through the literature. For this purpose, the focus is on the effects of climate change on food supply and tourism. It has been concluded that climate change affects gastronomy tourism and these effects may differ according to geography. Additionally, recommendations were presented in the study to mitigate the effects of climate change and adapt to climate change.

Keywords: Climate change, Gastronomy tourism, Global warming, Tourism

Somut Olmayan Kültürel Mirasın Turizmle Bütünleşmesinde Planlama Süreci

Prof. Dr. Serkan BERTAN
Pamukkale Üniversitesi
Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü,
[sbertain@pau.edu.tr](mailto:sbertan@pau.edu.tr)

Bu çalışmada somut olmayan kültürel mirasın turizmle bütünleştirilmesinde planlama süreci ele alınmıştır. Veriler doküman analizi daha sonra yarı yapılandırılmış görüşme ile toplanmıştır. Öncelikle olarak ülkemizdeki somut olmayan kültürel miras değerlerinin potansiyelinin ortaya çıkartılması için dokümanlar incelenmiştir. Somut olmayan kültürel miras değerleri incelenmiş, somut olmayan kültürel değerlerin ortaya çıkartılması, turizmle bütünleştirilmesinde planlama süreci ortaya konmuştur. Planlama süreci iki başlık halinde ele alınmıştır. Somut olmayan kültürel mirası öne çıkartan değerlerin ele alındığı ana rota kültür teması ana güzergah belirlenmeli, daha sonra ikincil güzergâhlar destekleyici yerelle uyum olan yerel özelliklere göre rotalar ele alınmıştır. Temalar, sözlü gelenekler, anlatımlar, gösteri sanatları, toplumsal uygulamalar, ritüeller, şöenler, doğa ile ilgili bilgiler uygulamalar ve el sanatlarıdır. Planlama sürecinde; somut olmayan kültürel değerlerin tanıtılması, bütüncül bir şekilde korunması, yaşatılması, sunulması, farkındalık oluşturarak yerel kalkınmayı desteklemek, somut olmayan kültürel mirasın yer aldığı ürünleri sunmak, somut olmayan kültürel mirasın turistik deneyime dönüştürülmesi, gezi planlayı yardımcı olmak, gelecek nesillere aktarmak, sürdürülebilirliği sağlamak kırsal alanların terkedilmesini engellemek, kültürel deneyimler ile mekanları öne çıkarmak, yerel kimliğin (bölgesel kimliğin) algılanmasını sağlamak, yerel kimliği güçlendirmek, kırsal alanlarda ekonomik katkı ve sosyal beklentileri karşılanmak, somut olmayan kültürel miras turizm alanları geliştirmek, turizm açısından yoğun olan yerler dışında daha az bilinen noktaların tanıtılıp aktarılması, özellikle hassas miras alanları üzerinde turizm baskılarını azaltılması, hafifletilmesi, yerele özgü temaları ortaya çıkarmak amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kültürel Miras, Somut Olmayan Kültürel Miras, Planlama, Denizli

Planning Process in The Integration of Intangible Cultural Heritage with Tourism

Prof. Dr. Serkan BERTAN
Pamukkale University
Tourism Faculty, Department of Tourism Management
sbertan@pau.edu.tr

In this study, the planning process in integrating intangible cultural heritage with tourism is discussed. Data were collected through document analysis and then semi-structured interviews. First of all, documents were examined to reveal the potential of intangible cultural heritage values in our country. Intangible cultural heritage values have been examined, and the planning process in revealing intangible cultural values and integrating them with tourism has been put forward. The planning process is discussed under two headings. The main route where the values that highlight the intangible cultural heritage are addressed, the main route should be determined according to the cultural theme, then the secondary routes are discussed according to the local characteristics that are in harmony with the supporting localities. The themes are oral traditions, narratives, performing arts, social practices, rituals, feasts, information about nature, practices and handicrafts. In the planning process; Introducing intangible cultural values, protecting, preserving and presenting them in a holistic way, supporting local development by raising awareness, presenting products with intangible cultural heritage, transforming intangible cultural heritage into a touristic experience, helping trip planning, transferring them to future generations, ensuring sustainability, preventing the abandonment of rural areas, highlighting cultural experiences and places, It is aimed to ensure the perception of local identity (regional identity), to strengthen local identity, to meet economic contribution and social expectations in rural areas, to develop intangible cultural heritage tourism areas, to promote and transfer lesser known points other than tourism-intensive places, to reduce and alleviate tourism pressures especially on sensitive heritage areas, to reveal local-specific themes.

Keywords: Cultural Heritage, Intangible Cultural Heritage, Planning, Denizli

Sesli Rehber Planlama Süreci: Denizli Sesli Rehber Uygulaması

Prof. Dr. Serkan BERTAN
Pamukkale Üniversitesi
Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü,
sbertan@pau.edu.tr

Ulusal ve uluslararası turizm hareketliliğinde, doğal ve kültürel değerlerin tanıtılmasında, daha anlaşılır bir şekilde aktif öğrenmeye dayalı şekilde öğrenme fırsatı sunulmasında ve ziyaretçilere aktarılmasında bütüncül seyahat deneyimi için sesli rehber uygulaması önemli rol oynamaktadır. Doğal ve kültürel değerlerin aktarılması ve turizm değerleri hakkında bilginin daha kalıcı olması için sesli rehber önemlidir. Doğal ve kültürel değerleri açısından zengin olan ülkemizde turizm değerlerinin sürdürülebilirliğinin sağlanması oldukça önemlidir. Sesli rehber uygulaması ile turizm değerlerinin bilinirliğini artırarak kişiselleştirilmiş seyahat deneyimleri oluşturmaktır. Turizm değerlerine göre temalandırılan sesli rehber uygulaması ile turizm değerlerinin daha etkin tanıtılması sağlanacak, daha çok sayıda ziyaretçiye ulaşılarak sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlanacaktır. Sesli rehber uygulaması ile destinasyona bakış açısı değişecek, rekabet avantajı ve rekabet gücü artacaktır. Bu çalışmada doküman analizi ile veriler toplanmıştır. Öncelikle Denizli turizm değerleri ile ilgili bütün dokümanlar incelendi. Turizm potansiyelinin ortaya çıkarılması için sesli rehber planlama

sürecinde Denizli ilinde yer alan doğal ve kültürel değerler araştırılmış ve değerlendirilmiştir. Yerel paydaşlarla görüşülmüş, koordinasyon ve işbirliği oluşturulmuş bütüncül bir bakış ortaya konmaya çalışılmış. “Denizli’ye geldiğimde nerelere gzmeliyim?” sorusunun cevabını tatmin edici bir şekilde cevaplayabilecek beklentileri karşılayabilecek bir rehber oluşturulmaya çalışılmıştır. Sesli rehberde kaynakları daha verimli kullanmak, farklılıkları ortaya koymak için öncelikler belirlenmiştir. Önceliklerin belirlenmesinde hangi temaların, hangi doğal ve kültürel değerlerin sesli rehberde yer alması ele alınmıştır. Kent kimliğini öne çıkaran, yerelle özelliklere uyum sağlayan, yereldeki etki dikkate alınarak temalar ele alınmıştır.

Tablo 1. Temalar

Tarihi/Antik Kentler ve Yapılar
Somut Olmayan Kültürel Değerler
Yaşayan İnsan Hazineleeri
Müzeler
Kervansaraylar
Tarihi Camiler
Magaralar
Yaylalar
Kanyonlar
Şelaleler
Göller
Gizli Kalmış Köyler
Kayak
Balon/Yamaç Paraşütü
Milli Park
Lavanta Bahçeleri

Anahtar Kelimeler: Rehber, Sesli Rehber, Sesli Rehber Planlama, Denizli

Audio Guide Planning Process: The Denizli Audio Guide Application

Prof. Dr. Serkan BERTAN

Pamukkale University

Tourism Faculty, Department of Tourism Management

[sbertain@pau.edu.tr](mailto:sbertan@pau.edu.tr)

In national and international tourism mobility, audio guide application plays an important role for a holistic travel experience in introducing natural and cultural values, providing learning opportunities based on active learning in a more understandable way and transferring them to visitors. Audio guide is important for transferring natural and cultural values and making information about tourism values more permanent. In our country, which is rich in natural and cultural values, it is very important to ensure the sustainability of tourism values. With the audio guide application, it is aimed to create personalized travel experiences by increasing the awareness of tourism values. With the audio guide application, which is thematized according to tourism values, tourism values will be promoted more effectively and will contribute to sustainable development by reaching more visitors. With the audio guide application, the perspective of the destination will change, competitive advantage and competitiveness will increase. In this study, data were collected through document analysis. First of all, all documents related to Denizli tourism values were analyzed. In order to reveal the tourism potential, the natural and cultural values in Denizli province were researched and evaluated in the process of audio guide planning. Local stakeholders were interviewed, coordination and cooperation were established and a holistic view was tried to be put forward. It has been tried to create a guide

that can satisfactorily answer the question "Where should I visit when I come to Denizli?" and meet the expectations. In the audio guide, priorities were determined in order to use resources more efficiently and to reveal differences. In determining the priorities, it was discussed which themes, which natural and cultural values should be included in the audio guide. Themes that emphasize the city identity, adapt to local characteristics, and take into account the local impact were discussed.

Table 1. Themes

Historical/Ancient Cities and Buildings
Intangible Cultural Values
Living Human Treasures
Museums
Caravanserais
Historical Mosques
Caves
Highlands
Canyons
Waterfalls
Lakes
Hidden Villages
KayakSkiing
Balloon / Paragliding
National Park
Lavender Gardens

Keywords: Guides, Audio Guide, Audio Guide Planning, Denizli

Yerel Gastronomi Bağlamında Kültür Analizi: Ordu/Çatalpınar Örneği

Sinem Soylu

Ordu Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı

sinemsoylu@odu.edu.tr

Bihter Zeybek Husem

Ordu Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı

bihterzeybekhusem@odu.edu.tr

Doç. Dr. Üzeyir Kement

Ordu Üniversitesi

Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, uzeyirkement@odu.edu.tr

Bu çalışmada Doğu Karadeniz Bölgesinde yer alan Ordu ili Çatalpınar ilçesinin mutfak kültürü incelenmiştir. Bu doğrultuda Çatalpınar ilçesinde ikamet eden 5 katılımcının gönüllülüğü esas alınarak görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında toplanan veriler Maxqda nitel veri analizi programına kodlama yapılarak işlenmiş ve analize tabi tutulmuştur. Kodlama yapılırken tema ve alt temalar oluşturulmuştur. Oluşturulan temalar; “gelenek ve görenekler”, “eğlence amaçlı etkinlikler”, “kutsal günler”, “sofra adabı”, “araç- gereçler” ve “öğünler” şeklinde adlandırılmıştır. Sözcük frekansı analizi sonucunda en fazla kullanılan kelimeler “yiyecek”, “içecek”, “misafir”, “etkinlik”, “yemek”, “sofra” ve “bayramdır”. Gelenekler ve görenekler bağlamında yöre halkı yoğun olarak asker uğurlama, imece, cenaze ve düğün davetlerinde yiyecek içecek faaliyetlerinde bulunmaktadır. Kutsal günler ana temasında Ramazan ve Kurban Bayramları evlerde misafirler ve aile halkı için

hazırlık yaparak geçmektedir. Ayrıca yeni doğan bebek, yeni ev/araba sahibi olma vb. amaçlarla yöreye özgü yiyecek ve içecekler gelen misafirlere “davet” adı altında sunulmaktadır. Öğünlerde ise günlük hayat temposuna uygun olmakla birlikte sıklıkla yerel yiyecekler, yörede yetişen otlarla yapılan yemekler, hamur işleri, tatlılar ve çorba çeşitleri hazırlanmaktadır. Katılımcılar sıklıkla geçmiş deneyimlerinde elde ettikleri yiyecek ve içecekleri artık bulmakta zorlandıklarını, yemeklerin lezzetinin aynı olmadığını yoğun olarak dile getirmişlerdir. Sofralarında günümüzde sıklıkla; turşu kavurması, melocan kavurması, sakarca kayganası, pancar çorbası, pancar dolması (sarması), mısır çorbası gibi yöresel otlardan yemeklerin yer aldığını ifade etmektedirler. Ek olarak bölgede en fazla gerçekleştirilen etkinliğin Hıdırellez olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yerel mutfak, mutfak, gastronomi, Ordu, kültür analizi

Cultural Analysis in the Context of Local Gastronomy: The Case of Ordu/Çatalpınar

Sinem Soylu

Ordu University

Social Sciences Institute, Gastronomy and Culinary Arts Department

sinemsoylu@odu.edu.tr

Bihter Zeybek Hüsem

Ordu University

Social Sciences Institute, Gastronomy and Culinary Arts Department

bihterzeybekhusem@odu.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Üzeyir Kement

Ordu University, Tourism Faculty, Gastronomy and Culinary Arts Department,

uzeyirkement@odu.edu.tr

In this study, the culinary culture of Çatalpınar district of Ordu province located in the Eastern Black Sea Region was examined. In this direction, interviews were held on the basis of the volunteerism of 5 participants residing in Çatalpınar district. The data collected within the scope of the study were processed and analyzed by coding in the Maxqda qualitative data analysis program. While coding, themes and sub-themes were created. The themes created; It was named as “traditions and customs”, “recreational activities”, “holy days”, “table manners”, “tools” and “meals”. As a result of word frequency analysis, the most used words are “food”, “drink”, “guest”, “event”, “meal”, “table” and “festival”. In the context of traditions and customs, the local people are intensely engaged in food and beverage activities in sending off soldiers, collective work, funerals and wedding invitations. In the main theme of holy days, Ramadan and Eid Qurban are spent at home by preparing for the guests and family members. Also, new born baby, owning a new house/car etc. For these purposes, local food and beverages are offered to the guests under the name of "invitation". In meals, local foods, dishes made with herbs grown in the region, pastries, desserts and soups are often prepared, although they are suitable for the pace of daily life. Participants frequently stated that they had difficulty in finding the food and beverages they had obtained in their past experiences, and that the taste of the food was not the same. Today, often on their tables; They state that there are dishes from local herbs such as roasted pickles, roasted melocan, whitewort omelet, borscht, stuffed beetroot (wrapped), and corn soup. In addition, it was determined that the most performed activity in the region was Hıdırellez.

Keywords: Local cuisine, kitchen, gastronomy, Ordu, culture analysis

Kırsal Mirasın Korunması ve Sürdürülebilirliğin Sağlanması Üzerine Yeni Yaklaşımlar: Gelemiş Köyü

Dr. Öğr Üy. Sinem Tapkı

Bursa Teknik Üniversitesi

Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, Mimarlık Bölümü

Sanayi devrimi sonrası yaşanan olaylar karşısında kırsal yerleşimler yok olma tehlikesiyle karşılaşmıştır. Sanayi devrimi sonrasında; kırsal yerleşimlerde yaşam koşulları değişmiş, kentlere doğru göçler başlamıştır. Yaşanan göçler sonucunda kırsal yerleşimlerde nüfus azalmış, geleneksel dokuda yer alan yapılar işlevini yitirmiş, yapılar atıl duruma gelerek kullanılmayacak durumda harap olmuştur. Geleneksel yapım tekniklerini bilen usta ve malzeme bulamama sorunu, gerekli bakımın yapılamaması gibi nedenler de yapıların atıl bir halde harap olmasını hızlandırmış ve yapıların günümüze ulaşamamasına neden olmuştur. Bu süreçte, kırsal yerleşimlerde karakteristik özelliklere sahip mimari değerler, geleneksel doku bozularak kimlik kaybı yaşanmaktadır. İnsan (göç, vandalizm, vb.) veya doğa kaynaklı (deprem, sel, heyelan, çığ vb.) sorunlar nedeniyle kültürel miras değerleri kaybolma riski ile karşılaşmaktadır. Kültürel miras değeri taşıyan bu yapıların korunması ve gelecek nesillere aktarılması noktasında, kırsal yerleşimlerin “korumanın sürdürülebilirliği” bağlamında incelenmesi ve çalışmaların bu konuda yapılması önem kazanmıştır. Çalışma kapsamında; kırsal yerleşimler, sürdürülebilir koruma kapsamında turizm ile ilişkilendirilerek araştırmalar yapılmıştır. Mimarlık ve turizm ara kesitinde kırsal yerleşimlerin korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması amacıyla ulusal ve uluslararası projeler incelenmiştir. Çalışmada kırsal miras özelliğine sahip Osmanlı devleti döneminde kurulan ilk kırsal yerleşimlerden biri olan Bursa İli, Keles ilçesine bağlı Gelemiş köyü, kültürel korumanın turizm ile ilişkisi bağlamında incelenmiştir. Gelemiş köyünün tarihi, demografik, ekonomik ve sosyal yapısı analiz edilmiş; somut ve somut olmayan kültürel miras değerleri, yerleşim dokusu ve özgün kimlik değerleri ortaya konmuştur. Çalışmada kırsal yerleşime ait güçlü, zayıf yönler ve fırsatlar ve tehditler belirlenmiş; kırsal yerleşime ait sorunlar aktarılmıştır. Tüm bu değerlendirmelerden sonra, geleneksel yerleşim dokusunun sürdürülebilmesi ve taşıdığı kültürel birikimin gelecek nesillere aktarılabilmesi için; kırsal yerleşime ait çeşitli turizm önerileri ortaya konmuştur. Gelemiş ve yakın çevresi, önce Gelemiş geleneksel yerleşiminde daha sonra kentsel ölçekte ve yapı bazında mimari ve turizm anlamında bütüncül olarak ele alınmış; yaşamın devamlılığı ve korumanın sürdürülebilirliğini kapsayan turizm müdahaleleri geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kırsal Miras, Koruma, Sürdürülebilirlik, Turizm, Gelemiş, Bursa

New Approaches on The Protection and Sustainability of Rural Heritage: Gelemiş Village

Dr. Öğr Üy. Sinem Tapkı

Bursa Technical University

Faculty of Architecture and Design, Department of Architecture

Rural settlements faced the danger of extinction in the face of the events that took place after the industrial revolution. After the industrial revolution; Living conditions in rural settlements have changed, and migration to cities has begun. As a result of the migrations, the population in rural settlements decreased, the buildings in the traditional texture lost their function, the buildings became inactive and were destroyed in an unusable condition. The reasons such as the problem of finding a master who knows traditional construction techniques and materials, and the inability to perform the necessary maintenance accelerated the destruction of the buildings in an idle state and caused the

buildings not to reach the present day. In this process, architectural values with characteristic features in rural settlements and traditional texture are deteriorated and identity loss is experienced. Cultural heritage values are at risk of being lost due to human (migration, vandalism, etc.) or natural (earthquake, flood, landslide, avalanche, etc.) problems. It is important to examine rural settlements in the context of "sustainability of conservation" and to carry out studies on this subject at the point of preserving these cultural heritage structures and transferring them to future generations. Scope of work; Research has been carried out by associating rural settlements with tourism within the scope of sustainable protection. National and international projects have been examined in order to protect and ensure the sustainability of rural settlements at the intersection of architecture and tourism. In the study, Gelemic village of Keles district of Bursa Province, one of the first rural settlements established in the Ottoman period with rural heritage characteristics, was examined in the context of the relationship between cultural preservation and tourism. The historical, demographic, economic and social structure of Gelemic village was analyzed; tangible and intangible cultural heritage values, settlement texture and unique identity values have been revealed. In the study, the strengths, weaknesses, opportunities and threats of the rural settlement were determined; rural settlement problems are explained. After all these evaluations, in order to maintain the traditional settlement pattern and to transfer the cultural heritage it carries to future generations; Various tourism proposals for rural settlements have been put forward. Gelemic and its immediate surroundings were handled holistically in terms of architecture and tourism, first in the traditional settlement of Gelemic and then on an urban scale and building basis; Tourism interventions covering the continuity of life and the sustainability of conservation have been developed.

Keywords: Rural Heritage, Conservation, Sustainability, Tourism, Gelemic, Bursa

Bolu İline Ait Coğrafi İşaretli Ürünlerin Belirlenmesi

Dr. Öğr. Üy. Süleyman Akkaşoğlu

Doğuş Üniversitesi

Bolu ili coğrafi konumu, sahip olduğu iklim ve mutfak kültürü açısından Türkiye'nin önemli şehirlerinden birisidir. Ülke ve illerin sahip oldukları kültürel ve yöresel yiyecek-içecekleri koruyabilmeleri ve gelecek nesillere aktarabilmesi noktasında coğrafi işaret tescillerine sahip olmaları önem arz etmektedir. Bu doğrultuda çalışmanın amacı Bolu ilinin coğrafi işaret tesciline sahip ürünlerinin tespit edilmesidir. Çalışmanın amacı doğrultusunda Türk Patent ve Marka Kurumunun web sitesinde kayıtlı Bolu iline ait coğrafi işaret tesciline sahip olan ürünler içerik analizi ile incelenmiştir. Türkiye genelinde en çok coğrafi işaret alan iller sıralamasında 12. sırada 25 coğrafi işaretli ürün ile Bolu ve Bursa illeri yer almaktadır. Bolu ilindeki coğrafi işaretli toplam 25 ürünün 20 tanesinin mahreç işaretli, 5 tanesinin menşe adı olarak tescil edildiği belirlenmiştir. Ayrıca 10 coğrafi işaretli ürününde başvuru aşamasında olduğu tespit edilmiştir. Bolu ilindeki coğrafi işaretli ürünler ürün grubu dağılımı açısından incelendiğinde en çok fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar ürün grubunda ürünlerin tescil edildiği sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmanın Bolu ilindeki coğrafi işaretli ürünleri bütüncül bir bakış açısı ile ele alması açısından ilgili alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi İşaret, Mahreç İşareti, Menşe Adı, Bolu

Determination of Geographical Marked Products of Bolu Province

Assist. Prof. Dr. Süleyman Akkaşoğlu

Doğuş University

Bolu is one of the important cities of Turkey in terms of its geographical location, climate and culinary culture. It is important that countries and provinces have geographical indication registrations in order to protect their cultural and regional food and beverages and to transfer them to future generations. In this direction, the aim of the study is to determine the products with geographical indication registration in Bolu province. In line with the purpose of the study, the products that have the geographical indication registration of the province of Bolu registered on the website of the Turkish Patent and Trademark Office were examined by content analysis. Bolu and Bursa provinces take the 12th place in the list of provinces with the most geographical indications in Türkiye, with 25 geographical indication products. It has been determined that 20 of the 25 products with geographical indication in Bolu province are registered as the name of origin and 5 of them are registered as the name of origin. In addition, 10 geographically marked products were found to be in the application stage. When the geographically indicated products in Bolu province are examined in terms of product group distribution, it is concluded that the products in the product group of bakery and pastry products, pastries and desserts are mostly registered. It is thought that the research will contribute to the relevant literature in terms of considering the handling the geographically indicated products in Bolu with a holistic perspective.

Keywords: Geographical Indication, Mahreç Mark, Name of Origin, Bolu

GAP Gurme Programlarında İhmal Edilen Bir Rota: Kilis, Kültürel Değerleri ve Lezzetleri

Dr. Öğr. Üy. Süleyman Saz

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

Turizm Fakültesi Turizm Rehberliği Ana Bilim Dalı

suleyman.saz@ibu.edu.tr

Gap programları bünyesinde özel ilgi turları kapsamında değerlendirilebilecek olan gurme turları son yıllarda oldukça büyük bir ilgi ile karşılanmaktadır. Bölgenin sahip olduğu kültürel değerler ve yerel lezzetler bu programların yalnızca ulusal düzeyde değil aynı zamanda uluslararası çapta ilgi görmesine neden olmaktadır. Öyle ki bölgenin lokomotif şehirlerinden sayılan Gaziantep'in dünya mutfakları arasında kendi adıyla tescilli bir konumu olması ve uluslararası lezzet festivallerine ev sahipliği yapması bölge adına sahip olunan potansiyelin bir göstergesidir. Adana, Hatay, Şanlıurfa, Mardin, Diyarbakır, Adıyaman, Kahramanmaraş ve Kilis gibi bölgenin diğer şehirlerinin mutfak zenginliği de dikkate değer nitelikte bir çeşitlilik ve zenginlik arz etmektedir. Ne var ki bölgenin küçük illerinden olan ve daha öncesinde Gaziantep'in bir ilçesi konumunda bulunan Kilis, gurme programları kapsamında hak ettiği ilgiyi görememektedir. Seyahat acentelerinin düzenlediği turlar kapsamında çok az yer bulan Kilis, hem sahip olduğu tarihi ve kültürel değerleriyle hem de gastronomik nitelikleriyle mutlak surette yer verilmesi gereken bir destinasyondur. Oylum Höyük, Yesemek Açık Hava Müzesi, Türk-İslâm dönemi yapıları, şehir dokusu, ve yeni açılan müzesiyle kültür rotasının önemli bir durağı olacak potansiyelin yanı sıra, kendi adıyla anılan Kilis Tavası, Oruk Kebabı, Cennet Çamuru gibi kendine özgü lezzetleriyle de gurme turları için gezilip görülmesi gereken bir şehirdir. Bu bildirinin amacı Kilis'in sahip olduğu bu değerlere, uluslararası bir gastronomi etkinliğinde yer vererek hem ulusal hem de uluslararası düzeyde şehrin potansiyeline ve hak ettiği yere dikkat çekmektir.

Anahtar Kelimeler: Kilis, Gurme Turları, Kültürel Değerler, Yerel Lezzetler

A Neglected Destination in GAP Gastronomy Programs: Kilis, Its Cultural Values and Flavours

Assist. Prof. Dr. Süleyman Saz
Bolu Abant İzzet Baysal University
Faculty of Tourism, Department of Tourism Guidance
suleyman.saz@ibu.edu.tr

Gastronomy tours, which can be included in special interest tours within the scope of GAP programs, have been met with great interest in recent years. The cultural values and local flavours of the region have not only attracted national attention but also international interest. This is proved by the fact that Gaziantep, one of the leading cities in the region, has a registered position among world cuisines and hosts international flavour festivals, indicating the potential of the region. The culinary richness of other cities in the region such as Adana, Hatay, Şanlıurfa, Mardin, Diyarbakır, Adıyaman, Kahramanmaraş, and Kilis is also noteworthy for its diversity and richness. However, Kilis, one of the small cities in the region and formerly a district of Gaziantep, does not receive the attention it deserves within gastronomy programs. Kilis, which is a must-see destination with its historical and cultural values as well as gastronomic qualities, has been given very little space in tours organized by travel agencies. In addition to its potential to be an important stop on the cultural route with Oylum Mound, Yesemek Open Air Museum, Turkish-Islamic period structures, urban texture, and its newly opened museum, Kilis is a city that should definitely be visited on gastronomy tours with its unique flavours such as Kilis Tava, Oruk Kebab and Cennet Çamuru (heaven mud). The aim of this paper is to draw attention to the potential and deserved position of Kilis on both national and international levels by featuring its values in an international gastronomy event.

Keywords: Kilis, Gastronomy Tours, Cultural Values, Local Flavours

Çevrimiçi Turist Yorumlarında Birgi Köyü

Dr. Öğr. Üy. Süleyman Saz
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Turizm Fakültesi Turizm Rehberliği Ana Bilim Dalı
suleyman.saz@ibu.edu.tr
Doç. Dr. Hande Akyurt Kurnaz
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Turizm Fakültesi Turizm Rehberliği Ana Bilim Dalı
handekurnaz@ibu.edu.tr

Sahip olduğu kültürel özellikleriyle popüler turizm bölgelerinden biri olan ve Ege Bölgesi'nde yer alan Birgi Köyü, 2022 yılında Unesco Dünyanın En İyi Köyleri Listesi'ne dahil olmuştur. Bu çalışmanın amacı Birgi Köyü hakkında turistlerin sosyal iletişim ağlarından biri olan TripAdvisor sitesi üzerinden, yerli ve yabancı turistlerin yapmış oldukları yorumları incelemektir. Ayrıca bu bilgilerle birlikte yerli ve yabancı turistlerin Birgi Köyü'ne seyahat etme motivasyonlarının da belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırma kapsamında temel yöntem nitel araştırma yöntemlerinden biri olan doküman incelemidir. İlgili literatür incelendiğinde TripAdvisor internet sitesi aracılığı ile destinasyonlar ve işletmeler hakkında yorumlara yönelik çalışmaların olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, TripAdvisor üzerinden araştırmaya konu olan Birgi Köyü ile ilgili yerli ve yabancı ziyaretçiler tarafından yapılan yorumlar incelenmiştir. Bu süreçte 2023 yılını da kapsayan tüm yorumlar dahil edilmiştir. Araştırma sürecinde verileri sağlayan ziyaretçi yorumlarının analiz süreci içerik analizi tekniği ile sınıflandırılmıştır. Sınıflandırılan verilerin betimlenmesinde de ziyaretçi yorumlarından elde edilen bilgilerin doğrudan alıntı yoluyla aktarılması yapılmıştır. Yapılan çalışmada Birgi Köyü'nün destinasyon olarak seçilmesi araştırmanın farklılığını ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Birgi, TripAdvisor, Turist Yorumları

Birgi Village in Online Tourist Reviews

Assist. Prof. Dr. Süleyman Saz

Bolu Abant İzzet Baysal University

Faculty of Tourism Department of Tourism Guidance

suleyman.saz@ibu.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Hande Akyurt Kurnaz

Bolu Abant İzzet Baysal University

Faculty of Tourism Department of Tourism Guidance

handekurnaz@ibu.edu.tr

Birgi Village, located in the Aegean Region and one of the popular tourism destinations with its cultural features, has been included in the World List of UNESCO Best Villages since 2022. The aim of this study is to examine the reviews made by domestic and foreign tourists on TripAdvisor, one of the social communication networks of tourists, about Birgi Village. In addition, it is aimed to be identified the motivations of domestic and foreign tourists travelling to Birgi Village within the scope of the data acquired. Document analysis is one of the basic qualitative research methods used in the study. When the relevant literature is examined, studies on comments about destinations and businesses through the TripAdvisor website are observed. In this context, comments made by local and foreign visitors on TripAdvisor about Birgi Village, which is the subject of the research, have been examined. All comments covering the year 2023 have been included in this process. During the research process, the analysis of visitor comments providing data has been classified using content analysis technique. In describing the classified data, the information obtained from visitor reviews has been directly quoted. The selection of Birgi Village as a destination in the study reveals the distinctiveness of the study.

Keywords: Birgi, TripAdvisor, Tourist Reviews

Yiyecek İçecek İşletmelerine Karbon Ayak İzini Azaltacak Uygulamalar

Dr. Öğr. Üy. Gözde Türköz Bakırcı
Dokuz Eylül Üniversitesi
Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
Arş. Gör. Şeyma Andaş
Dokuz Eylül Üniversitesi
Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

Günümüzde, iklim değişikliği sorunu giderek artmakta ve karbon emisyonları bu sorunu kötüleştiren önemli bir etken haline gelmektedir. Bu nedenle, yiyecek içecek sektörü gibi çevre üzerinde önemli bir etkisi olan endüstriler, karbon ayak izini azaltmaya yönelik uygulamalar yapmaktadır. Bu uygulamalar arasında, yenilenebilir enerji kullanımı, sıfır atık politikası, geri dönüşümlü ambalaj kullanımı ve tedarik zinciri yönetimi bulunmaktadır. Yiyecek içecek işletmeleri, yenilenebilir enerji kaynaklarına geçerek, fosil yakıt kullanımını azaltarak ve enerji verimliliğini artırarak karbon ayak izini azaltabilmektedirler. Ayrıca, sıfır atık politikası uygulayarak, atıkların doğru bir şekilde yönetilmesini ve geri dönüştürülmesini sağlayabilmektedirler. Yiyecek içecek işletmeleri, geri dönüşümlü ambalaj kullanarak, ambalaj atıklarının azaltılmasına katkıda bulunabilirler. Tedarik zinciri yönetimi de yiyecek içecek işletmelerinin karbon ayak izini azaltmalarına yardımcı olmaktadır. Bu yöntem, tedarik zincirindeki ürünlerin çevresel etkisini azaltmak amacıyla, üretim ve tedarik sürecinin analiz edilmesini içermektedir. Yiyecek içecek işletmelerinin karbon ayak izini azaltmak için birçok uygulama mevcuttur. Bu uygulamaların, çevre üzerinde olumlu bir etki yaratmasının yanında, aynı zamanda işletmelerin maliyetlerini de azaltarak rekabet avantajı sağlayacağı öngörülmektedir. Bu çalışmada nitel veri toplama yöntemlerinden doküman analizi kullanılmış olup, yiyecek içecek işletmelerinde karbon ayak izini azaltacak uygulamalar incelenerek işletmeler için öneri niteliğinde yol gösterici bir belge oluşturulması hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Karbon ayak izi, sıfır atık, sürdürülebilirlik.

Applications to Reduce Carbon Footprint for Food and Beverage Industry

Assist. Prof. Dr. Gözde Türköz Bakırcı
Dokuz Eylül University,
School of Applied Science, Gastronomy and Culinary Arts
Res. Assist. Şeyma Andaş
Dokuz Eylül University
School of Applied Science, Gastronomy and Culinary Arts

Increasingly, the issue of climate change is becoming a growing concern and carbon emissions are a major factor exacerbating this problem. Therefore, industries such as the food and beverage sector, which have a significant impact on the environment, are implementing practices to reduce their carbon footprint. Among these practices are the use of renewable energy, zero waste policies, the use of recyclable packaging, and supply chain management. Food and beverage companies can reduce their carbon footprint by transitioning to renewable energy sources, reducing fossil fuel use, and increasing energy efficiency. In addition, implementing a zero waste policy can ensure proper waste management and recycling. By using recyclable packaging, food and beverage businesses can contribute to reducing packaging waste. Supply chain management also helps food and beverage companies reduce their carbon footprint. This method involves analyzing the production and supply process to reduce the environmental impact of products in the supply chain. There are many practices available for food and beverage businesses to reduce their carbon footprint. These practices are

expected to have a positive impact on the environment, while also reducing costs and providing a competitive advantage for businesses. This study uses document analysis as a qualitative data collection method to examine practices that can reduce the carbon footprint of food and beverage businesses, with the aim of creating a guiding document that provides recommendations for businesses."

Keywords: Carbon footprint, zero waste, sustainability.

Eski Mezopotamya ve Anadolu’da Açlık

Doç. Dr. Şeyma Ay-Arçın

Pamukkale Üniversitesi

Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü

say@pau.edu.tr

Tarımda usta olan Mezopotamya toplumu kıtlık zamanlarında hayatta kalmak için karmaşık bir gıda depolama sistemi geliştirmiştir. Ürünün fazlası, yiyeceği sel ve haşerelerden koruyan kerpiçten yapılmış büyük, yükseltilmiş platformlar olan tahıl ambarlarında depolanmıştır. Tahıl ambarları, ekinlerin kolay taşınmasını sağlamak için genellikle tarlalara yakın yerleştirildi. Mezopotamyalılar geniş ticaret ağlarıyla tanındıkları için depolanan yiyecekler hem vergi ödemek hem de bir ticaret aracı olarak da kullanılmışlardır. Kıtlık zamanlarında, tahıl ambarlarında depolanan yiyecekler nüfusu beslemek için kullanılıyordu. Yiyecek üretimi genellikle kuraklık, haşereler ve seller gibi faktörler tarafından sekteye uğruyor, tahıl ambarları her zaman yeterli yiyecek sağlayamıyor ve bu durum Mezopotamya’da açlık sorununa neden oluyordu. Bununla birlikte Mezopotamyalılar, çok sayıda insanın ve kaynağın seferber edilmesini gerektiren askeri seferlerinin bir sonucu olarak açlıkla karşı karşıya kaldılar. Nitekim Asur kralı Asurbanipal’in idaresi zamanında Asur İmparatorluğu, iç isyan ve komşu krallıklardan gelen dış tehditler de dahil olmak üzere bir dizi zorlukla karşı karşıya kaldı. Bu zorluklar genellikle gıda kıtlığına yol açtı. Asurbanipal’in hükümdarlığı sırasındaki en dikkate değer açlık örneklerinden biri, Asur İmparatorluğu’nun başkenti olan Ninive şehrinde meydana geldi. Tarihsel kayıtlara göre, MÖ 648 yılında Ninive’de büyük bir kıtlık meydana geldi. Bu kıtlıkta, çekirge vebası, kuraklık ve askeri çatışma gibi faktörlerin de etkisi vardır. Ninive’deki kıtlık şiddetliydi ve yaygın bir açlık ve ölüme yol açtı. Şehrin nüfusu, hayatta kalabilmek için yabancı ot yemek hatta yamyamlık gibi aşırı önlemlere başvurmak zorunda kaldı. Bu vahim durum üzerine Asurbanipal’in kendisi harekete geçmek zorunda kaldı ve Ninive halkına yiyecek ve diğer kaynakların dağıtılmasını emretti. Diğer taraftan temel geçim kaynağı tarım ve hayvancılık olan Hitit ülkesinde de açlık sorunu yaşanmıştır. Hitit kralı III. Arnuvanda Hitit ülkesinde yaşanan kıtlık sonucu gerçekleşen açlık sonucu tahıl ihtiyacını karşılamak üzere Mısır kralı Merneptah’tan yardım istemiştir. Hitit memleketine buğday sevkiyatını anlatan RS. 20.212 numaralı metin, Hitit memleketine gemiler vasıtasıyla Mukiş’ten tahıl sevkiyatı yapıldığını aktarır. Bu çalışmanın amacı Asur ve Hitit yazılı kaynakları ışığında, Eski Yakındoğu’da yiyecek sıkıntısı için alınan önlemler hakkında bilgi vermektir.

Anahtar Kelimeler: Açlık, Hitit, Asur

Hunger in Ancient Mesopotamia and Anatolia

Assoc. Prof. Dr. Şeyma Ay-Arçın

Pamukkale University

Proficient at agriculture, Mesopotamian society developed a complex food storage system to ensure their survival in times of famine. The surplus of produce was stored in granaries, which are large, elevated platforms made of adobe that protected food from flooding and pests. Granaries were often placed close to the fields to allow easy transportation of crops. Because the Mesopotamians were known for their extensive trade networks, stored food was also used as a means of paying taxes and trading. In times of famine, food stored in granaries was used to feed the population. Food production was often hampered by factors such as drought, pests and floods, granaries were not always able to provide adequate food, causing starvation in Mesopotamia. Also, the Mesopotamians faced famine as a result of their military campaigns, which often required the mobilization of large numbers of people and resources. During the rule of the Assyrian king Ashurbanipal, the Assyrian Empire faced a number of challenges, including internal rebellion and external threats from neighboring kingdoms. These difficulties often led to food shortages. One of the most notable instances of famine during Ashurbanipal's reign occurred in the city of Nineveh, the capital of the Assyrian Empire. According to historical records, a great famine occurred in Nineveh in 648 BC. Factors such as locust plague, drought and military conflict also contributed to this famine. The famine in Nineveh was severe and caused widespread starvation and death. The population of the city had to resort to extreme measures to survive, such as eating weeds and even cannibalism. In response to this dire situation, Ashurbanipal himself had to act and ordered the distribution of food and other resources to the people of Nineveh. On the other hand, there was a problem of hunger in the Hittite country, whose main source of livelihood was agriculture and animal husbandry. Hittite king III. Arnuwanda asked the Egyptian king Merneptah for help to fulfill his grain needs as a result of the famine in the Hittite country. Describing the wheat shipment to the Hittite homeland, RS. 20.212 states that grain was shipped from Mukiš by ships to the Hittite homeland. The aim of this study is to give information about the measures taken for food shortage in the Ancient Near East in the light of Assyrian and Hittite written sources.

Keywords: Hunger, Hittite, Assyria

Afet Yönetiminde Mobil Mutfak Uygulamalarının Stratejik Önemi

Dr. Öğr. Üy. Tuba Aldemir

İstanbul Esenyurt Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu

tubaaldemir@yahoo.com

Dünya üzerinde birçok coğrafyada yaşanan doğal afetlerin yol açtığı can ve mal kayıpları, afet yönetimi ve koordinasyonunun ülkeler için ne denli önemli olduğunu gözler önüne sermektedir. Deprem, yangın sel gibi felaketler sonucunda zarar gören insanlar barınma ihtiyaçlarını karşılamakta, gıdaya ve suya ulaşmakta güçlük çekerken; gıda güvenliği, hijyen ve atık yönetimi gibi sorunlarla da mücadele etmektedir. Mobil mutfak uygulamaları, bu gibi durumlarda afetlerden etkilenenlerin beslenme ihtiyacının giderilmesinde gıdaların hazırlanması ve dağıtımı için verimli bir çözüm imkânı sunmaktadır. Bununla birlikte hızlı kurulumu, uygun maliyeti, afetzedelerle iletişim kolaylığı ve gıda yardımlarının etkin olarak değerlendirilmesine olanak sağlaması gibi avantajları sayesinde afet yönetiminde stratejik bir rol üstlenmektedir. Bu çalışmada afetlerden etkilenenlere yiyecek

ulaştırmada hızlı, pratik ve esnek bir yöntem olan mobil mutfakların öneminin vurgulanması ve faydalarının tespit edilmesi hedeflenmiştir. Bu amaçla ikincil veri toplama tekniklerinden literatür taraması yapılmış, elde edilen bilgiler derlenerek gelecekte yaşanabilecek acil durumlarda alınacak önlemler ve sağlanacak gıda desteğinin doğru şekilde ulaştırılmasında mobil mutfakların konumunun ortaya konulması amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: afet, mobil mutfak, beslenme, afet yönetimi

Strategic Importance of Mobile Kitchen Applications In Disaster Management

Assist. Prof. Dr. Tuba Aldemir

Istanbul Esenyurt University

Vocational School

tubaaldemir@yahoo.com

The loss of life and property caused by natural disasters in many geographies around the world, reveals how important disaster management and coordination is for countries. While people who have been damaged because of disasters such as earthquakes, fires and floods are struggling to meet their shelter needs, reach food and water; it also struggles with problems such as food safety, hygiene and waste management. Mobile kitchen applications offer an efficient solution for the preparation and distribution of food in such cases to meet the nutritional needs of those affected by disasters. In addition, it plays a strategic role in disaster management thanks to its advantages such as fast installation, affordable cost, ease of communication with the victims and enabling the efficient evaluation of food aid. It is aimed to emphasize the importance of mobile kitchens, which is a fast, practical and flexible method of delivering food to those affected by disasters, and to determine their benefits. For this purpose, the literature obtained from data collection techniques has been made, the information obtained is compiled, and the measures for the emergency dimensions that may be experienced at the end and the correct delivery of food support to be provided, enable to reveal the mobile kitchens.

Keywords: disaster, mobile kitchen, nutrition, disaster management

Turizm İşletmeleri Çalışanlarına Göre İzmir'in Gastronomi Turizmi Gelişmişlik Düzeyi

Prof. Dr. Yılmaz Akgündüz

DEU UBY GMS Bölümü

Doç. Dr. Yeşim Koba

DEU UBY Tİ Bölümü

Dr. Öğr. Üy. Ceylan Alkan

DEU UBY Tİ Bölümü

Son yıllarda gastronomi turizmi, destinasyonlara ve işletmelere olan talebi arttırmakta ve rekabet üstünlüğü sağlamaktadır. Deniz, kum, güneş ve kültür turizmi ile çok sayıda turiste ev sahipliği yapan İzmir ili de çeşitli gastronomi değerlerine sahiptir. Bu çalışmanın amacı İzmir'in gastronomi turizminin gelişmişlik düzeyinin incelenmesidir. Veriler, İzmir'in en çok ziyaret edilen Selçuk, Çeşme ve Konak ilçelerinde yer alan turizm işletmelerinin çalışanlarından anket yöntemi aracılığıyla toplanmıştır. Anket, kolayda örnekleme yöntemiyle Eylül 2022 – Şubat 2023 arasında uygulanmıştır.

Anket formunda Oğuz ve Unur (2018) tarafından geliştirilen 42 maddelik Gastronomi Turizminde Gelişmişlik Göstergeleri Ölçeği ve katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik ifadeler yer almaktadır. Araştırma bulgularına göre; çalışanlar “İzmir’de sunulan yiyecek ve içeceklerin çeşitliliği” ifadesinin İzmir’in gastronomi turizmi ile ilgili en önemli bulgu olduğunu ve “İzmir’de yerel gastronomi ve gastronomi turizmi topluluklarının varlığı” maddesinin ise en önemsiz unsur olduğunu belirtmişlerdir. Bir başka önemli bulgu, “İzmir’de gastronomik ürünleri içeren seyahat broşürlerinin varlığı” ifadesinin “Yok” olarak cevaplandırılması ve “İzmir’deki turistik gastronomi broşürlerinin ve internet sitelerinin birkaç yabancı dile çevrilmesi” ifadesinin ise “Yetersiz” olarak cevaplandırılmasıdır. Bununla birlikte “İzmir’deki tabela ve bilgilendirme sistemi” ifadesi “Yeterli” olarak cevaplandırılmıştır. Araştırmanın dikkat çeken bir diğer bulgusu da turizm işletmelerinin çalışanları tarafından İzmir’de turizm işletmelerinde çalışan kalifiye personelin miktarca yetersiz bulunmuş olmasıdır. Elde edilen bulgulara bağlı olarak bazı öneriler geliştirilmiştir. Bunların ilki, İzmir’in gastronomik ürünlerine yönelik broşürlerin hazırlanmasıdır. İkincisi, bu broşürlerin ve bunlarla ilgili internet sitelerinin farklı dillerde hazırlanmasıdır. Bu tür tanıtım çalışmalarının İzmir İl Turizm Müdürlüğü ve Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı başta olmak üzere yerel yönetimler ve gastronomi dernekleri tarafından ortak temalar etrafında hazırlanması fayda sağlayacaktır. Son olarak, kalifiye işgören ihtiyacını karşılayabilmek için İzmir’de bulunan yaygın ve örgün eğitim kurumlarında gastronomi turizmi odaklı eğitimler düzenlemelidir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, turizm, İzmir

The Development Level of Gastronomy Tourism of İzmir According to the Employees of Tourism Enterprises

Prof. Dr. Yılmaz Akgündüz

Dokuz Eylül University

School of Applied Sciences Gastronomy and Department of Culinary Arts

Doç. Dr. Yeşim Koba

Dokuz Eylül University

School of Applied Sciences Department of Tourism Management

Dr. Öğr. Üy. Ceylan Alkan

Dokuz Eylül University

School of Applied Sciences Department of Tourism Management

In recent years, gastronomy tourism increases the demand for destinations, businesses, and provides a competitive advantage. İzmir City, which hosts many tourists with sea, sand, sun and cultural tourism, has also various gastronomic values. The aim of this study is to examine the development level of gastronomy tourism in İzmir City. Data were collected using survey method from the employees of tourism enterprises in Selçuk, Cesme, and Konak, which are the most visiting districts of İzmir. The survey was conducted by convenience sampling technique between September 2022 and February 2023. The questionnaire form includes the 42-item Indicators of Development in Gastronomy Tourism Scale developed by Oğuz and Unur (2018) and statements to determine the demographic characteristics of the participants. According to the findings, the employees stated that “Diversity of food and beverages offered in İzmir” item was the most important item among the items related to gastronomy tourism in İzmir and also stated that “Local gastronomy and gastronomy tourism communities in İzmir” was the least important item among them. Another finding showed that “existence of Travel brochures containing gastronomic products in İzmir” was mostly answered as “No”, and another item “Translating touristic gastronomy brochures and websites in İzmir into several

foreign languages” was answered as “Insufficient”. However, the item “There is signage and information system in İzmir” was mostly answered as “Sufficient”. Another important finding of the study was that the numbers of employees working in tourism enterprises was found as insufficient by the employees of the tourism enterprises. Some recommendations were developed based on the findings of the study. The first recommendation was to prepare brochures regarding gastronomic products of İzmir. Second, these brochures and websites should be prepared in different languages. It will be beneficial to manage these types of promotional activities around common themes with the help of İzmir Provincial Directorate of Tourism and the Turkish Tourism Promotion and Development Agency (TGA), as well as local governments and gastronomy associations. Lastly, gastronomic tourism oriented training in non-formal and formal education institutions in İzmir should be organized to meet the need for qualified employees.

Keywords: Gastronomy, tourism, İzmir