T.C.
VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

VAN İLİNİN GASTRONOMİ TURİZM POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

HAZIRLAYAN
AYKUT ÜN

DANIŞMAN
Dr. Öğr. Üyesi ÇİNUÇEN OKAT

VAN - 2023

KABUL VE ONAY

<table>
<tr><td colspan="2">Aykut ÜN tarafından hazırlanan “Van İlinin Gastronomi Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından OY BİRLİĞİ / OY ÇOKLUĞU ile Yüzüncü Yıl Üniversitesi Turizm işletmeciliği Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.</td></tr>
<tr><td>Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Çinuçen OKAT
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum/onaylamıyorum</td><td>...……</td></tr>
<tr><td>Başkan : Doç. Dr. Sedat ŞAHİN
Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum/onaylamıyorum</td><td>……...</td></tr>
<tr><td>Üye : Dr. Öğr. Üyesi Çinuçen OKAT
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum/onaylamıyorum</td><td>……...</td></tr>
<tr><td>Üye : Dr. Öğr. Üyesi Tuncay ÇANAKÇI
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Kafkas Üniversitesi
Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum/onaylamıyorum</td><td>……...</td></tr>
<tr><td>Yedek Üye : Unvanı Adı SOYADI
Anabilim Dalı, Üniversite Adı
Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum/onaylamıyorum</td><td>……...</td></tr>
<tr><td>Yedek Üye : Unvanı Adı SOYADI
Anabilim Dalı, Üniversite Adı
Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum/onaylamıyorum</td><td>……...</td></tr>
<tr><td>Tez Savunma Tarihi:</td><td>26/05/2023</td></tr>
<tr><td colspan="2">Jüri tarafından kabul edilen bu tezin Yüksek Lisans Tezi olması için gerekli şartları yerine getirdiğini ve imzaların sahiplerine ait olduğunu onaylıyorum.
…….…….
Prof. Dr. Bekir KOÇLAR
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü</td></tr>
</table>

ETİK BEYAN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü **Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında;**

• Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,

• Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,

• Tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi

• Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,

• Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim. (26.05.2023)

(İmza)

Aykut ÜN

Yüksek Lisans Tezi

Aykut ÜN

VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Mayıs, 2023

VAN İLİNİN GASTRONOMİ TURİZM POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

ÖZET

İnsanların ekonomik düzeylerindeki gelişmeler ve boş zamanlarının olması, tatil yapma motivasyonlarını etkilemektedir. Bu durum, turizm potansiyelinin artmasını sağlamaktadır. Turizmin artan bu potansiyeli, destinasyonlar için önemli gelir kaynakları arasında görülmüştür. Zamanla gelişim gösteren turizm, farklı turizm çeşitlerini ortaya çıkarmıştır. Gastronomi turizmi de bu çeşitlerden biridir. Gastronomi turizmi bölgelerin veya destinasyonların yöresel ürünleri, yeme içme ve mutfak kültürleri ile alakalıdır. Bu sebeple bir bölgenin veya destinasyonun yöresel zengin mutfak kültürü, incelenmek istenirse gastronomi turizmi kapsamında değerlendirmek gerekir. Yöresel mutfak kültürü, aynı zamanda destinasyonların gastronomi şehri olabilmeleri ve marka değeri oluşturabilmeleri için rekabet etmesini sağlamaktadır. Birçok farklı kültüre ve medeniyete ev sahipliği yapmış Van ili, zengin mutfak kültürüne sahiptir. Bu araştırma; Van ilinin gastronomi turizm potansiyelinin değerlendirilmesini, gastronomi turizminin mevcut turizm potansiyelinin içerisindeki yerinin belirlenmesini ve paydaşlara öneriler sunmayı amaçlamıştır. Bu amaç doğrultusunda nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. 12 soruluk yarı yapılandırılmış görüşme formu oluşturularak 18 turizm paydaşı ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Elde edilen verilere göre; Van ilinin zengin mutfak kültürü gastronomi turizmi oluşması için yeterli olduğu fakat mevcut gastronomi turizm potansiyelinin istenen düzeyde olmadığı ve bazı eksiklikler olduğu görülmüş, önerilerde bulunulmuştur. Buna göre, Van'ın gastronomi turizmi, mevcut turizm türleri arasında ana rolde değil, diğer turizm türlerini destekleyici rolde olduğu belirtilebilir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Gastronomi Turizmi, Yöresel Yemekler, Van.

Sayfa Sayısı: xi + 80

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Çinuçen OKAT

M.Sc. Thesis

Aykut ÜN

VAN YÜZÜNCÜ YIL UNIVERSITY

INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES

May, 2023

EVALUATION OF THE GASTRONOMY TOURISM POTENTIAL OF VAN PROVINCE

ABSTRACT

Developments in the economic level of people and their having free time affect the motivation of them to take a vacation. This situation enables to increase of the tourism potential. This increasing potential of tourism has been seen among the important sources of income for destinations. Tourism which has showed progress over time, has revealed different types of tourism. Gastronomy tourism is one of these types. Gastronomy tourism is related to local products, food and beverage and culinary cultures of regions or destinations. For this reason, if it is asked to examine the local rich culinary culture of a region or destination, it should be evaluated within the scope of gastronomic tourism. Local culinary culture also enables destinations to compete in order to become gastronomy cities and create brand values. The province of Van which has hosted many different cultures and civilizations, has a rich culinary culture. In this regard this research; aims to evaluate the gastronomic tourism potential of the Province Van, to determine the place of gastronomy tourism in the existing tourism potential and to offer suggestions to the stakeholders. In accordance with this purpose, semi-structured interview technique which is one of the qualitative methods, has been used. By creating a semi-structured interview form consisting of 12 questions, face to face interviews have been carried out with 18 tourism stakeholders. According to the data obtained, it has been seen that the rich culinary culture of the province Van is sufficient for the formation of gastronomy tourism, but its current gastronomy tourism potential is not at the desired level and there are some deficiencies, and suggestions have been made in this regard. Besides, it has been determined that Van's gastronomic tourism is not in the main role among the existing tourism types, rather in the supporting role of other tourism types.

Key Words : Gastronomy, Gastronomy Tourism, Local Foods, Van

Quantity of Page: xi + 80

Supervisor: Asst. Prof. Dr. Çinuçen OKAT

İÇİNDEKİLER

ÖZET ..... **iii**
ABSTRACT ..... **iv**
İÇİNDEKİLER ..... **v**
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ ..... **vii**
ŞEKİLLER DİZİNİ ..... **viii**
GÖRSELLER DİZİNİ ..... **ix**
TABLOLAR DİZİNİ ..... **x**
ÖNSÖZ ..... **xi**
GİRİŞ **1**
1. GASTRONOMİ KAVRAMI VE GASTRONOMİ TURİZMİ **3**
1.1. Gastronomi Kavramı 3
1.1.1. Gastronominin Tarihçesi 5
1.1.2. Gastronominin Amaç, İşlev ve Kapsamı 8
1.1.3. Gastronomik Kimlik 10
1.1.4. Gastronomi ile İlgili Kavramlar 11
1.1.5. Gastronomi Uygulamaları ile İlgili Kavramlar 12
1.2. Gastronomi Turizmi 13
1.2.1. Gastronomi Turizminin Önemi 15
1.2.2. Gastronomi Turizminin Gelişimi 16
1.2.3. Gastro Turist 19
2. VAN İLİ VE TURİZMİ HAKKINDA GENEL BİLGİLER **21**
2.1. Van Hakkında Genel Bilgi 21
2.1.1. Van Tarihi 22
2.2. Van İlinin Mevcut Turizm Potansiyeli 26
2.2.1. Doğa Turizmi 26
2.2.2. Kültür Turizmi 29
2.2.3. Spor Turizmi 33
2.3. Van İlinin Flora ve Faunası 34
2.3.1. Flora 34
2.3.2. Fauna 35
2.4. Van'da Yapılan Fuar ve Festivaller 37

2.5. Van Gastronomi Turizmi Potansiyeli 38
2.5.1. Van Mutfağı Yöresel Yemekleri 39
2.5.2. Van Coğrafi İşaretli Ürünleri 40
3. VAN İLİNİN GASTRONOMİ TURİZM POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ 43
3.1. Araştırma Sorusu 43
3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi 43
3.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi 44
3.4. Araştırmanın Yöntemi 45
3.5. Verilerin Analiz Yöntemi ve Yorumlanması 47
3.6. Araştırmanın Sınırlılıkları 48
4. BULGULAR 49
4.1. Araştırma Bulguları ve Yorumlanması 49
4.2. Katılımcıların Demografik Bilgilerine Yönelik Bulgular 49
4.3. Van'ın Mevcut Turizm Çeşitlerine ve Potansiyeline Yönelik Bulgular 50
4.4. Gastronomi Kavramı ve Turizmine Yönelik Bulgular 54
4.5. Van'ın Yöresel Lezzetlerine Yönelik Bulgular 56
4.6. Van Kahvaltısı'na Yönelik Bulgular 58
4.7. Restoranlara ve Menülerine Yönelik Bulgular 60
4.8. Van'ın Gastronomi Değerlerine ve Turizmine Yönelik Bulgular 62
4.9. Van'ın Gastronomi Turizminin Geliştirilmesine Yönelik Bulgular 63
SONUÇ ve ÖNERİLER 65
KAYNAKÇA 69
EKLER 78
EK-1: Görüşme Formu ve Değerlendirme Soruları 78
EK-2: Etik Kurul Kararı 80
ÖZGEÇMİŞ
TEZ ORJİNALLİK RAPORU

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

Bu çalışmada kullanılmış simgeler ve kısaltmalar, açıklamaları ile aşağıda sunulmuştur.

Simgeler	**Açıklamalar**
n	Kişi Sayısı
°C	Santigrat
%	Yüzde

Kısaltmalar	**Açıklamalar**
AKT.	Aktaran
AVM	Alışveriş Merkezi
BKZ.	Bakınız
DİĞ.	Diğerleri
İŞLT.	İşletme
KM	Kilometre
M.Ö.	Milattan Önce
M.S.	Milattan sonra
TDK	Türk Dil Kurumu
T.Y.	Yayın Tarihi Yok
VB.	Ve Benzeri
YY.	Yüzyıl

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil **Sayfa**

Şekil 1.1. Gastronomi Kavramı İle İlişkilendirilen Kelimeler Bulutu 3
Şekil 1.2. Maslow İhtiyaçlar Hiyerarşisi 5
Şekil 2.1. Van İl Haritası 21

GÖRSELLER DİZİNİ

Görsel **Sayfa**

Görsel 2.1. Artos Dağı 27
Görsel 2.2. Van Kedisi 36
Görsel 2.3. İnci Kefali 37
Görsel 2.4. Van Kahvaltısı 39

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo **Sayfa**

Tablo 2.1. Van Yöresel Ürünler. 40
Tablo 2.2. Coğrafi İşaretli Ürünler. 41
Tablo 2.3. İllerin Coğrafi İşaretli Sıralaması 42
Tablo 4.1. Demografik Özellikler. 50
Tablo 4.2. Van'ın Mevcut Turizm Potansiyeline İlişkin Bulgular. 50
Tablo 4.3. Van'ın Mevcut Turizm Türlerine Yönelik Bulgular. 54
Tablo 4.4. Gastronomi Kavramı Ve Turizmine Yönelik Bulgular. 55
Tablo 4.5. Van'ın Yöresel Lezzetlerine Ait Bulgular. 56
Tablo 4.6. Van Kahvaltısı'na Yönelik Bulgular. 58
Tablo 4.7. Restoranlara Ve Menülerine Yönelik Bulgular. 61
Tablo 4.8. Van'ın Gastronomi Değerlerine Ve Turizmine Yönelik Bulgular. 62
Tablo 4.9. Van'ın Gastronomi Turizminin Geliştirilmesine Yönelik Bulgular. 64

ÖNSÖZ

Bu araştırma, Van ilinin gastronomi turizm potansiyelini değerlendirilmesini, gastronomi turizminin mevcut turizm potansiyelinin içerisindeki yerinin belirlenmesini ve paydaşlara öneriler sunmayı amaçlamaktadır. Van ilinde gastronomi alanında yapılacak olan çalışmalara destek olabileceği de düşünülmektedir.

Tez çalışma sürecinde benden ilgisini ve yardımlarını esirgemeyerek bir abi gibi davranan, bilgi ve tecrübeleriyle yol gösteren, sürekli destekleyip motive eden danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi Çinuçen OKAT'a saygılarımla teşekkürlerimi sunarım.

Bana olan desteklerini hiçbir zaman esirgemeyip daima güvenen can kardeşlerim Gamze ÜN ATEŞ'e ve Gizem ÜN POYRAZ'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Bugünlere gelmemi sağlayan, eğitimim boyunca maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen, almış olduğum her kararda, hayatımın her anında yanımda olan canım babam Sebahittin ÜN'e ve canım annem Kılaptan ÜN'e sonsuz sevgimi, minnettarlığımı sunarım ve teşekkürlerimi bir borç bilirim.

Doğdukları günden beri dünyama renk katan hayatımın canları, yaşama nedenlerim, neşe kaynaklarım, kızlarım Azra ve Ada ÜN'e sonsuza dek sevgilerimi sunuyorum.

Hayatımın her alanında en büyük destekçim olup hoşgörü ve sabır gösteren hayat arkadaşım, yoldaşım, iyikim, eşim Dilan ÜN'e sonsuz sevgilerimi ve teşekkürlerimi sunarım.

Aykut ÜN-2023

GİRİŞ

Turizm sayesinde destinasyonlar önemli gelir elde etmektedir. Bu nedenle birçok destinasyon, insanların değer algılarını da göz önüne alarak bazı eski-yeni değerlerini ortaya çıkarmakta, geliştirmekte, pazarlamakta ve turizmin avantajlı dünyasına ayak uydurmaya çalışmaktadır. Bu gelişmeler sonucunda turizmin alışagelmiş deniz-kum-güneş üçgeni dışına çıkılarak alternatifler üretilmiş, farklı turizm türleri oluşturulmuştur. İnsanların farklı istek ve motivasyonları olması da farklı turizm türleri oluşmasında etken gösterilebilir.

Turizm türlerinin deneyimlenmesi esnasında destinasyonun tanınma fırsatı da oluşmaktadır. Bu fırsatlar arasında destinasyonun yeme içme kültürü ilk sıralarda gelmektedir. Yeme içme kültürü, zamanla insanların seyahat motivasyonlarının temel nedeni olduğunda gastronomi turizminin oluşması sağlamıştır.

Bir destinasyonun veya bölgenin yöresel yiyecek içecekleri, mutfak kültürü gastronomi turizminin gerçekleşmesinde temel etkendir. Ayrıca bölgelerin kültürlerini tanıtma konusunda özverili yaklaşımlar göstermesi gastronomi turizminin gelişmesini sağlamaktadır. Gastronomi turizminin gelişmesi; insanların daha fazla seyahat etmesine, ulaşım teknolojisindeki iyileştirmeler sonucu ulaşımın kolaylaşmasına, insanların ekonomisindeki iyileşmelere, yaşam tarzlarındaki değişimlere, ünlü şeflerin ve restoranların ortaya çıkmasına ve medyanın yiyecek içeceğin rolünü güçlendirmesine de bağlıdır.

Zamanla gelişen gastronomi turizmi, bölgeler arası rekabet oluşmasını sağlamıştır. Bölgelerin yöresel ürünleri bu rekabette önem arz etmektedir. Bu nedenle bir bölge gastronomi turizmi açısından marka değerini oluşturabilmek için kendi potansiyelini değerlendirmesi gerekir.

Birçok farklı kültüre ev sahipliği yapmış Van ili, zengin mutfak kültürüne sahip olduğu ve gastronomi turizmi açısından önemli bir potansiyeli olduğu söylenebilir. Bu araştırma, Van ilinin gastronomi turizm potansiyelini değerlendirilmeye, gastronomi turizminin mevcut turizm potansiyeli içerisindeki yerini belirlemeye, gastronomi kimliği oluşumuna ve mevcut turizm faaliyetlerine

daha çok katkı sunmayı ve turizm paydaşlarına önerilerde bulunmayı amaçlamaktadır. Ayrıca Van ilinin gastronomi turizmi potansiyeli kapsamında önem taşıyan değerlerin belirlenmesi, turizm paydaşlarına önerilerde bulunması, varsa eksikliklerin ortaya konması Van ili ile ilgili gastronomi turizmi kapsamında yapılacak çalışmalara ve literatüre katkıda bulunması açısından önemlidir. Bu kapsamda araştırmada; "Van ilinin gastronomi turizm potansiyeli nedir?", "Van ilinin mevcut gastronomi değerlerinin Van il turizmine katkısı nedir?" sorularına cevap aranmıştır.

Araştırma, giriş ve sonuç hariç dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde gastronomi kavramı ve gastronomi turizmi ile ilgili literatür; İkinci bölümde ise Van ili ve yöresel mutfak kültürü hakkında bilgiler verilmiştir. Üçüncü bölümde; araştırma sorusu, amacı, önemi, evren ve örneklemi, yöntemi, verilerin analiz yöntemi ve araştırma sınırlılıkları yer almaktadır. Dördüncü bölümü ise araştırma bulguları oluşturmaktadır.

1. GASTRONOMİ KAVRAMI VE GASTRONOMİ TURİZMİ

1.1. Gastronomi Kavramı

Gastronomi deyince akla ilk gelen günümüzde yöresel yemekleri ve içecekleri tüketmek olmuştur. Her ne kadar böyle bir düşünce olsa da gastronomi sadece bununla sınırlı değildir. Keskin, Örgün ve Akbulut (2017: 260) tarafından yapılan bir çalışmada kelime ilişkilendirme testi aracılığıyla gastronomi kavramının analizi yapılmış ve katılımcıların ilişkilendirdikleri kelimelerin frekanslarına göre Şekil 1.1 de görülen kelime bulutu ortaya çıkmıştır. Kelime bulutuna göre, ilk sırada yemek sözcüğü olmasına rağmen sanat, lezzet, mutfak, kültür gibi kelimeler de gastronominin sınırlı bir alanda olmadığını göstermektedir.



Şekil 1.1. Gastronomi Kavramı ile İlişkilendirilen Kelimeler Bulutu.

Kaynak: Keskin, E., Örgün, E., & Akbulut, B. A. (2017). Gastronomi Kavramının Kelime İlişkilendirme Testi Aracılığıyla Analizi. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 5(3), 255-267.

Alanyazında gastronomi ile ilgili birçok tanım bulunmaktadır. Gillespie ve Cousins (2011: 2), gastronominin tanımını yapmaya çalışan yazarların sayısına bakıldığında gastronomiyi tanımlamanın kolay olmadığını ifade etmiştir. Yiyecek ve

içeceklerin sistematik bir düzene dayandırılmasını, sağlığı koruma kurallarını ve uygunluğunu denetleyerek göze ve damak lezzetine hitap edecek şekilde sunulmasını ifade eden gastronomi, yemek kültürü veya yemek sanatı olarak da bilinmektedir (Dilsiz, 2010: 3). Gastronomi kavramı yalnızca yeme içme sanatı olmamakla beraber kültürel, ekonomik, ideolojik, sosyal ve politik yapı gibi geniş bir alanda kendine yer bulmaktadır (Çalışkan, 2013: 40). Richard (2002: 17), gastronomiyi yemeği pişirme aşamasından, hazırlayıp sunulmasına ve tüketilmesine kadar geçen bir süreç olarak tanımlarken; Keskin ve diğ. (2017: 256), yiyecek ve içeceklerin sadece hazırlanma aşamasından sunum aşamasına kadar geçen süreyi ifade eden bir kavram olmadığını ifade etmiştir.

Yemek yeme ve gastronomi, insanları benzer düşüncelere yöneltse de birbirinden ayrı anlamlar içermektedir. Türk Dil Kurumuna göre yemek yeme; karın doyurma anlamında iken gastronomi ise; yemeği iyi yeme merakı, sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemi olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2021).

Bir başka ifade ile gastronomi, bir ülkede, bir bölgede, bir mekânda, hatta bir grupta tüketilen yiyecek ve içecekle ilgili unsurların değişkenliğini gösteren, malzemelerin nasıl kullanılacağının anlaşılmasını sağlayan, açıkça belirlenmiş sınırları olmayan bir alandır (Hatipoğlu, 2010: 5). Sınırları olmayan bir alan olması gastronominin, aynı zamandaki çok yönlülüğünü ortaya çıkarmış; diğer bilim dallarıyla kurduğu ilişkiler ve tarihsel birikimiyle birlikte sanat ve bilimi de bir araya getirerek günümüzde kendi başına kimlik kazanmasını sağlamıştır.

En genel hali ile tanımlamak gerekirse gastronomi, içinde bulunduğu ve kapsadığı tüm sanatsal ve bilimsel faktörlerle yiyecek ve içeceklerin tarihsel gelişimlerinden başlayarak tüm özelliklerinin, inceliklerinin ayrıntılı bir şekilde anlaşılması, geliştirilerek uygulanmasını ve günümüz koşullarına uyarlanması çalışmalarını kapsayan bir bilim dalı şeklinde ifade edilebilir (Eren, 2007: 74).

1.1.1. Gastronominin Tarihçesi

İnsanoğlunun, varoluştan beri bazı fiziksel ihtiyaçları olmuştur. Araştırmacılar, tarafından bu ihtiyaçları anlamlandırmak için bazı çalışmalar yapılmıştır. Şekil 1.2 de Abraham Maslow tarafından yapılan ihtiyaçlar hiyerarşisi tablosu görülmektedir (Moorhead ve Griffin, 1989: 110). İhtiyaçlar hiyerarşisine göre fiziksel ihtiyaç olan yiyecek ve su, temelde yer almakta ve bu ihtiyaçlarını gerçekleştirmeden diğer ihtiyaçlarını tamamlaması mümkün gözükmemektedir. İnsanoğlu, yaşamını devam ettirebilmek için varoluştan bu zamana yemek yemenin zorunluluk olduğunu anlamış ve yiyecek başka tercihi olmamasından dolayı hem ot hem etle beslenmeyi sürdürmüştür (Dilsiz, 2010: 9; Fumey ve Etcheverria, 2007: 10).



Şekil 1.2. Maslow İhtiyaçlar Hiyerarşisi.

Kaynak: Abraham H. Maslow, "A Theory of Human Motivation", Psychlogical Review, Vol:50, 1943, pp.374-396'dan aktaran Moorhead ve Griffin, p.110.

İlk çağlar, insanların ne olduğunu ne işe yaradığını bilmeden yediği ve tek amacının hayatta kalabilmek olduğu, seçim yapmadan yedikleri bir dönemdir (Düzgün ve Durlu Özkaya, 2015: 42). Yiyecek toplamayı yaklaşık dört milyon yıl önce ortaya çıkan Australopithecus'un olduğu; bundan bir buçuk milyon yıl önce de yaşamış olan Homo Erectus'un, ateş ve taş alet yapma bilgisine sahip olan ilk insan olduğu ifade edilmiştir (Casales Garcia ve Gonzalez Abril, 2017: 112). Del Correl (1992), ateş ve ısıya dayanıklı seramik yapma bilgisi ortaya çıkana kadar

gastronomiden söz edilemeyeceğini ve bu koşullar oluştuğu andan itibaren ise insanların, yiyecekleri dönüştürebildiğinde hayvanlardan farklılaştığını ifade etmiştir.

Ateş, binlerce yıl yiyecek hazırlamada kullanılmakta ve insan beslenmesini temelden değiştirmektedir (Wrangham, 2010; Akt: Burešová, Mrkvová ve Dudić, 2020: 80). Ateşin insan yaşamında yer almaya başlamasıyla beraber insanoğlu, yiyecekleri pişirip tüketmeyi, lezzeti arttırmayı ve çiğnemeyi kolaylaştıran yöntemler aramaya yönelmişlerdir (Düzgün ve Durlu Özkaya, 2015: 42). İnsanoğlunun, ateşi kullanarak eti, bitkiyi veya bitki kökünü basit anlamda korların üzerine koyarak pişirmesi, henüz yemek yaptığı anlamına gelmemektedir; çünkü gerçek anlamda yemek yapmak, değişik malzemelerin bir araya getirilmesiyle yapılan bir işlemdir (Uhri, 2019: 11). İnsanların, ilk zamanlarda hayvan kemiklerinden üretilen malzemeleri kullanmaları ve zamanla madeni metalleri işlemesiyle beraber metal kap kacaklar kullanması yemek yapmaktan söz edebilmemizi sağlar (Seçim, 2018: 123).

Gelişim gösteren insanoğlunun bitki yetiştirmeye başlaması yerleşik hayata geçmesine neden olmuş ve tarımsal faaliyetlerin artmasını sağlamıştır. Böylece et ağırlıklı beslenmeden ot ağırlıklı beslenmeye doğru geçiş başlamıştır (Seçim, 2018: 123). Yerleşik yaşamla birlikte insanlar, yemek yemeyi karın doyurma veya beslenme olarak görmek yerine yemek sofrası kurma, farklı yemekleri sofrada birlikte tatma ve bunları gelenek haline getirme olarak nitelendirmiştir (Merdol, 1998; Akt: Düzgün ve Durlu Özkaya, 2015: 42). Böylece insanoğlunun toplu yaşam bilinci gelişmiş, ilk medeniyet oluşumları ve uygarlaşma başlamıştır.

M.Ö. yaklaşık 4000'li yıllarda medeniyetin ilk tohumları ve uygarlaşmanın en temel adımları Fırat ve Dicle nehirlerinin hayat verdiği Mezopotamya'da atılmıştır. Yerleşik hayat, hayvanların evcilleştirilmesi, tarım, obsidiyen alet yapımı, çanak çömlek üretimi ve anıtsal mabetlerin inşası gibi yenilikler, Mezopotamya'da ortaya çıkmış ve Eski Çağ dönemindeki şimdiki isimleri ile Anadolu, Akdeniz ve İran gibi çevresinde bulunan toplumları ve uygarlıkları etkilemiş ve gelişmelerini sağlamıştır. Bu durum yeme-içme kültürünün oluşumuna temel teşkil etmiştir (Doğdubay, 2019: 55). Ayrıca Mezopotamya; Sümer, Asur, Akad, Babil gibi uygarlıklardan günümüze ulaşan yeme-içme kültürünün ilk örneklerini barındırmaktadır. Örneğin; Asur dönemine ait Asur çivi yazısı ile yazılmış Kültepe Tabletleri içeriğinde tuzun,

ticaretinin yapıldığı, sipariş verildiği ve yapılan ödemelerin tutulduğu masraf listelerini gösteren metinler mevcuttur (Öz, 2011: 309). Yine üç çivi yazılı tabletin keşfi sayesinde bilinen Babil uygarlığına ait Hammurabi Kanunları sayesinde buğday, arpa, darı ve susam gibi tahıllarla beslenildiği, sebze, baklagiller ve fındık yetiştirildiği bilinmektedir (Casales Garcia ve Gonzalez Abril, 2017: 112).

Yeme-içme kültürünün oluşması, zamanla yeme arzusu uyandıran iyi görünümlü ve lezzetli yemeğin önem kazanmasını sağlamış, böylelikle gastronomi kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Gastronomi kelimesinin en eski kullanımı bilindiği kadarıyla antik Yunan'daydı (Santich, 2004: 16). Ayrıca gastronomi, kelime anlamı olarak Yunanca da "*Gastros*" mide ve "*Gnomos*" bilgi, yasa anlamına gelen iki farklı kelimenin birleşiminden oluşmuştur (Kivela & Crotts, 2006: 355). Literatüre göre tarihte gastronomi kelimesi ile ilk karşılaşma M.Ö. 4. yüzyıl civarı yaşadığı tahmin edilen Sicilyalı Yunan Archestratus'un; yiyecek, içeceklerle ilgili yazdığı ve birkaç farklı ismi olan eserin, "Gastronomia" isimli kitap olduğu (Wilkins ve Hill, 1994: 35) veya "Edypatheia" (Lükslerin Yaşamı) adlı bir şiir (Casales Garcia ve Gonzalez Abril, 2017: 113) olduğu bilinmektedir. Bu eser ile ilgili bilgiler M.S. 200 yıllarında yaşamış Athenaeus'un eserlerinde bahsedilmektedir. Bu eserlerde, Archestratus' un Akdeniz bölgesinde geniş çapta seyahat eden birisi olduğu ve neyin nerde en iyi yenebileceğini ve içilebileceğini kaydederek kendinden sonra gelenler için rehber niteliği taşıdığından bahsedilmektedir (Wilkins ve Hill, 1994: 59)

Athenaeus' dan sonra gastronomiyi ilgilendiren birçok yemek kitabı yazıldığı bilinmektedir, fakat 19. yy. kadar "Gastronomi" kelimesine rastlanmamıştır. Gastronomi kelimesine tekrardan Fransız yazar Joseph Berchoux tarafından 1801 yılında yazılan "La Gastronomia" adlı eserde karşılaşılmıştır (Santich, 2004: 16; Samancı, 2019: 142). 1802 yılında gurme ve edebiyatçı sayılan Grimod Reynière, Paris'deki yiyecek-içecek işletmeleri üzerine yayınlar yapmaya başlamıştır. Böylece gastronomi alanındaki ilk eleştirel yayın türleri ortaya çıkmıştır (Samancı, 2019: 142). Kivela ve Crotts, gastronomi ile ilgili ilk çalışmanın Jean Anthelme Brillat-Savarin'in 1825 yılında yapmış olduğu "La Physiologie Dugout" (Lezzet Fizyolojisi) isimli çalışma olduğunu söylemektedir (Kivela ve Crotts, 2006: 355). Brillat-Savarin

gastronomiyi insanların varlığını devam ettirebilmesi için beslenmesini ilgilendiren her şey olarak açıklamıştır (Santich, 2004: 17). Ayrıca Brillat-Savarin, "La Physiologie Dugout" (Lezzet Fizyolojisi) isimli eserinde "bana ne yediğini söyle, sana kim olduğunu söyleyeyim" diyerek gastronominin toplumsal farklılık sağlayabileceği önemini vurgulamıştır (Çalışkan, 2013: 40). 1846-1936 yılları arasında yaşayan Georges Auguste Escoffier gastronomi mutfağına uzmanlık getirmiş ve "Haute Cuisine" olarak bilinen yüksek mutfak akımını başlatarak modern mutfağın kurucusu olmuştur (Aldemir, 2021: 14).

20. yy. başları itibariyle oluşan mutfak kültürleri, gastronominin şekillenmesini sağlamıştır. İkinci Dünya Savaşı sonrasında artan teknolojik gelişim sonrası endüstriyel gıda oluşumları, beslenme bilimi olgusunun ortaya çıkmasını sağlamış ve sağlıklı beslenme bilincini artırmıştır. Bilimsel yaklaşımlar, klasik mutfak anlayışında değişimlere yol açmıştır. Yüksek kalorili ve yağlı yiyecekler, yerini doğal yiyeceklere bırakmıştır. Böylece doğal yiyecekleri temel alan "Cuisine Minceur" (Diyetetik Mutfak Akımı) ortaya çıkmıştır. Bu olay hem klasik mutfak kültürünün yeniden gözden geçirilmesini sağlamış hem de günümüz mutfağını oluşturan "Nouvelle Cuisine" in (Yeni Mutfak) temellerin atılmasını sağlamıştır (Samancı, 2019: 143-145). Gastronomi, günümüzde hala gelişim göstermesi bilimsel açıdan değerlendirmeleri devam ettirmektedir. Bu nedenle tarihi açıdan sürekli yenileşim içerisindedir.

1.1.2. Gastronominin Amaç, İşlev ve Kapsamı

Yemek bilimi olarak adlandırılan gastronomi; insanları duyusal anlamda besleyen, fiziksel anlamda ihtiyaçlarını karşılayan, ruhsal anlamda da rahatlamasını sağlayan alan olarak da tanımlanabilir. Gastronomi ile ilgili birçok tanım mevcuttur. Gastronomiyi en genel anlamda tanımlayacak olursak; insanın yaşamını devam ettirmesini sağlayan eskiden günümüze ve ileriye dönük tüm yenilebilir ve içilebilir ürünleri mantık çerçevesinde birçok bilim dalları ile ilişki kurarak inceleyen, anlamlandıran ve geliştirebilen bir alandır. Ayrıca sınırları olmayıp toplumların kültürel etkileşimini her daim devam ettirebilecek sanat, bilim dalı ve sosyolojik bir alan incelemesi de diyebiliriz.

Gastronominin amacı, en iyi beslenme yöntemi ile insanların sağlığının korunmasını ve hayattan zevk almasını sağlamaktır (Seçim, 2018: 123). Brillat Savarin göre ise gastronominin amacı, belirli ilkelere göre yiyecek hale dönüştürülebilecek her şeyi arayan, temin eden ve hazırlayan kişilere kılavuz olmaktır (Brillat-Savarin, 1994; Akt: Seyitoğlu ve Çalışkan, 2018: 524-525). Alpaslan'a (2019: 7) göre, kültürel etkileşimler sonucu zenginleşen gastronomi ve bu zenginleşmeyi sağlayan ürünlerin çeşitli dağıtım yollarıyla iç ve dış pazara sunulacak biçimde oluşturulması gastronominin bir diğer amaçları arasındadır.

İşlev kelimesi TDK'ya göre bir nesne veya bir kimsenin gördüğü iş, iş görme yetisi, görev, fonksiyon olarak tanımlanmıştır (TDK, 2021). Nitekim gastronominin işlevi, gördüğü iş, iş görme yetisi, görevi ve fonksiyonu ile ilgilidir. Gastronomi, bulunduğu kültürün özelliklerini en iyi şekilde yansıtmakla görevlidir. Ayrıca gastronomiyi; gördüğü iş, iş görme yetisi şeklinde işlevi açısından değerlendirecek olursak literatürde çoğu araştırmacı bu terimlerin anlamını gastronominin üretim ve tüketim boyutları olarak incelemiştir. Üretim boyutunda; iyi, göze hoş gelen bir yemeğin tüketime hazır hale getirilip sunulması, masa düzeni oluşturma bilimi ve sanatı, yemek yeme ve yemek pişirme ile ilgili tecrübeler, faaliyetler ve bu faaliyetlerin uygulanması üretim boyutunda incelenir (Özdemir ve Dülger Altıner, 2019: 3). Tüketim boyutunda ise; iyi, göze hoş gelen ve güzel hazırlanmış bir yemekten ve içecekten hoşnut olma, yemek yemeye ve lezzetli yiyeceklere düşkün olma tüketim boyutunda incelenir (Aksoy ve Sezgi, 2015: 80).

Yeme içme bilimi olarak nitelendirilen gastronomi (Uyar ve Zengin, 2015: 355), kapsam açısından insanın etkileşimde bulunduğu diğer bilim dalları ile de etkileşim içindedir (Küçükşahin ve Şenel, 2018: 3). Birçok bilim dalı, gastronominin farklı yönlerini ortaya çıkararak gastronominin doğasını anlamayı sağlar ve etkileşim kurarak insanlara yol gösterir (Taşpınar, 2016: 8).

Gastronominin kapsamı diğer bilim dalları ile olan ilişkisiyle açıklanacağından aşağıda belirtilmiştir (Özbay, 2017: 10-11; Küçükşahin ve Şenel, 2018: 3):

- İnsanın ana ihtiyacı olan yemek yeme ve içme ile ilgilenmesi antropoloji ve biyoloji ile,
- Tarih öncesi çağlardan beri gelen yiyecek ve içeceklerin hazırlanış, sunuş ve tüketilme şekillerini günümüze kadar getirdiği mutfak kültürü ile ilgilenmesi tarih ve kültür ile,
- Yiyecek ve içecekleri oluşturan unsurların bir araya toplanması fizik ile,
- Toplanması sonrası hazırlanışı ve hazırlanış esnasında nasıl etkileşime girdiği ve pişirme tekniği açısından kimya ile,
- Toplumları oluşturan insanların yaşama şekillerine olan etkisi sosyoloji ile,
- Münferit tercihler olması nedeniyle psikoloji ile,
- Yiyecek ve içeceklerin sunumu ve servis ediliş şekli açısından estetik, sanat ve iletişim ile,
- Yiyecek ve içeceklerin nasıl elde edildiği, pişirilme şekli ve nasıl tüketileceği konuları bakımından din ile,
- Yiyecek ve içeceklerin farklı devletlere pazarlanması, satılması açısından ticaret ve ekonomi ile
- Yiyecek ve içeceklerin ilaç anlamı açısından tıp ile ilgilidir.

Gastronominin bu özelliklerinden dolayı diğer bilim dalları ile kurduğu ilişki çok boyutluluğunun ve geniş alana yayıldığının göstergesidir.

1.1.3. Gastronomik Kimlik

Her ülkenin kültürü, kendine özgü bir yapıdadır. Bu nedenle her ülkenin kendine özgü kültürünün bir kimliği var denilebilir. Gastronomi, bir ülkenin yemek kültürü ile ilgilidir. Gastronomi kimliği literatürde birçok akademisyen tarafından tanımlanmıştır. Bulut (2019: 65), gastronomi kimliğini bir bölgede yaşayan insanların birbirinden ayrı düşünmeksizin göstermiş olduğu gelişim sonucu kültürel bir öge olarak tanımlamıştır. Ayrıca gastronomik kimlik, bir destinasyona özgü olan yemek kültürünün nasıl ortaya çıktığı araştırmalarına dayanmaktadır (Töre Başat, Sandıkçı ve Çelik, 2017: 65). Gastronomik kimlik, kültürel kimliğin oluşumunda ve miras olarak aktarılmasında en etkili unsurdur (Çalışkan, 2013: 41).

Harrington, gastronomi kimliğini oluşturan iki faktörün çevre ve kültür olduğunu söylemiştir. Çevre; coğrafya, iklim, yöreye ait ürünler ve yeni ürünlerin oluşumu olarak tanımlanırken; kültür ise; tarih, insanların ırksal çeşitliliği, gelenek görenekler, inanışlar ve değer sistemleri olarak tanımlanmıştır (Harrington, 2005: 130-131; Çalışkan, 2013: 41). Ayrıca gastronomik kimliğin benzersiz oluşu, taklit edilememesi sadece o destinasyona ait olması gibi özellikleri de vardır (Çalışkan, 2013: 45). Bu söylemlere göre gastronomik kimliğin; bir ülkenin, yörenin veya bir destinasyonun tanıtımında ve kültürel oluşumuna büyük katkı sağladığı ifade edilebilir.

1.1.4. Gastronomi ile İlgili Kavramlar

Gastronominin gelişmesi ile bazı kavramlar ortaya çıkmış ve bu kavramların gastronominin bilimsel bir alan olmasında önemli rolü olduğu söylenebilir.

Gastronom: Midesine düşkün, ağzının tadını bilen, yemeğin oluşturulmasında ve sunulmasında alanında uzman, sanatçı, bilgi sahibi ve eğitimli biri olarak tanımlanmaktadır (Dilsiz, 2010: 4; Hatipoğlu, 2010: 7; Özdemir ve Dülger Altıner, 2019: 4).

Gurme: Yemeğin hazırlanmasındaki incelikleri bilen, yemekteki malzemelerin uyumunu anlayabilen, yeme içme konusunda kültürü yüksek, lezzet seçici, tadım ustası veya tat bilir olarak adlandırılan kişidir (Dilsiz, 2010: 4; Hatipoğlu, 2010: 7).

Gurman: Gurmeye göre lezzet aramayan, boğazına düşkün, yemek seçmeyip tüketmekten büyük keyif alan, sunuma, görünüşe ve hijyene önem vermeyen obur anlamını taşıyan kişidir (Dilsiz, 2010: 5; Türkoğlu ve Akoğlan Kozak, 2015: 211; Özdemir ve Dülger Altıner, 2019: 4; Özbay, 2017: 29).

Gusto: Yaşamdan zevk almasını bilen ve zevk sahibi, sadece yemek yiyen değil yerken de bol bol sohbet eden, görgü kurallarını ve sofra usulü çok iyi bilen, çevresine pozitif enerji veren, en lezzetli yemekleri yemeyi en keyifli sohbetlerle gerçekleştiren, yemek yemenin hazzını doruklarda yaşayan kişidir (Yücel Güngör, 2020: 15).

Sommelier: Lüks restoranlarda veya birinci sınıf yiyecek içecek hizmeti sektöründe çalışıp şarap ve içecek tadımı yapan, lezzeti konusunda uzman sayılan kişilere denir (Yücel Güngör, 2020: 15).

Degüstatör: İçecek tadımını, degüstasyon işlemini yapan kişilere verilen isimdir. Ayrıca sommelier yerine dünya genelinde şarap lezzetini iyi anlayan ve tadımı yapan kişilere verilen isimdir. Ürünlerin tat, koku, renk, görüntüsü üzerine değerlendirmeler yapabilen kişilerdir (Hatipoğlu, 2010: 7; Özdemir ve Dülger Altıner, 2019: 4; Özbay, 2017: 29).

Barista: Özünde "barmen" anlamını taşımakta iken tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de "kahve barmeni" olarak bilinmektedir. Her türlü kahve ile incelikleri iyi bilip yapabilen kişidir (Yücel Güngör, 2020: 16).

1.1.5. Gastronomi Uygulamaları ile İlgili Kavramlar

Gastronomi de zamanla çeşitli uygulamalar ortaya çıkmıştır. Bu uygulamalar gastronominin bilimsel açıdan değerlendirilmesini sağlamaktadır.

Moleküler Gastronomi: Pişirme tekniği veya sunum şekli olarak görülmesinin yanı sıra gerçek anlamda kimyasal olaylara odaklanması ve pişirme sırasında yiyeceklerin dönüşümünü temel alan bilimsel yaklaşımdır (Aktaş, 2017: 107).

Moleküler Miksoloji: Moleküler gastronominin özel bir alanı olup fizik ve kimya tekniklerini kullanılarak içkilerin içeriklerini ve şeklini değiştirilmesini ve bunun sonuncuda oluşan kokteyl karışımının moleküler seviyede anlaşılmasını sağlayan yaklaşımdır (Aktaş, 2017: 115; Yücel Güngör, 2020: 17).

Füzyon Mutfak: Füzyon kelime anlamı olarak *"erime, birleşme, birleştirme, bir araya gelmesi"* anlamlarına gelmektedir. Füzyon mutfak, farklı ülkelere ait pişirme teknikleri ve malzemelerin aynı yemek tabağında bir araya getirilmesiyle oluşması fakat tek bir ülkeye ait ulusal bütünlüğün olmamasıdır (Bağıran Özşeker, 2017: 130; Özbay, 2017: 30)

Slow Food: İtalyan Carlo Petrini ve arkadaşları tarafından Roma şehrindeki İspanyol Merdivenleri'nde açılması düşünülen fast food restoranına karşı geliştirilen bir akımdır. Bu akım, sağlıklı yapılan hayvancılık ürünlerinin ve taze yöresel mevsim ürünlerinin ön plana çıkmasını sağlamaktadır. Ayrıca hızlı yemek akımından ziyade aile ve arkadaşlarla yemek yemenin sosyal vurgusunu ön plana çıkarmakta iken; çevre kirliliğine ve genetiği oynanmış yiyeceklere de karşı durmaktadır (Yücel Güngör, 2020: 18).

Fast Food: Ayak üstü yemek yeme, hızlı yemek yeme akımı şeklinde tanımlanmaktadır. Nitekim ayaküstü hazırlanan yemekler çabuk servis edilip tüketilebilir. Bu akım 1940'lı yıllarda ortaya çıkıp tüm dünyada yaygınlaşmış, 1980'li yıllarda Türkiye de ortaya çıkmaya başlamıştır. Ortaya çıkışının en büyük nedeni insanların, yemek yemeye fazla vakit ayıramamasındandır. Ayrıca, fast food sektörün ihtiyacı doğrultusunda hızlı yiyecekler üreten zincir restoranlara dönüşmüştür (Dilsiz, 2010: 6; Yücel Güngör, 2020: 18).

Gastronomi ile ilgili uygulamalar, gastronominin daha çok gelişmesini sağlamıştır. Bu gelişme zamanla gastronomiyi turizm ürünü olarak da anılmasını sağlamıştır.

1.2. Gastronomi Turizmi

İnsanların seyahatleri süresince edindikleri deneyimleri arasında yeme içme kavramı da vardır. Yeme içme, bazı insanların seyahatlerinin en önemli parçasını ve temel motivasyonunu oluşturmaktadır. Yeme içme, ne kadar fiziksel bir eylem olsa da bir kültürün tanınması, değişik tatların keşfi gibi anlamlarda içermektedir. Bu bağlamda gastronomi ve turizm arasındaki bağlantı, bahsedilen anlamların turizm hareketlerine yol açan bir unsur olması ve turistlerin bu anlamları gerçekleştirmesi ile ilişkilendirilebilir (Ulama ve Uzut, 2017: 188; Türkay ve Genç, 2017: 211; Oğan, 2021: 37).

Gastronomi turizmi ile ilgili literatürde birçok tanım ve söylem bulunmaktadır. Fakat gastronomi turizminden ilk bahseden kişi 1998 yılında *"Culinary Tourism (Mutfak Turizmi)"* ifadesiyle L. Long olmuştur. Gastronomi

turizmi için halen “mutfak turizmi”, “yerel mutfak turizmi”, “yiyecek içecek turizmi”, “beslenme turizmi”, “tadım turizmi”, “gurme turizmi”, “gastronomi ve şarap turizmi”, “aşçılık turizmi”, “gıda turizmi” gibi anlamlar da kullanılmaktadır (Kivela ve Crotts, 2005: 41; Türkay ve Genç, 2017: 224; Yücel Güngör, 2020: 19). Gastronomi ve turizm, birlikte ele alınmasıyla bir destinasyonun veya yörenin kalkınmasına ve markalaşmasına faydalı olup seyahat, tatil amaçlı seçilmesini teşvik edici özelliğe ve kültürel çekicilik anlamında önemli bir yere sahiptir (Güzel Şahin ve Ünver, 2015: 64; Tuncay, Ilgaz ve Akmeşe, 2020: 1451).

Gastronomi turizmi, daha önce deneyimlenmemiş yiyecek ve içecekleri denenme isteği üzerine turistlerin seyahat motivasyonunu ve davranışlarını önemli şekilde etkilemektedir (Güzel Şahin ve Ünver, 2015: 64; Seyitoğlu, 2018: 318). Bu bağlamda gastronomi turizminin, fiziksel – kültürel – sosyal – prestij olmak üzere dört farklı motivasyon çeşidi vardır. Fiziksel motivasyonda turistler, doğal olan yeme içme ihtiyacı için; kültürel motivasyonda ise, bir bölgeye ait kültürü daha iyi tanımak ve anlamak için yemek yemeyi ister. Bölgedeki en basit ürün bile motive etmekte yeterlidir. Sosyal motivasyonda ise, turistin gastronomi turizminin içinde aktif olarak yer alması sosyal, ilişkisel bağlarının güçlenmesini sağlamaktadır. Prestij motivasyon ise bölgeye ait deneyimlerini ve kültürel bilgiyi çevresiyle paylaşması kendisine prestij sağlaması açısından önemlidir (Fields, 2002: 37-41).

Gastronomi turizminde temel motivasyon, özel sayılan bir yemek ürününü tatmak veya üretiliş aşamasını görme isteğiyle, restoranları, yeme içme festivallerini, yiyecek üreten işletmeleri ve özel sayılan alanları ziyarette bulunmaktır (Kurnaz, Özdoğan ve Akyurt Kurnaz, 2017: 115).

Gastronomi turizmi; kültürel ve yöresel tatların, kokuların ve dokuların, tanınmasını ve devamlılığını sağlayarak yeme içme deneyimi sunan turizm çeşididir (Yücel Güngör, 2020: 19). Başka bir tanıma göre gastronomi turizmi, farklı kültürlere ait özellikleri tanıma, anlama veya öğrenme açısından özel ilgi alanı sayılır. Bu özelliği sayesinde aynı zamanda kültür turizmidir (Kurnaz vd., 2017: 115). Ayrıca gastronomi turizmi köken olarak tarıma, kültüre ve turizme dayanmaktadır. Nitekim bu üç unsur sayesinde destinasyonun pazarlanması ve çekiciliği artmaktadır. Tarım; destinasyona veya yöreye ait ürünü sunarken, kültür;

tarihi mirası ve otantik özelliği, turizm ise; altyapıyı ve hizmeti oluşturmaktadır (Yüncü, 2010: 29; Yücel Güngör, 2020: 19).

Gastronomi turizmi, bir destinasyona, yöreye veya bölgeye ait üretilen ürünlerin tüketilmesine etki eder ve ekonomisine fayda sağlar (Akkaya ve Özcan, 2019: 252). Bu durum bölgede yaşayanların refah düzeyini artırmasının yanı sıra bölge insanı tarafından sadece gastronomiyi değil tüm turizm faaliyetlerinin desteklenmesini, gelişmesini sağlar. Bölge insanının bu tutumunun göstergesi; bölgede yapmış oldukları gastronomi şenlikleri, festivalleri, fuarları gibi vb. etkinliklerle örnek gösterilebilir (Karakuş, Onat ve Güneren Özdemir, 2020: 2180).

Oğan (2021: 37), literatürde yapılan tanımlamalardan yola çıkarak gastronomi turizmine ait öne çıkan özellikleri sıralamıştır. Bunlar;

- Turistler, talep edip tüketirler,
- Bölgeye ait kültürün önemli bir parçasıdır,
- Bölge tanıtımında önemli rolü vardır,
- Bölgede rekabet yaratarak turizme katkı sunar,
- Turistlerin taleplerine ve tercihlerine göre şekil alır,
- Bölgesel kimlik oluşumunu kuvvetlendirir,
- Bölgeye ekonomik katkı ve refah artışı sağlar,
- Kültürel etkileşimi artırmada önemli rol oynar,
- Turistik ürün ve hizmet çeşitliliğini artırır ve tamamlayıcı özellik kazandırır,
- Alternatif turizm çeşidi sayılır.

Gastronomi turizmi ile ilgili literatürde farklı bakış açıları bakımından araştırmalar yapılmaya devam etmektedir. Bu durum gastronomi turizmine ait özelliklerin gelişmesini ve artmasını sağlamaktadır.

1.2.1. Gastronomi Turizminin Önemi

Gastronomi turizmi, diğer turizm faaliyetlerine oranla önemli bir değeri vardır (Ulama ve Uzut, 2017: 198). Turistik bir ürün olması, ülke ekonomisi faydası ve tanıtması (Özçelik, 2019: 18), kültürel etkileşim oluşturması ve bölgeye ait

kültürel özelliklerin sürdürülebilirliğinin sağlanması, destinasyonların seçiminde turistlerin kararlarında etkili olması açılarından önemli olmaktadır.

Birçok turizm bölgesinin gastronomi turizm potansiyeli olmasına rağmen mevcut turizm faaliyetleri arasında gastronomi turizmi sayılmamakta veya önemsenmemektedir (Türkay ve Genç, 2017: 217). Oysaki bölgeye ait varolan ve yeni değerlerin ortaya çıkarılmasında ve tanıtılmasında (Bucak ve Aracı, 2013: 214); turistlerin bölgeyi seçmesindeki kararlarında (Ulama ve Uzut, 2017: 198); bölgedeki yerel halka ve ülkeye ekonomik katkı sağlamasında (Özgüneş ve Bozok, 2017: 361); bölgeye özgü marka ve kimlik oluşumunda (Çalışkan, 2013: 41); turizm sürecini ve istihdam olanağını, sürdürülebilir hale getirme ve on iki aya yayma açısından (Yücel Güngör, 2020: 19) gastronomi turizmi önem arz etmektedir.

Yüncü (2010: 30)'ye göre gastronomi turizmi, bölgesel turizmin, yerel tarımın ve ekonominin gelişmesi, rekabetçi bir bölge yaratması ve pazarlanması, turist tarafından tüketilecek ürünlerin oluşumu ve son olarak yerel kültürün bir parçası olması açısından önemlidir.

Sökmen ve Özkanlı (2018: 103), yerel halk ile turistler arasında oluşan duygusal bağın, bölgenin pazarlanmasında ve imaj yaratmasında etkili olabileceğini belirtmiştir. Ayrıca oluşan duygusal bağ için yapılan açıklamalara göre turistler, günlük hayatlarında dikkat etmedikleri yiyecek ve içecek ürünleri için bölgeye özgü sembolik anlamlar yüklemektedir. Bu durum kültürel etkileşim ve imaj oluşumu-markalaşma açısından gastronomi turizmini önemli kılmaktadır.

1.2.2. Gastronomi Turizminin Gelişimi

Turizm faaliyetleri arasında yer alan gastronomi turizminin diğer faaliyetlere göre önemli bir yeri vardır. İnsanların beslenmesi şart olduğu için hangi amaçla olursa olsun yapmış olduğu tüm seyahatlerde, gezilerde beslenme ihtiyacını karşılamalıdır. Bu durum yiyecek içecek sektörünün turizm ile bağını ortaya koymaktadır. Ayrıca beslenmeyi ihtiyaç olarak görmenin yanı sıra yemekten, içmekten zevk alıp sırf almış olduğu bu zevk için seyahat eden insanlarda vardır. Bu bağlamda yapılan seyahatler, geziler gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmektedir (Şengül ve Türkay, 2016: 89; Özbay, 2017: 10).

Gastronomi turizminin gelişmesi; insanların daha fazla seyahat etmesi, ulaşım teknolojisindeki iyileştirmeler sonucu ulaşımın kolaylaşması, insanların ekonomisindeki iyileşmeler, yaşam tarzlarındaki değişimler, yemek yemenin hem zorunluluk hemde zevk meselesi olması sonucunda ünlü şeflerin ve restoranların ortaya çıkması ve medyanın yiyecek içeceğin rolünü güçlendirmesi, desteklemesi şeklinde tanımlanabilir (Hall ve Mitchell, 2005: 76). Aksoy ve Sezgi (2015: 81), gastronomi amacıyla seyahat eden turistlerin ziyarette bulundukları bölgelerde gastronomi müzesi aradıklarını, buna istinaden bu alanda yapılacak müzelerin gastronomi turizminin gelişmesini sağlayacağını ifade etmiştir.

Hjalager, gastronominin gelişme düzeyini dört dereceli hiyerarşik bir modelle açıklamıştır (Hjalager, 2002: 23-31; Sökmen ve Özkanlı, 2018: 103-104; Çam ve Çılgınoğlu, 2021: 182). Bunlar;

Birinci derece göstergeler: Yiyecek içecek sektörünün yerel anlamda gelişimine ve ürünlerin kalitesinin artmasını önemsemektedir. Üretenler ve tüketenler arasındaki iletişim eksikliği, turizm bölgelerinin kendilerini tanıtmasını ve planlı şekilde hareket etmelerini, altyapının geliştirilmesini üzerinde durmaktadır. Birinci derece göstergeler şunlardır;

- Ürünleri tanınmasında web sitesi ve seyahat broşürlerinin olması
- Yerel ürünlerin tanıtımı/promosyonu
- Yerel ürünlerin marka sayıları
- Restoran ve konaklama tesis sayısı
- Restoranların imajı/tanınmışlığı
- Ürünlerin sunulması/servis edilme şekli
- Yerel bazda gastronomik anlamda yapılan etkinliklerin/aktivitelerin olması
- Turistlere ürünler hakkında bilgi verilmesi ve tanıtılması konusunda çaba harcanması

İkinci derece göstergeler: Yatay anlamda gelişim olarak da adlandırılmaktadır. Bir önceki göstergede olan; yerelde oluşturulan ürünlerin sunum şekillerinin, kalite koşullarının turist taleplerine güncellenmesine değinmektedir. Ayrıca yerel ürünlerin farklı bölgelerde farklı şekillerde yapılması kaliteyi

etkilemekte, bir standardın olmaması sorun olmaktadır. Belli bir standartın yaratılması ve bu standartı denetleyen bir kurumun olması gelişmişlik göstergesi sayılmaktadır. İkinci derece göstergeler şunlardır:

- Yerelde üretilen ürünlerin sunum kalitesi
- Restoranların, ürünlerin, üreten kesimin kalite standartları açısından denetleyen kamu ve kuruluşların olması
- Sertifikası ve kalitesi olan ürünlerin turizm broşürleri içinde bulunması
- Broşürlerin, turizm sorumluları tarafından turistlere ulaştırılması
- Yiyecek ve içeceklerin günümüz şartlarına ve turist taleplerine göre düzenlenmesi

Üçüncü derece göstergeler: Festival, fuar gibi etkinliklerin yanı sıra ürünlerin üretiliş aşamaları ve tüketiliş şekli gibi unsurlara turistlerinde katılma imkanı sağlanmasıdır. Bu imkan, gastronomi müzeleri gibi yöresel yemek kursları vb. oluşumların olması ile olabilir, ayrıca bu durum gelişmişlik göstergesidir.

- Yemeklerin ve içeceklerin yerel aktiviteler/faaliyetler ile tanıtılması
- Turistleri restorana çekecek yarışma, eğlence gibi vb. etkinliklerin olması
- Doğal yemek-çiftlik tarzı konseptli tatil imkânı olması
- Gastronomi broşürlerin görsel zenginliği
- Turistler için yöresel yemekleri pişirebileceği kursların olması
- Tarımsal üretim alanlarının turizme açılması
- Şarap rotaları oluşturulması ve gastronomi müzelerinin olması

Dördüncü derece göstergeler: Bir bölgenin gastronomi turizmi açısından çapraz gelişimi denilebilir. Bir başka anlamda yerel ve küresel nitelik söz konusudur. Buradaki göstergelere sahip bölge en gelişmiş seviyedeki turizm bölgesi sayılabilir ayrıca buradaki amaç gastronomideki uygulama alanlarına ek olarak teorik bilgilerinde sağlanmış olmasıdır. Özel öğrenme alanlarının oluşturulması, turizm toplumlarının birlik sağlaması bu amacı sağlar. Gastronomi üzerine yapılmış akademik çalışmalar bu göstergelerden biridir.

- Turizm eğitim kurumları ve gastronomi üzerine ar-ge çalışmaları olması

- Yerel gastronomi ve gastronomi turizmi topluluklarının birliği
- Ulusal ve yerel medya yerel gastronominin yer alması
- Yerel anlamda gastronomi turizmi üzerine akademik çalışmaların olması

Hjalager'in yapmış olduğu bu modelleme tekniği gastronomi turizminin gelişmesinde önem arz ettiği söylenebilir. Gastronomi turizminin gelişimi aynı zamanda bu aktiviteye katılımla mümkün olabilir. Bu turizm çeşidine katılan turistler gastro turist olarak nitelendirilmektedir.

1.2.3. Gastro Turist

Turistler, seyahat planlarını sadece farklı yerleri gezip görme amacıyla değil aynı zamanda farklı kültürleri ve o kültüre ait yiyecekleri de görüp deneyimlemek için yaparlar (Bucak, Yiğit ve Okat, 2019: 28-29). Seyahat amacı farklı kültürlere ait yiyecek ve içecekleri tatma isteği olup deneyimleyen, sunumu ve servisi hakkında bilgisi olan turistlere Gastro Turist denir (Uyar ve Zengin, 2015: 361). Bir başka ifade ile yemeklere olan özel ilgileri sebebiyle seyahat eden turistler gastro turist olarak adlandırılmaktadır (Velissariou ve Vasilaki, 2014: 122).

Eric Wolf (2006), gastro turisti şu şekilde ifade etmiştir (Akt: Türkay ve Genç, 2017: 226):

> *"Hiç hiçbir ya da daha fazla saat, sadece yeni açılan bir lokantayı denemek için araba kullandınız mı? İş seyahati ile gittiğiniz bir ülkede, bir bakkalın rafları arasında kendinizi kaybettiniz mi? Tatil programınızı yaparken yemek festivallerini, mevsimlik meyveler veya sebzeleri hesaba kattınız mı? Eğer öyleyse siz büyük olasılıkla gastro turistsiniz.*"

Bu tanıma göre Türkay ve Genç, için seyahat sürecinin her safhasında gastro turist özellikleri gösterilebileceği ifadesini kullanmıştır (Türkay ve Genç, 2017: 226). Bir başka tanıma göre gastro turistler aynı zamanda kültür turistleridir, bunun nedeni özel ilgi duyduğu yemek kültürünü her yönü ile öğrenmek isterler (Çalışkan, 2013: 43). Ayrıca gastro turist, ekonomik geliri yüksek olup, kültür turistleri ile benzerlik gösteren 30-50 yaş aralığındaki turistlerdir (Zainal, Zali ve Kassim, 2010: 18).

Turistin seyahatinden önce evinde veya dışarıda yediği yemeğe olan ilgisi ile seyahati süresince ve sonrasında yediği yemeğe ilgi düzeyi ve davranış şekli

farklılaşmaktadır. Bu bağlamda, gastro turistin davranış açısından değerledirilmesi gerekir. Ayrıca gastro turistin, yenilikçi bir yapısının olması gereklidir. Nitekim faklı lezzetler arzulamak, farklı kültürü deneyimlemek yeniliğe açık olmanın göstergesidir. Bu nedenle gastronomi ilgisi ile yenilik arasında pozitif bir ilişki söz konusudur (Türkay ve Genç, 2017: 227).

Gastronomi turizm faaliyetlerine katılan gastro turistlerin, ziyaret nedenleri gastronomi turizm pazarını da etkilemektedir. Çünkü gastro turistlerin ziyaret nedenleri değişim göstermektedir. Yapılan araştırmalar sonucu yayımlanan American Culinary Traveler Report'ta gastro turist, *"Kasıtlı-Fırsatçı-Raslantısal"* gastro turist şeklinde üç gruba ayrılmıştır: Kasıtlı olan gastro turistin seyahat amacı yemek aktivitelerini, etkinliklerini gerçekleştirmektir. Fırsatçı gastro turist ise yemek yeme fırsatı olup olmadığını sorgulayan ve buna göre seyahat etkinliğini gerçekleştiren turist tipidir. Rastlantısal olan gastro turist ise gezi veya seyahat esnasında yemek ile ilgili bir faaliyetin, aktivitenin olduğunu bilmeden ve tesadüfi şekilde katılım gösteren turist tipidir (Sezer, 2017: 38; Yücel Güngör, 2020: 20).

Yeme içme, beslenme için zorunluluk olmasının yanı sıra her turistin zamanını ve parasını ayırdığı bir ihtiyaçtır. Bazı turistler yeme içmeyi sadece ihtiyaç olarak görürken, bazı turistler için ise zevk veren ve motive eden bir ihtiyaç olarak görür. Bu turistler gastro turist olarak adlandırılmaktadır ve özellikleri şu şekildedir (Türkay ve Genç, 2017: 227):

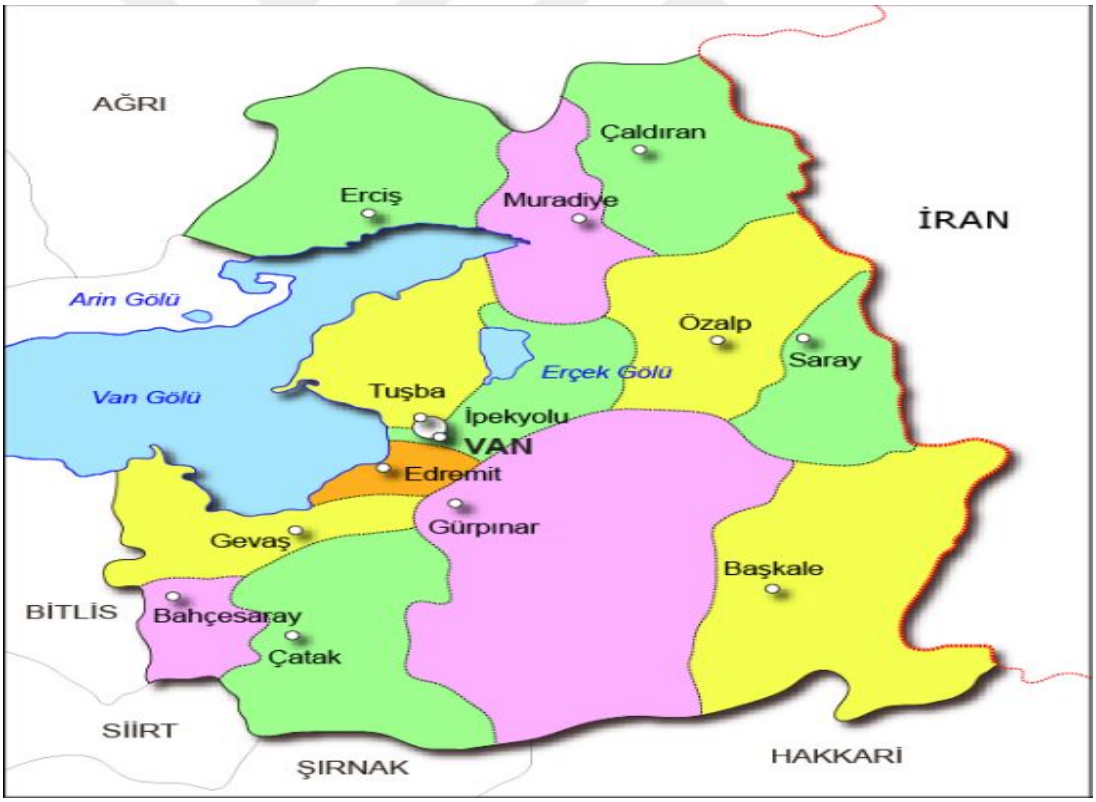
- Seyahat planı oluştururken ve seyahat süresince yeme içme hep ön plandadır,
- Yeme içme faaliyetleri, etkinliklerine katılma konusunda arzulu,
- Eğitim ve gelir seviyesi yüksek,
- Uzun zaman konaklayabilen,
- Yenilikler açık ve istekli, araştırma ruhu olan,
- Yerel ürünlere ilgisi olan, gittiği bölgelerden kendisine ve çevresine hatıra ürün almayı ihmal etmeyen.

Gastro turistler bulundukları destinasyonlara değer katma özelliğide göstermektedir.

2. VAN İLİ VE TURİZMİ HAKKINDA GENEL BİLGİLER

2.1. Van Hakkında Genel Bilgi

Doğu Anadolu Bölgesi'nde yer alan Van, 19069 kilometrekare yüz ölçümü ile Türkiye topraklarının %2,5'ini oluşturur. Ayrıca yüz ölçümü bakımından Türkiye'nin 6. büyük şehridir. Van şehir merkezi, Van gölü doğusunun 5 km uzaklığında kurulmuştur. Van gölünün ve Van'ın çevresinde bulunan yüksek dağlar ilin sınırlarını oluşturur. Van ili çevresinde kuzeyde Ağrı ili, Doğubayazıt, Diyadin ve Hamur ilçeleri; güneyde Siirt'in Pervari, Hakkâri ili, Yüksekova ve Beytüşşebap ilçeleri; doğuda İran Devleti; batıda Van gölü başta olmak üzere Ağrı'nın Patnos ilçesi ile Bitlis'in Tatvan, Adilcevaz ve Hizan ilçeleri yer alır (Van İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2021).



Şekil 2.1. Van İl Haritası.

Kaynak: http://cografyaharita.com/haritalarim/4l-van-ili-haritasi.png

İl genelinde kara iklimi görülmesi kışların sert ve uzun geçmesine neden olmaktadır. Daha yüksek kesimlerde ise kışın daha az sert geçmesini Van gölü sağlar. Sıcaklık -26,9°C ile +36°C arasında görülür. Sıcaklık, kış aylarında 150 gün 0 derece altında iken yaz aylarında ise 20 gün 30 derece üstündedir. Genelde toprak 80 gün karla örtülü kalır. Yıllık yağış miktarı ilçelere göre farklılık göstermektedir. 370 mm ile 550 mm arasında değişiklik göstermektedir. Yaz ayları az yağışlı ve çok sıcak geçer. İlin bitki örtüsü ise Van gölü çevresi ve vadilerde zengin olsa da dağlar genelde ağaçsızdır. İl toprakları bozkır manzarasına sahiptir. Toprakların yüzde 70'ini çayır ve meralar, yüzde 23'ünü ekili ve dikili alanlar, yüzde 2'si ise ormanlar ve fundalıklarla kaplıdır (Van İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2021). Bölgeye ve Van iline ulaşım havayolu, karayolu ve demir yolu ile mümkündür. Van Ferit Melen Havalimanı 1943 yılında hizmete açılmıştır. Ayrıca Bitlis'in Tatvan ilçesinden Van'a karşılıklı feribot seferleri ve Van – Tebriz (İran), Van – Tahran (İran) arası demiryolu ile ulaşım imkânı sağlanabilmektedir (Van İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2021). Van iline ayrıca tarihi açıdan da bakmak gerekir.

2.1.1. Van Tarihi

Doğu Anadolu Bölgesinde yer alan Van birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Yapılan çalışmalara göre şehrin tarihi, M.Ö. 15000-8000 yılları arasına kadar gitmektedir (Tekin, 2005: 689). Van bölgesi ve gölü civarında bilinen ilk medeniyet izlerine ise Van kalesinin 6 km güneyinde yer alan Tilkitepe höyüğünde rastlanılmıştır. 19. yy. sonlarında Dr. Bleck ve 1937 yılında arkeolog Reilly tarafından yapılan kazı çalışmalarına göre M.Ö. 4000 yılları civarında bu bölgede yaşamış bir kültürün varlığından söz edilebilmektedir (Köşker, 2001: 40). Yine Van'ın Gürpınar ilçesine ait İremir höyüğünde yürütülen kazı çalışmalarında bir konutun depo bölümü olarak kullanıldığı tahmin edilen demir çağına ve erken tunç çağına ait yaşamsal kalıntılar ortaya çıkmıştır (Yeniçağ, 2021).

Bahsedilen zaman aralıklarına göre M.Ö. 4000-2000 yılları civarı bölgede Hurriler hüküm sürmüştür. Hurriler, Doğu Anadolu'da dağlık alanlarda yaşayarak beylikler oluşturmuştur (Köşker, 2001: 40; Tekin, 2005: 689). Hurriler, M.Ö. 2000 yılları ortalarında Mitanni devleti altında yaşamışlardır. Mitanni devletinin yıkılmasından sonra Hurrilerin çok yakın akrabası sayılan, bir çeşit hala veya teyze

çocuğu olan Urartular, Van bölgesinde Hurrilerin yerini alacaktır. Akurgal'a göre, Hurriler ile Urartular arasında aşağı yukarı 5 yy. olması ve Urartu dili üzerine yapılan çalışmalara göre Hurri dilinin bir lehçesi olduğu ortaya konulması; Urartuları Hurrilerin ahfadı olarak kabul edilmesini sağlamaktadır. Urartular, M.Ö. 1000 yılları başlarında Van gölü ve çevresinde devlet kurdular ve bugünkü bilgilere göre Urartu devletinin en eski kralı Lutibri'nin oğlu I. Sardur olduğu bilinmektedir (Akurgal, 2005: 173-174-247). I. Sardur (M.Ö. 844-828), tarafından devletin başkenti Tuşpa (günümüz ismiyle Tuşba, Van'ın merkez ilçelerinden biridir) yapılmıştır (Freely, 2008: 209). Urartu krallığı en parlak ve güçlü dönemlerini, Menua (M.Ö. 810-780), Argisti (M.Ö. 780-760) ve özellikle II. Sardur (M.Ö. 760-730) dönemlerinde yaşamıştır. Urartu krallığı aynı bölgede güçlü bir devlet haline gelen Med'ler tarafından M.Ö. 7. yy. sonunda ya da 585 yılında yıkıldığı düşünülmektedir (Akurgal, 2005: 247-248).

Van bölgesi, Med'ler zamanında Khalde - Kalde ve Halde isimleri ile anılsa da Urartuların yıkılmasından sonra Med egemenliği de çok sürmemiştir. M.Ö. 550 yıllarında Med'lerin Pers'lere yenilmesiyle Pers egemenliği başlamıştır (Köşker, 2001: 41; Önay ve Tatlı, 2016: 244).

Van ili ve bölgesi, M.Ö. 331 yılında Pers devletinin yıkılmasına kadar sıradan bir şehir konumunda varlığını sürdürmüştür. Makedonyalı Büyük İskender, M.Ö. 334 yıllarından başlayarak Pers İmparatorluğuna akınlar düzenlemiş ve M.Ö. 331 yıllarında Pers İmparatorluğu yıkılmıştır. M.Ö. 323 yılında Büyük İskender'in ölmesi sonucu kendi ismi ile anılan İskender İmparatorluğu parçalanmış ve Güney Anadolu da Selokid veya Seleukos krallığı kurulmuştur. Van ili ise M.Ö. 215-133 yılları arasında Seleukos egemenliğine; M.Ö. 88 yıllarına kadar Part egemenliğine sonrasında ise Seleukos egemenliğine son veren Romalıların egemenliğine girmiştir. Van ili ve bölgesi, M.S. 5. yy. kadar Roma-Sasani arasında el değiştirmiş ve sınır değişiklikleri olmuştur. M.S. 241 yılında Sasani devleti bölgeyi Romalılardan alarak Antakya bölgesine kadar ilerleme kaydetmiş olsalar da M.S. 283 yılında Romalılar tekrar bölgeyi geri almışlardır. Sasaniler buna karşılık 351 yılında kendi ülkesindeki Hristiyan topluluğu kovarak karşılık vermiştir ve 395 yılında Roma

imparatorluğunun Doğu ve Batı Roma olarak ikiye ayrılmasıyla Van ili ve bölgesi, Sasani egemenliğinde kalmıştır (Güngör, 1995: 8-10; Önay ve Tatlı, 2016: 244).

Doğu Roma olarak devam ettiği bilinen Bizans imparatorluğu ile Sasani devleti arasında bölge sürekli el değiştirmiş; iki devletin çatışmaları İslam ordularının bölgeye hâkim olmasını sağlamıştır. Abbasiler dönemi olarak bilinen 640 yılında önce Güneydoğu Anadolu sonra da Van ilinin bulunduğu Doğu Anadolu Bölgesi İslam ordularının egemenliğine girmeye başlamıştır. 645 yılında tam olarak Doğu Anadolu bölgesinin fethi ile Van ve çevresi de fethedilmiştir. Bölge 700'lü yıllarda Abbasi devletine bağlı olarak önce prenslik, 908 yılında ise krallık olarak Ermenilerin hakimiyetinde olmuştur. Bizans imparatorluğu 10. yy. sonlarına doğru tekrardan bölgeye egemen olmuş; Ermeniler, Abbasilere bağlı olduğu gibi aynı şekilde Bizans İmparatorluğuna bağlı olmaya devam etmişlerdir. Ermeniler, bölgede Abbasi ve Bizans dönemleri olmak üzere 700-1021 yılları arasında Vaspurakan Ermeni krallığını kurmuşlardır (Önay ve Tatlı, 2016: 244; Arvas, 2018: 38).

Bölgeye, Selçuklu akınları başlamıştır. İlk sefer, 1018 yılında Çağrı Bey komutasında 6-7 bin kişilik orduyla keşif amaçlı gerçekleşmiştir. Keşif seferleri devamı sonrasında; 1054 yılında fetih amaçlı ilk sefer Tuğrul bey komutasında yapılmış olup Erciş ele geçirilmiştir. Bizansın direnişi Selçukluların amacına ulaşmasını engellemiştir. Tuğrul Bey'den sonra tahta oğlu Alparslan'ın çıkmasıyla Anadolu'nun fethi devlet meselesi haline gelmiştir. Alparslan, 1064 yılında Kafkasya seferine çıkarken oğlu Melikşah'da Van kalesi ve bölge çevreyi fethetmiştir. Bizans ve Selçuklular arasındaki ilk büyük savaş, 1071 Malazgirt Savaşı ile olmuştur. Bu savaşta Bizans, ağır bir yenilgiye uğramış Anadolu'nun kapıları Türklere tamamen açılmıştır. Selçuklular bölgedeki egemenliğini pekiştirmiş Bizans'ın ise Anadolu'daki egemenliği zayıflamıştır (Güngör, 1995: 11-12; Köşker, 2001: 42; Arvas, 2018: 42-43).

Orta Asya'da gelen göçler, bölgede yeni nüfus hareketerine sebep olmuştur ve 1080 yılında Sultan Melikşah tarafından Dilmaçoğulları Mehmet Bey'e ikta olarak verilen Gevaş bölgesinde Dilmaçoğulları beyliği kurulmuştur. Bölgede yaşayan bir başka beylik ise Ahlatşahlar idi. Bu beyliğe 1207 yılında Eyyübiler son vermiş ve Eyyübiler bölgede fazla egemenlik gösterememiştir. 1234 yılında Anadolu

Selçuklu devletine yenilmesiyle bir daha Anadolu'ya girememişlerdir. Bölge 1229 yılında Harzemşahlar tarafından fethedilmiş olsada 5 yıl sonra Anadolu Selçukluları bölgede egemen olmuşlardır. 1243 yılında Kösedağ Savaşı olarak bilinen savaşta Selçukluların Moğollara yenilmesi sonucu Van bölgesi, Moğol egemenliğine girmiştir. Moğolların müslümanlığı kabul etmeleri üzerine Doğu Anadolu ve İran'da İlhanlı Devleti kurulmuş ve bölge Diyarbakır ve Van bölgesi olmak üzere iki eyalete ayrılmıştır. 14. yy. ortalarına doğru İlhanlıların zayıflaması sonucu Van bölgesi ve çevresi, Karakoyunlu Türkmenlerin egemenliğine geçmiş ve merkezi Erciş olmak üzere bağımsız bir devlet kurmuşlardır. Bölgedeki Karakoyunlu egemenliğine 1467 yılında Akkoyunlu Uzun Hasan son vermiştir. İran'da Safevi devletini kuran Şah İsmail, Akkoyunluları ve onlara bağlı beylikleri yenerek 1503 yılında bölgeye egemen olmuştur. Yavuz Sultan Selim'in doğu seferi sonucu Safevi Devleti ile 1514 yılında Çaldıran savaşı yapılmıştır. Savaşın sonunda Doğu Anadolu Bölgesi'nin bir kısmı ele geçirilmiş olsa da Hoşap, çevresi ve Van yöresi hariç Osmanlı Devleti tam hakimiyet sağlayamamıştır. Bölgede tam hakimiyet 1548 yılında Kanuni Sultan Süleyman ile sağlanmış ve 4 asra yakın Osmanlı egemenliğinde kalmştır (Güngör, 1995: 13-20; Köşker, 2001: 42-43; Işık, t.y.:9).

19. yüzyılın ikinci yarısında başlayan Ermeni isyanları Osmanlı Devleti'nin I. Dünya Savaşına girmesiyle zirveye ulaşmıştır. I. Dünya Savaşına kadar Osmanlı egemenliğinde kalan Van şehri, Rusların desteği sayesinde 7 Nisan 1915'de isyan eden Ermeniler tarafından kuşatılmıştır. Bölge halkı, uzun yıllar yaşadıkları bölgeleri bırakarak terk etmek zorunda kalmıştır. Ermenilerin kuşatması sonrasında Van, 20 Mayıs 1915'de Ruslar tarafından işgal edilmiştir. 2 Nisan 1918'e kadar süren işgal Türk Ordusu'nun şehre girmesiyle son bulmuştur. Ruslar ile iş birliği yapan Ermeniler, bölgeden sürgün edilmişlerdir. Şehir, Cumhuriyet'in ilanı ile aynı tarihte vilayet olmuştur (Güngör, 1995: 31; Önay ve Tatlı, 2016: 248).

Kronolojik tarih, insanların yaşamlarında iz bırakan olayları belli bir sıra içinde verse de bilinmelidir ki savaş ve çatışmalar, varolan kültürel değerlerin yok olmasına neden olmaktadır. Yıllarca süregelen birikimlerin yok olması, insanların sahip olduğu mevcut değerlerinde yok olması anlamına gelmektedir. Bilinmelidir ki

değerler, illerin turizm potansiyelini ortaya koymasında ayrıca öneme sahip olabilmektedir.

2.2. Van İlinin Mevcut Turizm Potansiyeli

Van ili, doğanın bir hediyesi olarak sunduğu doğal güzelliklerin yanı sıra geçmişi, sosyo-kültürel zenginlikleri, sportif faaliyetleri ve en önemlisi yemek kültürü ile ziyaretçilere eşsiz bir deneyim yaratabilecek sayılı şehirler arasında sayılabilmektedir. Turizm potansiyeli oluşumunda önemli rol almasını sağlayan ilin bu değerleri, aşağıda detaylı bir şekilde incelenmiştir.

2.2.1. Doğa Turizmi

Doğa turizmi, doğal kaynaklara dayalı olmakla beraber kırsal yerleşmeyle iç içe bir bütünlüğü olan ve her mevsim yapılabilen bir turizm çeşididir (Oktay, İşlek ve Yaşar, 2016: 47). Doğa temelli turizm türleri, gidilen yerin doğası *(dağ, yayla, mağara vb.)*, yapılan etkinliğin özelliği *(akarsu, av, bilim, trekking vb.)* gibi çeşitli vb. kıstaslara göre gruplandırılırlar (Erdoğan, 2003: 120). Bu bağlamda Van ili; dağ, yayla, mağara, ada, akarsu vb. doğal bir çok turizm ürünü barındırmaktadır. Başlıca turizm ürünleri aşağıda belirtilmiştir.

Artos Dağı: Güneydoğu toroslarının devamı niteliğindedir. Ayrıca görüntüsü nedeniyle Çadır Dağı olarak da bilinmektedir. Yaklaşık 200 çeşit kelebeğe ev sahipliği yapmasıyla önemli bir kelebek popülasyonuna sahiptir. Bu nedenle her yıl botanikçiler, doğaseverler ve dağcılık sporu ile ilgilenenler tarafından sıkça ziyaret edilmektedir. Dağın yüksekliği 3550 metredir (https://van.ktb.gov.tr/TR-88266/artos-dagi.html).



Görsel 2.1. Artos Dağı.

Kaynak: https://van.ktb.gov.tr/TR-88266/artos-dagi.html

Erek Dağı: Şehir merkezine 10 kilometre uzaklıkta ve 3250 metre yükseklikte olan dağ, dağcılık sporu için oldukça önemi hale gelmektedir. Haziran ayı ortalarında hala kar olduğu bilinmekte ve dağın 2 bin 500 metresindeki mağaralarda oluşan dev buz sarkıtları ile gizli bir cenneti andırmaktadır (https://van.ktb.gov.tr/TR-91592/erek-dagi.html).

Norduz Yaylası: İlin doğusunda yer alan bu yayla hayvancılık açısından çok önemlidir. Norduz koyunu isimli koyut türü mevcuttur (Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı, 2014: 9).

Travertenler: Van'ın Başkale ilçesine bağlı olup ilçeye 45 km uzaklıkta Dereiçi (Sawkan) köyünde bulunmaktadır. Oluşumu devam etmesine karşın suyunun yer değiştirmesi ve azalması sebebiyle büyük bir kısmı zaman zaman kurumaktadır. Pamukkale'yi andıran özelliğiyle yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çekmektedir (Van Belediyesi, 2012: 62).

Peri Bacaları (Vanadokya): Doğal bir oluşum olan bu yer, Başkale ilçesi Yavuzlar Köyü'nde bulunmaktadır. İlçe merkezine 33 km uzaklıkta olan bu yer, Kapadokya'daki peri bacalarına benzemesinden dolayı yöre halkı tarafından Vanadokya ismiyle anılmaktadır. Özellikle yaz aylarında çok sayıda ziyaretçi almaktadır (https://van.ktb.gov.tr/TR-91598/vanadokya.html; Van Belediyesi, 2012: 63).

Muradiye Şelalesi: Muradiye ilçesinde bulunan bu şelale, ilçeyi Van'ın öne çıkaran ilçelerinden biri olmasını sağlamıştır. Van merkezine 80 km, ilçe merkezine ise 10 km uzaklıkta yer almaktadır. Tendürek Dağı'ndan beslenen Bend-i Mahi çayı, şelalenin oluşumunda etkili olmuştur. Şelalenin yüksekliği 50 metre olup, adını Bağdat seferine çıkan Osmanlı padişahı IV. Murat'tan almıştır. Kış aylarında donan şelale ayrı bir güzel olurken yaz aylarında ise kamp yapılacak alanlardan biri olma özelliği taşımaktadır (Van Belediyesi, 2012: 66; https://van.ktb.gov.tr/TR-88268/muradiye-selalesi.html).

Kanispi Çağlayanı: Van merkezine 75 km, Çatak ilçe merkezine ise 5 km mesafede olup Çatak yolu üzerinde yer almaktadır. Kayalıklarından çıkan su aşağıya doğru köpük oluşturarak akmaktadır. Nisan aylarında çok gür akmaktayken ağustos ayı ortalarında azalmakta, eylül ayı başlarında iken ise bitmektedir. Mesire alanı olması ile yaz aylarında ziyaretçi akınına uğramaktadır (Van Belediyesi, 2012: 68; https://van.ktb.gov.tr/TR-91599/kanispi-caglayani.html).

Van ili sınırları içerisinde yer alan diğer doğal oluşumlar şu şekildedir (Van Belediyesi, 2012: 12):

- Van ovası: Karasu Hoşap suyu arasında 150 km'li bir alanı kaplar.
- Erciş ovası: Van gölü kuzeyinde 150 km'lik bir alanı kaplar.
- Hoşap ovası: Hoşap merkezinin güneydoğusunda yükseltisi 2400 metre olan 180 km'lik bir alanı kaplar
- Muradiye ovası: 525 km alana sahiptir. Yükseltisi 2000 metredir.
- Tahrani Düzü: 50 km'lik alana sahiptir.
- Noşar Düzü: 80 km'lik alana sahiptir.
- Saray Ovası: Yükseltisi 2100 metre olup 45 km'lik alana sahiptir.
- Bendimahi Çayı: Van gölüne dökülmekte olup 90 km uzunluktadır. Kuzeydere, Aladağ ve Tendürek Dağı arasında doğmaktadır.
- Karasu Çayı: Özalp İlçesi'nin kuzeyinde yer alan Pirreşit, Ahta dağlarının sularını toplayarak doğmaktadır. Van Gölüne dökülür, uzunluğu 130 km'dir.
- Zilan Deresi: Erciş ilçesi civarında Aladağlar'dan doğup Van Gölüne dökülür.

- Kotur Çayı: Saray ilçesinin güneyinde yer almaktadır ve İran'daki Urmiye gölüne dökülür.
- Çatak Deresi: Çatak ilçesinde geçip Botan Çayı'na dökülür.

Yukarıda yazılanlara ek olarak; Çölçimen Ovası, Karakalı Düzü, Erçek Düzü, Dali Çayı, İrsad Çayı, Kırkgeçit Deresi, Miri Çayı ve Kurubaş Çayı diğer doğal oluşumlardandır (Van Belediyesi, 2012: 12). Doğal oluşumlar, kültürel oluşumların şekillenmesine katkıda bulunmakta ve tarihi özellik katmaktadır.

2.2.2. Kültür Turizmi

Kültür kavramının; sanat, tarih, mimari yapı, dil, yaşam tarzı ve din gibi alanları içinde bulunduran geniş bir kapsamı vardır. Bu sebeple arkeolojik alanlar, müzeler, sanatsal galeriler, farklı türlerdeki festivaller, yaşam şekilleri, mimari alanlar, dini yapılar kültür turizminin içeriğini oluşturmaktadır. Turistlerin farklı yerler görmek, öğrenmek, deneyim kazanmak gibi istekleri kültür turizmine katılmakla olabilmektedir (Richards, 2001: 23; Meydan Uygur ve Baykan, 2007: 30). Van ilinde Evliya Çelebi tarafından çökmüş bir deveye benzetilen Van kalesi, kartal yuvasına benzeyen Hoşap kalesi, ismini *"Ah Tamara"* adlı hikâyeden alan Akdamar adası başlıca bilinen kültürel ürünler olarak öne çıkmaktadır (Van GoTürkiye, 2021). Van ilinin başlıca turizm ürünleri şu şekildedir:

Akdamar Adası ve kilisesi: Van gölü içerisinde bulunan adaların en büyüğüdür. Gevaş ilçesi sınırları içerisinde yer almaktadır. Van merkezine 47 km, ilçe merkezine ise 7 km uzaklıktadır. Adayı önemli kılan içerisinde tarihi açıdan bulunan bir kilisenin olmasıdır. Bu kilise Vaspurakan Kralı I. Gagik tarafından 915-921 yılları arasında Keşiş Manuel'e yaptırılmıştır. Kutsal Haç adına yaptırılan kilise, merkezi kubbeli hac planını andıran dört yapraklı yonca şeklinde yaptırılmıştır. 2007 yılında restorasyon sonrası anıt müze olarak kullanılmaya başlanmıştır. Kilisenin dış duvarlarında İncil ve Tevrat'tan alınmış figürler mevcuttur. Yunus Peygamber'in denize atılması, Hz. Meryem ve kucağında Hz. İsa, Hz. Adem ile Hz. Havva'nın Cennet'ten kovulması, Hz. Davut ile Kral Goliat'ın mücadelesi, Samson Filistinli ikilisi, ateşte üç ibrani genci, Aslan ininde Daniel sahneleri bunların başlıcalarıdır. Kilisenin içerisinde de günümüze göre bozulmuş freskler ile süslenmiştir. Bu

freskler, genellikle Hz. İsa ile ilgili konuları ele almaktadır (Köşker, 2001: 34; Van Belediyesi, 2012: 20; https://van.ktb.gov.tr/TR-76403/akdamar-adasi-ve-kilisesi.html).

Adır Adası ve Lim Manastırı: Ada, Erciş ilçesinin güneyinde bulunmaktadır. Adanın güney tarafında bulunan manastırın 10. yüzyılda yapıldığı düşünülmektedir. Manastır, Saint Georges Kilisesi, Papaz okulu, Saint Sion Şapeli, misafirhaneler, keşiş hücreleri ve limandan oluşmaktadır. Kilisenin 1621 yılında şapelin ise 1766 yılında eklendiği, günümüze de kilise ve şapelin kaldığı bilinmektedir. Bir el yazmasına göre I. Zacharia tarafından 1305 yılında yenilendiği belirtilmiştir (Van Belediyesi, 2012: 51; https://van.ktb.gov.tr/TR-76518/adir-adasi-ve-lim-manastiri.html).

Çarpanak Adası: Van merkezine bağlı Çitören Köyünde bulunan bir adadır. 100 yıl öncesine kadar yarımada olduğu sanılan Çarpanak adasının, Van gölü sularının hızla yükselmesi sonucu ada olduğu varsayılmaktadır. Ada üzerinde bulunan manastıra ait ilk yazılı belgelerin 1414 yılından kaldığı bilinmektedir. Yaşadığı depremler sonucu birçok kez yıkılan manastır 1712 yılında Bitlisli Kaskaper Usta tarafından yeniden inşa edilmiştir. 1918 yılında bölgede yaşanan karışıklıklar sonucu ada boşaltılmış ve terk edilmiştir (https://van.ktb.gov.tr/TR-91595/carpanak-adasi.html).

Van Kalesi: İl merkezinde olup 5 km mesafede bulunmaktadır. Kale günümüze Urartu Devleti'nden kalmıştır. M.Ö 9. yy. da Lutipri'nin oğlu Sarduri tarafından M.Ö. 840-825 yılları arasında kurulmuştur. Kayanın önemli yapılarından bazıları I. Argişti ve Kral Menua'ya ait kaya mezarlarıdır. I. Argişti'ye ait kaya mezarının üzerinde Urartu'dan günümüze ulaşabilen "Horhor Yazıtları" mevcuttur. Zira Urartu'lardan Osmanlıya kadar Pers anıtları dışında başka kalıntı günümüze gelmemiştir. Kale, zamanında Tuşba ismiyle Urartu Devletine başkentlik yapmıştır. Her yıl yüzlerce turist tarafından ziyaret edilmekte ve Van ili için önemli bir turizm kaynağı olmaktadır (https://van.ktb.gov.tr/TR-76401/van-kalesi.html; Köşker, 2001: 44; Van Belediyesi, 2012: 36).

Hoşap Kalesi: Gürpınar ilçesine bağlı olan kale, Van-Hakkâri karayolu üzerinde Hoşap (Güzelsu)'da bulunmaktadır. Hoşap, Van iline 60 km, Gürpınar ilçesine 40 km uzaklıkta bulunmaktadır. Dik bir kaya kütlesi üzerine kurulan kale iç ve kuzey tarafında kalan dış kaleden oluşmaktadır. Geçmişi Urartu Devletine uzanmaktadır. İç kale giriş yazısında yazılanlara göre; günümüze Osmanlı Devleti'ne bağlı Mahmudi Beyi Sarı Süleyman beyin 1643 yılında yaptırdığı haliyle kalmıştır. Üç surla çevrili olan kale içinde eski hamam, cami, medrese, çeşme, su sarnıcı, zindan ve odaları bulunmaktadır. 19. yy. ortalarında terkedilen kaledeki yapılar, günümüze sağlam olarak gelmiştir. Bu sayede geçmişin izlerini görmek mümkündür ve bölgenin sembollerinden biri haline gelmiştir (Köşker, 2001: 45-46; Van Belediyesi, 2012: 41; https://van.ktb.gov.tr/TR-76406/hosap-kalesi.html).

Çavuştepe Kalesi: Gürpınar ilçesine bağlı Çavuştepe Köyü'nde yer almaktadır. Van il merkezine 25, ilçe merkezine 10 km uzaklıkta bulunmaktadır. Kale II. Sarduri tarafından M.Ö. 764-734 yıllarında yaptırılmıştır. Kalenin yüksekliği 80 metre uzunluğu ise 850 metredir. Duvar kalınlıkları yer yer 5-6 metreyi bulabilmektedir. Kalenin yukarı tarafında Tanrı İrmuşini adına yapılmış tapınak bulunmaktadır. Tapınak üzerinde çivi yazılı kitabeler bulunmaktadır (https://van.ktb.gov.tr/TR-88270/cavustepe-kalesi.html; Köşker, 2001: 45).

Bartholomeus Kilisesi: Başkale İlçesine bağlı Albayrak Köyü'nde bulunmaktadır. Üzerinde bulunan mimari ve süslemelere bakarak 13-14. yüzyıllarında yapıldığı düşünülmekte geçirdiği onarımlar sonrasında ise günümüze 17-19. yüzyılları arasından kaldığı varsayılmaktadır (https://van.ktb.gov.tr/TR-76407/bartholomeus-kilisesi.html).

Altınsaç Kilisesi: Van merkezine bağlı Altınsaç Köyü'nde bulunan kilise, Van Gölü'ne bakan bir vadinin yamacına kurulmuştur. 13. yüzyıldan önce yapıldığı düşünülmektedir (https://van.ktb.gov.tr/TR-76515/altinsac-kilisesi.html).

Yedi Kilise: Van merkezine yakın Yukarı Bakraçlı Köyü'nde yer alan kilise, Waragawank Manastırı olarak adlandırılmaktadır. 13. Yüzyılda Erek Dağı eteklerine inşa edilmiştir. Vaspurakan Kralı Senekerim-Hovhannes tarafından yaptırıldığı rivayet edilmektedir (Van Belediyesi, 2012: 49).

Hüsrev Paşa Camii: Van kalesinin güneyinde eski Van'ın Ortakapı mahallesinde bulunmaktadır. Külliye olarak yapılan bu yapının ana gövdesini camii oluşturmaktadır. Camiinin giriş kapısında yer alan kitabeye göre Van Beylerbeyi Köse Hüsrev Paşa tarafından 1567 yılında yaptırıldığı bilinmekte ve Mimar Sinan'ın eserlerinden sayılmaktadır. Evliya Çelebi'nin anlattıklarına göre kubbeleri ve odaları mavi kurşunla örtülü olduğu bilinmektedir (https://van.ktb.gov.tr/TR-76448/husrev-pasa-camii.html; Köşker, 2001: 48).

Kayaçelebi Camii: Eski Van'ın Ortakapı mahallesinde surlara yakın bir yerde bulunmaktadır. 1660 yılında Kaya Çelebi zade Koçi Bey tarafından yapımına başlanmış, Koçi Beyin idamı üzerine Cem Dedemanoğlu Mehmet Bey tarafından 1663 yılında tamamlatılmıştır. Plan ve mimari açıdan Hüsrev Paşa Camii örnek alınarak yapılmıştır. Vakıflar genel müdürlüğünün onarımı sonrası 1993 yılında ibadete açılmıştır (https://van.ktb.gov.tr/TR-76449/kaya-celebi-camii.html; Köşker, 2001: 48).

İzzettin Şir Camii: Gevaş ilçesi Hişet mahallesinde bulunan yapı Van ve Hakkâri Hakimi İzzettin Şir tarafından yaptırılmıştır. Günümüze kalan en iyi örneklerden biridir. 14-15. Yüzyıllar arasında yapıldığı düşünülmektedir (https://van.ktb.gov.tr/TR-76452/izzettin-sir-camii.html).

Meher Kapı: Meher kelime anlamı olarak "aydınlatan" anlamına gelmektedir. Tanrı Haldi'nin ışık demeti içinde buradan çıkılacağına inanıldığı için bu isimle adlandırılmıştır. Bu tarihi yer ile ilgili birçok efsanevi olay anlatılmaktadır. Hz. Ali'ye ait atların ve ganimetlerin burada olduğu ve hey yıl bir gün bu kapının açıldığı rivayet edilmektedir. Diğer bir rivayete göre ise bir çobanın tılsımlı kelimeyi söyleyip kapının açılmasıyla içeri girdiğidir. Çoban içeri girdikten sonra uyuyakalmış ve uyandığında tılsımlı kelimeyi unutmuş ve dışarı çıkamamıştır. İşpuini ve oğlu Menua zamanında M.Ö 820-810 tarihleri arasında Tanrı Haldi adına Kalker kayalığın oyulması ile yaptırıldığı varsayılmaktadır (https://van.ktb.gov.tr/TR-76517/meher-kapi.html).

Bendi Mahi Köprüsü: Köprü, eski Erciş-Tebriz kervan yolu istikametinde Bendi Mahi çayı üzerine kurulmuştur. İlhanlı Devleti'nin Aladağ'ı yazlık olarak

seçmeleri ve Tebriz istikametinden geliş gidişler sebebiyle 13. yüzyıl da yaptırdıkları düşünülmektedir (https://van.ktb.gov.tr/TR-91597/bend-i-mahi-koprusu.html).

İkiz Kümbetler: Sekiz sütunla oluşturulmuş piramidal külahlı küçük yapılardır. 1992 yılında vakıflar genel müdürlüğü tarafından onarımı yapılmıştır. Kümbetlerden biri 1789 yılında ölen Van Beylerbeyi olan Teymur Paşa'ya diğeri ise 1796 yılında ölen kardeşi Ahmet Paşa'ya aittir (Köşker, 2001: 50; https://van.ktb.gov.tr/TR-91596/ikiz-kumbetler.html).

Halime Hatun Kümbeti: Gevaş bölgesi Selçuklu mezarlığının doğu tarafında yer almaktadır. Giriş kapısında yazan bilgilere göre 1335 yılında Melik İzzettin tarafından kızı Halime Hatun için Ahlatlı Pehlivan oğlu Esed'e yaptırılmıştır. Restorasyonu Vakıflar Genel Müdürlüğü tarafından yapılmıştır (https://van.ktb.gov.tr/TR-88269/gevas-halime-hatun-kumbeti.html).

Van ilinde Anzaf Kaleleri, Ayanıs Kalesi, Şeytan Köprüsü, Hoşap Hasan Bey türbeleri gibi diğer kültürel değerleri vardır. Van, aynı zamanda spor turizmi açısından da önemlidir.

2.2.3. Spor Turizmi

Turizm ve spor aktivitelerinin birlikte yapılması spor turizmi kavramını ortaya çıkarmakta ayrıca kentin turizm destinasyonuna katkı sağlamaktadır (Yıldırım, 2021: 320). Van ilinin bulunduğu coğrafi konum sayesinde dağları; yamaç paraşütü, trekking ve dağcılık gibi sporlar yapılmasını sağlarken dereleri ve çayları; raftinge, Van Gölü ise; dalgıçlık, yelken, yüzme, kano, kürek, yelken gibi sporlar yapılmasına imkân sağlamaktadır.

Yamaç Paraşütü: İlde spor turizmi olarak yamaç paraşütü yapılmaktadır. İlde yaklaşık son 10 yıldır bu spor türü gelişim göstermektedir. Erek dağı Dağönü Köyü, gören Dağı, Gevaş Abalı olmak üzere yapılan yerlerdir. Ayrıca ilde sertifikalı 10 yamaç paraşüt pilotu bulunmaktadır. Çeşitli çevreden gelen katılımcılar şehir turizmine katkı sunmaktadır. Yaz kış yapılan bu spor yağış ve sert rüzgâr olmadığı sürece uçuşlar gerçekleştirilebilmektedir. Her yıl ortalama 75-100 sorti yamaç paraşüt uçuşu yapılıyor (https://van.ktb.gov.tr/TR-91099/yamac-parasutu.html).

Rafting: Bahçesaray ilçesi Müküs Çayı ve Çatak ilçesinden geçen Botan Çayı, rafting severler için güzel ve elverişli yerlerden biridir. Son yıllarda gelişim gösteren bu spor, Van için önemli gelişimlerden biridir (https://van.ktb.gov.tr/TR-91591/rafting.html.9).

Kayak: Gevaş ilçesinde bulunan Abalı kayak merkezi, Türkiye'nin önde gelen kayak merkezlerinden biri sayılmaktadır. Bölgede kış aylarının uzun sürmesi, kar kalınlığı ve kalitesi, pist eğimi ve uzunluğu ile dünyanın sayılı kayak merkezlerinden biri olmaya adaydır. Ayrıca 1200 metrelik telesiyaj hattı 5000 metrelik uzunluğa çıkarılması planlanmaktadır. Yapılan yatırımlar, uluslararası organizasyona aday olması açısından önem arz etmektedir. Van gölü manzarasının yanı sıra beyaz eşliğinde turkuaz bir manzaraya sahip olan yer, görülmeye değer yerlerden biridir (https://van.ktb.gov.tr/TR-88267/abali-kayak-merkezi.html).

İlde ayrıca spor turizmi olarak Van gölü sayesinde, yüzme, kano, kürek, yelken, dalgıçlık sporları ve Erek, Artos vb. dağlara doğa yürüyüş sporları yapılabilmektedir.

2.3. Van İlinin Flora ve Faunası

Flora ve fauna, turistler için çekici bir turizm türü olarak ilgi uyandırmaktadır. Nitekim birçok insan doğada bulunun turizm ürünlerini görmek için turizm faaliyetlerine katılmaktadır (Kurnaz ve Babür, 2018: 411). Van'ın flora ve faunası turizm açısından önem arz etmekte ve bazı türleri aşağıda belirtilmiştir.

2.3.1. Flora

Flora, Latince de Bitki örtüsü ve çiçek anlamına gelmektedir. Bu sebeple flora turizmi doğal bitki örtüsü ve insan eliyle oluşturulabilen orman, park, bahçeler vb. turistlerin ilgisini çekebilen amaçlarla kullanılmasını ifade eder (Doğaner, 2019: 74). Van, doğunun en yeşil ili sayılmaktadır. İl, coğrafi konumu nedeniyle florası açısından kendine özgü türlere sahiptir (Van Belediyesi, 2012: 69). Bunlar şu şekildedir;

Ters Lale: Bölgenin en önemli endemik bitki örtüsü sayılmaktadır. Soğanlı bitkiler familyasından olup hüznün sembolü olarak nitelendirilmektedir. Hakkında birçok rivayet söylenmektedir. Hristiyan rivayetine göre; Hz. İsa'nın çarmıha gerilmesine şahit olan Hz. Meryem'in ağlamasıyla göz yaşlarının düştüğü yerde ters lale yetiştiği rivayet edilmektedir. Müslüman rivayetlerine göre ise Hz. Hasan ve Hz. Hüseyin'in Kerbala'da şehit edilmesinden dolayı ve Ferhat ile Aslı'nın kavuşamadıkları için renginin kırmızı, boynunun bükük kaldığı söylenmektedir. Ters Lale, 1000-3000 metre yüksekliklerde yetiştirilebilmektedir (Van Belediyesi, 2012: 69; https://van.ktb.gov.tr/TR-88264/ters-lale.html).

Uşkun: Dağ muzu olarak ifade edilmektedir. Bölge halkı tarafından çeşitli hastalıklara iyi geldiği söylenmektedir. Mayhoş bir bitki olmasının yanı sıra dağ yamaçlarından toplanan uşkun, kar sularının erimesi sonucu bahar aylarında yetişmektedir. Yılda sadece 2,5-3 ay gibi bir zaman diliminde bulunabilmektedir. Yörede ışkın, uşkun, uçkun olarak çeşitli isimlerle söylenmektedir. C vitamini ve mineral bakımından oldukça zengindir (https://van.ktb.gov.tr/TR-91590/uskun.html).

Van Lalesi: Türü beton yapılaşmayla birlikte yok olma tehlikesi altındadır. Eskiden tüm evlerin bahçelerinde ilkbahar aylarında açtığı söylenmektedir. Yüzüncü Yıl Üniversitesi Gevaş Meslek Yüksek Okulu Bahçe Bitkileri Bölümü Öğretim Üyesi Prof. Dr. Şevket Alp, Van Lalesi'nin sadece Van'da yetiştiğini söylemekte ayrıca *"Yapılaşmayla birlikte bahçeli eski evler de yok oluyor. Tabi haliyle bu nadide bitkide yok olmaya doğru gidiyor. Bu lale, Van'a özgü endemik bir tür. Buna mutlaka sahip çıkılması lazım"* şeklinde ifade etmektedir (https://van.ktb.gov.tr/TR-91593/van-lalesi.html).

2.3.2. Fauna

Belli bir yörede, coğrafyada yaşayan hayvan topluluğu fauna olarak adlandırılmaktadır. Van ili de hayvan çeşitliliği açısından zengin sayılmaktadır. Dağlık alanlarda yaşayan tavşan, dağ keçisi, kurt, boz ayı, dağ koyunu ve domuz av hayvanları olarak sayılmakta ve av turizmi açısından önem arz etmektedir. Bunların dışında yöre ismi ile özdeşleşmiş Van Kedisi ve İnci Kefali Van'da yaşayan önemli hayvanlardır (Köşker, 2001: 38; Kurnaz ve Babür, 2018: 412).

Van Kedisi: Van bölgesinde yaşayan ve diğer bölgelere uyum sağlayamayan safkan bir kedi türüdür. Bu kedilerin en önemli özelliği iki farklı göz rengine sahip olmalarıdır. Bir gözü mavi diğer gözü kehribar renkli olanlar en dikkat çekenleridir. Tüyleri kışın artarken yazın ise azalmaktadır. Kuyruk yapısı tilki kuyruğuna benzeyen kabarık ve uzun şekildedir. Göz rengine göre Van Kedisi üç gruba ayrılabilir. Bunlar;

-Her iki gözü mavi,
-Her iki gözü kehribar (sarı ve tonları)
-Bir gözü mavi diğer gözü kehribar renkte

Bu kedilerin yeni doğan yavrularının gözleri grimsi renkte olup 25 gün sonra göz renkleri farklılaşmaya başlar ve 40 gün sonra netleşir. 1992 yılında Van Kedisi'nin genetik, morfolojik ve fizyolojik özelliklerini korumak için Van Kedisi Araştırma Merkezi kurulmuştur. 22.04.2006 yılında Van'a ait bir değer olduğu resmi olarak tescillenmiştir (Köşker, 2001: 39; https://van.ktb.gov.tr/TR-88260/van-kedisi.html).



Görsel 2.2. Van Kedisi.

Kaynak: https://van.ktb.gov.tr/TR-88260/van-kedisi.html

İnci Kefali: Van gölünde yaşayabilen tek canlı türüdür. İsminde kefal bulunmasına rağmen sazangiller türünden bir balık çeşididir. Vücudu parlaktır ve gümüş renkli pulları vardır. Üreme dönemlerinde akarsulara doğru göç etmektedirler. Uçan balık ismiyle de bilinir. Akan sert akıntıya karşı uçtukları için uçan balık denilmiştir. Göç dönemleri nisan ayında başlayıp temmuz ayına kadar devam eder.

Bu göç yolculuğuna tanık olmak için yerli ve yabancı birçok kişi Van'a gelmektedir. Her yıl haziran ayının ilk haftası Erciş İlçesinde Deliçay suyu kenarında Uçan Balık Festivali yapılmaktadır. İnci Kefali, Van'ın doğal, kültürel ve ekonomi değerleri arasında sayılmaktadır (Köşker, 2001: 39; https://van.ktb.gov.tr/TR-88262/van-baligi-inci-kefali.html).



Görsel 2.3. İnci Kefali.

Kaynak: https://van.ktb.gov.tr/TR-88262/van-baligi-inci-kefali.html

2.4. Van'da Yapılan Fuar ve Festivaller

Fuar ve festivaller, insanların ve toplumların ekonomik, sanatsal, kültürel ve sosyal açıdan yakınlaşmasını ve tanıtım faaliyetlerini amaçlayan, belli bir temaya yönelik düzenlenebilen tek seferlik veya belli aralıklarla gerçekleştirilen etkinlikleri ifade etmektedir. Ayrıca fuar ve festivaller, kültürel mirasın oluşumunda ve aktarılmasında önem taşımaktadırlar. Yerel halkın, yerli ve yabancı turistlerin katılmasıyla kültürel etkileşimler gerçekleşmekte ve gelir yaratan turizm kaynağı olarak görülebilmektedir (Atak, 2009: 37; Gözgeç Mutlu, Avcıkurt ve Filiz, 2020: 220; Ürkmez ve Akbulut, 2020: 219). Bu bağlamda Van'da yapılan fuar ve festivaller, kültürel etkileşimi sağlamakta ve ilin tanıtımında önemli rol oynamaktadır. Aynı zamanda gelir yaratması yöre halkına katkı sağlamaktadır. Van ilinde yapılan fuar ve festivallerden bazıları şunlardır (https://gezimanya.com/turkiye/vandaki-festivaller; https://vanfuar.com/);

- **Uluslararası İnci Kefali Göçü Kültür ve Sanat Festivali;** İnci kefalinin tanıtılması ve korunması amacıyla her yıl mayıs ayında yapılmaktadır.
- **Emrah ile Selvi Kültür Sanat Festivali;** Aşık Emrah ile Selvi'nin hikayeleri anlatılır ve ünlü sanatçılar sahne alır. Her yıl haziran ayında yapılmaktadır.
- **Kanispi Bal, Ceviz ve Doğa Festivali;** Her yıl mayıs ayının sonunda yapılmaktadır.
- **Erçek Gölü Flamingolar Göç Festivali;** Her yıl eylül ayında düzenlenen bu festival nesli tükenmekte olan kuş türlerine farkındalık çekme amacı taşır.
- **Akdamar Adası Ayin Törenleri;** Akdamar Adası'nda bulunan kilise de her yıl eylül ayının ikinci haftası düzenlenmekte yurt içinden ve yurt dışından birçok katılım almaktadır.
- **Doğu Anadolu Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı;** Her yıl eylül veya ekim aylarında yapılmaktadır. Son olarak 11.'si düzenlenmiştir.
- **Nevruz Kutlamaları;** Baharın gelişi açısından her yıl kutlanmaktadır.
- **Van Yöresel Ürünler Gıda ve El Sanatları Fuarı**
- **Van Kitap Fuarı**

Festivaller, zamanla gastronomi turizm potansiyelinin oluşumunda etkili olabilirken aynı zamanda potansiyelin kalıcılığını kültüre dönüştürme rolü de üstlenebilmektedir.

2.5. Van Gastronomi Turizmi Potansiyeli

Bir destinasyonun veya yörenin yiyecekleri, pişirme yöntemleri, yeme ve içme araçları gibi mutfak kültürünü aksettiren unsurlar o yörenin tanınması açısından önemli görülmektedir. Be sebeple yöresel yiyecekler ve içecekler gastronomi turizmi kapsamında önemli bir yer tutmaktadır (Çam ve Çılgınoğlu, 2021: 177-178).

Van ili, yöresel yiyecekleri ile gastronomi turizmi açısından önemli şehirler arasındadır. Özellikle Van Kahvaltısı, gastronomi dünyasında adından söz ettirebilecek değerler arasında öne çıkmaktadır. İlde lokanta, pastane gibi kahvaltı salonları bulunmaktadır. Bu salonlarda sadece kahvaltı verilir, kahvaltıdan sonra

buraların müşterisi kesilir. Kahvaltıda mutlaka kaymak, tereyağı, bal, Van cacığı, otlu peynir, gavut, murtuğa, zeytin, tahin, ezme, lavaş ekmek, çörek içi, çörek ve mevsimine göre mevsim yeşillikleri, domates, salatalık vb. kahvaltılıklar ve bunlara ek olarak kavurmalı, sucuklu veya sade yumurta bulunmaktadır (Van Valiliği İl Özel İdaresi, 2007: 30).



Görsel 2.4. Van Kahvaltısı.

Kaynak: https://van.ktb.gov.tr/TR-88275/van-kahvaltisi.html

Van'ın diğer gastronomi değerleri için coğrafi tescilleri ürünlerine ve yöresel yemeklerine bakmak gerekir.

2.5.1. Van Mutfağı Yöresel Yemekleri

Yöresel damak zevki bakımından önemli ayrıntılara sahip Van mutfağı bulunduğu coğrafyadan etkilenmiştir. Soğuk havalarda et yemeklerinin tüketimi oldukça fazladır. Etsiz yemek yok sayılmaktadır. Van mutfak kültüründe yoğurt büyük öneme sahiptir. Ayran aşı vazgeçilmez yemekler arasındadır (Önay ve Tatlı, 2016: 219). Yine bakliyat yemekleri de Van mutfağında ön planda yer almaktadır. Bakliyatın yemeklerde ön planda olmasının nedeni soğuk hava şartlarının uzun olması ve ulaşımında zor şartlar altında gerçekleşmesi sebebiyle kolay bulunabilen ve saklanabiliyor olması gösterilebilir (Ocak, 2016: 18-21). Van'ın yöresel ürünleri tablo 2.1 de paylaşılmıştır.

Tablo 2.1. Van Yöresel Ürünler.

KAHVALTI YÖRESEL			
Murtuğa	Van Cacığı	Çörek İçi	Gül Reçeli
Kavut	Van Otlu Peyniri		
ÇORBALAR			
Ayran Aşı	Erişte Aşı	Savar Çorbası	Kurut Aşı
Püşürük	Çiriş Çorbası	Tütü	Bulgur Aşı
Tırşı	Corti		
YEMEKLER			
Cağ Kızartması	Keşkek	Eşkili	Çılbır
Çiriş Kavurması	Kaburga Dolması	Şile	Tatar Böreği
Çirişli Bulgur Pilavı	Mantarlı Bulgur	Den Şilesi	Ciğer Köftesi
Keledoş	Hedik	Bostaniye	Pestilli
Kabak Borani	Sipipincer Kavurma	Erişte Pilavı	Lahana Dolması
Kabak Gağı	Mercimekli Bulgur Pilavı	Yağını	Soğan Dolması
Metez	Kürt Köftesi	Avanit Kayganak	Piti
Helise	Acem Köftesi	Kabak Cırtması	Mumbar Dolması
Belheviz	Sengeser	Patates Mıhlası	Aya Köfte
Savar Yemeği	Ayva Yemeği	Tirite	Yeşil Yaprak Sarması
			Domates Yemeği
BALIK ÜRÜNLERİ			
Balık Kızartması	Tandır Balığı	Balık Botaniyesi	Balık Tava (Fırın Tava)
Balık Sarması	Tuzlu Balık		
PASTA, ÇÖREK ve TATLILAR			
Hurma (Kalbur Tatlısı)	Paluza	Kürt Baklavası	Dip Tatlısı
Kade (Çörek)	Un Helvası	Kaşık Tatlısı	Döğmeç
Van Pastası	Peynir Helvası	Çatal Tatlısı	Güzebez (Müküs Tatlısı)
Pilur	Aşure	Ağuz Tatlısı	Sütlü
Asude Tatlısı	Erik Kızartması	Bulama	Demir Tatlısı

Kaynak: Van Valiliği İl Özel İdaresi, 2007; Önay ve Tatlı, 2016

2.5.2. Van Coğrafi İşaretli Ürünleri

Coğrafi işaretli ürünlerin temel amacı, bölgeye ait ürünlerin belli bir standardının oluşturulmasını, sürdürülebilirliğini ve ürünün koruma altına alınmasını sağlamaktır. Coğrafi işaretler, Menşei Adı ve Mahreç İşareti olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Menşe adı, ürünün sadece ait olduğu bölgede üretilmesidir. Mahreç işareti ise ürünün üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az biri belirlenmiş coğrafi alanın sınırları içinde yapılan ürünleri tanımlayan adlardır (Hoş ve Zencir, 2019: 42). Van iline ve turizmine katkı sağlayacak mahreç ve menşei ürünleri bulunmaktadır. Bunlar tablo 2.2 de belirtilmiştir.

Tablo 2.2. Coğrafi İşaretli Ürünler.

MENŞEİ ADI		
Çatak Cevizi	Van Otlu Peyniri	Bahçesaray Cevizi
Erciş Üzümü	Van Gül Reçeli	
MAHREÇ İŞARETİ		
Van Sengeseri	Van Kahvaltısı	Van Ayran Aşı
Murtuğa	Van Pastası	Tandırda Van Balığı
Van Kavut	Van Keledoşu	Van Kürt Köftesi

Kaynak: https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/liste?il=65&tur=&urunGrubu=&adi=

Coğrafi İşaretler, bölgenin tanınmasında fayda sağlamasıyla turist çekme potansiyelini artırmaktadır. Gıda ve gastronomi sektörü olarak nitelendirirsek 2023 yılı Mayıs ayı itibari ile Van'ın 5 Menşei Adı, 9 Mahreç İşareti vardır.

Tablo 2.3 de coğrafi işaret sayısına göre illerin sıralaması verilmiştir (25.05.2023 tarihi itibariyle). Tabloya göre coğrafi işaretli ürünler, sadece gıda ve gastronomi ürün bazında değerlendirilmiştir. Aynı ürün değerine sahip olan iller, aynı sıralamada gösterilmiştir. Bu nedenle tüm illerin sıralaması, 1 ile 33 arasında olduğu görülmüştür. Tabloya göre ilk 10'da sırasıyla; Gaziantep (96), Konya (64), Diyarbakır (48), Erzurum (43), Şanlıurfa (42), Afyonkarahisar (39), Malatya (34), Ankara (31), İzmir (30) ve Bolu (24) illeri bulunmaktadır. Van ili, bu sıralamada 20. sırada yer almaktadır. Van'ın, Türkiye'nin gastronomi sıralamasında ilk 10 şehri arasına girebilmesi için yöresel lezzetlerine ve ürünlerine daha fazla önem vermesi gerektiği söylenebilir.

Tablo 2.3. İllerin Coğrafi İşaretli Sıralaması (25.05.2023)

SIRA	İL	ADET	SIRA	İL	ADET
1	Gaziantep	96	25	Bartın	9
2	Konya	64	25	Elazığ	9
3	Diyarbakır	48	25	Gümüşhane	9
4	Erzurum	43	25	Samsun	9
5	Şanlıurfa	42	26	Çorum	8
6	Afyonkarahisar	39	26	Eskişehir	8
7	Malatya	34	26	Hakkâri	8
8	Ankara	31	26	Kırşehir	8
9	İzmir	30	26	Kilis	8
10	Bolu	24	26	Tekirdağ	8
11	Kayseri	23	26	Trabzon	8
12	Aydın	22	27	Adıyaman	7
12	Kastamonu	22	27	Artvin	7
13	Mersin	21	27	Erzincan	7
14	Bursa	20	27	Yozgat	7
14	Manisa	20	28	Bilecik	6
15	Muğla	19	28	Iğdır	6
16	Adana	18	28	Karabük	6
16	Hatay	18	28	Nevşehir	6
17	Balıkesir	17	28	Sinop	6
18	Amasya	16	28	Uşak	6
18	Çankırı	16	29	Karaman	5
18	Kütahya	16	29	Kocaeli	5
18	Mardin	16	29	Zonguldak	5
19	Ordu	15	30	Ağrı	4
20	Antalya	14	30	Ardahan	4
20	Düzce	14	30	Bingöl	4
20	Kahramanmaraş	14	30	Kırklareli	4
20	Sakarya	14	30	Osmaniye	4
20	**Van**	**14**	30	Siirt	4
21	Sivas	13	31	Kars	3
22	Giresun	12	31	Kırıkkale	3
22	Isparta	12	31	Muş	3
22	Rize	12	31	Niğde	3
23	Tokat	11	31	Şırnak	3
24	Aksaray	10	31	Tunceli	3
24	Bayburt	10	32	Batman	2
24	Burdur	10	32	İstanbul	2
24	Çanakkale	10	32	Yalova	2
24	Denizli	10	33	Bitlis	1
24	Edirne	10			

Kaynak: https://ci.turkpatent.gov.tr/

3. VAN İLİNİN GASTRONOMİ TURİZM POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

3.1. Araştırma Sorusu

Gastronomi turizminin son zamanlarda popüler haline gelmesi, bölgeler arası rekabeti de artırmıştır. Bölgeler, bu rekabette söz sahibi olabilmek için bölgeye ait özgü, yöresel değerlerinin ve markasının oluşmasını sağlamalıdır. Şehirler, gelişmekte olan gastronomi turizmine ayak uydurabilmesi için kendi mutfak ürünlerinin farkına varmalı, marka değerlerini yaratmalı ve kendi potansiyellerini değerlendirmelidir.

Birçok farklı kültüre ev sahipliği yapmış Van ili, zengin mutfak kültürüne sahiptir. Bu bağlamda araştırmada, Van ilinin gastronomi turizm potansiyelini değerlendirilmeye ve gastronomi turizminin mevcut turizm potansiyelinin içerisindeki yeri belirlenmeye çalışılmıştır. Van ilinin turizmine yön veren paydaşların gastronomi turizmi açısından tutumları ve ziyaret eden turistlerin yerel mutfak kültürü ile ne ölçüde karşılaştığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu bölüm de araştırmanın; amacı ve önemi, evreni ve örneklemi, yöntemi, verilerin analiz yöntemi ve sınırlılıkları yer almaktadır.

Araştırma kapsamında aşağıdaki şu sorulara cevap aranmıştır:

- Van ilinin gastronomi turizm potansiyeli nedir?
- Van ilinin mevcut gastronomi değerlerinin Van il turizmine katkısı nedir?

3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Turizmin çeşitli bir yapıya sahip olması gereği mutfak, yöresel yemek, lezzet gibi sözcükler gastronomi turizmi altında toplanmıştır. Bir bölgenin yöresel zengin mutfak kültürünü incelenmek istenirse gastronomi turizmi kapsamında değerlendirmek gerekir. Bu nedenle de gastronomi turizminin, son yıllarda gelişme göstermesinden dolayı araştırma Van ilinin; gastronomi turizm potansiyelinin belirlenmesini, gastronomi kimliği farkındalığının oluşmasını, mevcut turizm

faaliyetlerine daha çok katkı sunmasını ve turizm paydaşlarına önerilerde bulunmasını amaçlamaktadır.

Alınyazın incelendiğinde Van ili ile ilgili gastronomi kapsamında yapılan çalışmaların az olduğu gözükmektedir. Bu bağlamda mevcut çalışma; Van ilinin gastronomi turizmi potansiyeli kapsamında önem taşıyan değerlerin belirlenmesi ve turizm paydaşlarına önerilerde bulunması, varsa eksikliklerin ortaya konması açısından önem arz etmektedir. Ayrıca Van ili ile ilgili gastronomi turizmi kapsamında yapılacak çalışmalara ve literatüre katkıda bulunması açısından önemlidir.

3.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Evren, canlı ya da cansız varlıklardan oluşan ve ihtiyaç duyulan verilerin araştırma sorularını cevaplamak için elde edildiği büyük bir gruptur (Alaz Şeyihoğlu ve Özgürbüz, 2019: 26). Evren, araştırma kapsamında toplanacak verilerin analizi ile oluşan sonuçların geçerli olabilen, yorumlanabilen ve genellenebilen grup olarak tanıtılabilir (Büyüköztürk, Kılıç Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2014: 80). Bu bağlamda araştırmanın evrenini; Van ilinde, doğrudan veya dolaylı şekilde il turizmi ile ilişkili olan gerçek ve tüzel kişilerden oluşmaktadır.

Evrenin somut olarak tanımlanmasından sonra uygun bir şekilde örneklem seçilmesi gerekir (Özen ve Gül, 2007: 396). Örneklem, araştırmada evrene ait olabilecek özellikleri evrende bulunan eleman sayısından daha az sayıda eleman ile evreni en iyi şekilde temsil edebilecek gruba denir. Örneklemenin amacı, evrenin tamamını parçalar halinde araştırmak yerine genellemeler yapmasını sağlayan verileri araştırmacıya sağlamaktır (Coşkun, Altunışık ve Yıldırım, 2019: 159-160). Örneklem almada olasılığa dayalı ve olasılığa dayalı olmayan iki yöntem bulunur. Olasılığa dayalı örneklem yöntemi, evrende her unsurun benzer özelliklerinin olduğu, evreni temsil edecek her unsurun eşit şekilde katılabileceği düşünüldüğü durumlarda kullanılır. Olasılığa dayalı olmayan örneklem yöntemi ise her unsurun katılma şansına sahip olmadığı, araştırmanın amacına uygun unsurların olması gerektiği durumlarda kullanılır (Alaz Şeyihoğlu ve Özgürbüz, 2019: 33-39).

Bu bağlamda araştırmanın örneklemi, olasılığa dayalı olmayan örneklem yöntemlerinden amaca yönelik örnekleme ve kartopu örnekleme tekniği birlikte kullanılmıştır. Amaca yönelik örnekleme tekniğinde araştırmacılar, örneklem seçerken kendi kararlarını kullanırlar, fakat bu kararları öncesinde edindiği bilgilere dayanarak yaparlar. Böylece araştırmanın amacına hizmet edebilecek en uygun kişileri seçebilirler (Monette, Sullivan ve Dejong, 1990; Akt: Özen ve Gül, 2007: 414). Diğer bir deyişle araştırmacının daha önceden yapmış olduğu saha araştırmasında araştırmanın amacına uygun alanında uzman kişileri seçmek olacaktır. Kartopu örnekleme tekniği ise, araştırmanın yapılacağı bireylerden birine ulaşılmasıyla başlar. Bu katılımcıyla yapılan görüşme sonunda katılımcının referansıyla diğer katılımcılara ulaşılır. Her bir katılımcı ile yapılan görüşme sonrası onların önerdiği diğer katılımcılara ulaşmayla devam eder. Böylece süreç katılımcı sayısının artmasıyla devam etmektedir (Koç Başaran, 2017: 492). Görüşmeye katılan örneklem sayısı, araştırmanın bütününü sağlayabilen değişik 5 ile 25 kişi arasında olması gerektiği ifade edilmektedir (Creswell, 2021: 83). Yine örneklem sayısı, verilerin elde edilmesini zorlaştıracak kadar ne az olmalı ne de derinlemesine analiz yapmayı zorlaştıracak kadar çok olmalıdır (Onwuegbuzie ve Collins, 2007: 289). Ayrıca, örneklem sayısında elde edilecek verilerin tamamlanması ve yeni veri elde edilemeyip tekrara düşme yaşanıyorsa örneklem sayısına son verilmelidir (Charmaz, 2006; Akt: Creswell, 2017: 189).

Bundan dolayı uzman görüşüne başvurularak araştırma da tekrara düşmemek adına 18 kişi ile sınırlandırılmıştır. Araştırmanın örneklem grubunda Van ilinin turizm faaliyetlerinde etkisi olan kamu ve özel sektör temsilcileri, konaklama, acente ve yiyecek-içecek hizmeti veren işletmeler oluşturmaktadır.

3.4. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma sorularına derinlemesine cevap alınabilmesi, katılımcı görüşlerini sınırlamaması, mevcut durumun yorumlanabilmesi için nitel araştırma yöntemine başvurulmuştur. Nitel yöntemler, sosyal bir probleme, temaya veya konuya ait bireylerin veya grupların araştırmanın konusuna göre atfettiği görüş, düşünce ve tutumlarının anlamlarını derinlemesine keşfetme ve anlamaya yönelik bir yaklaşım

olmakla beraber tümevarım veri analizinin yapıldığı, verilerin anlamını yorumlama aşamalarını kapsamaktadır. (Özgen, 2019: 158; Creswell, 2017: 5). Araştırmacılar, araştırmaların tasarlanması ve yürütülmesi aşamasında dinamik ve esnek bir çalışma ortamına sahiptirler (Baltacı, 2019: 371).

Nitel araştırmalarda, kullanılan tekniklerden bir tanesi de görüşme tekniğidir (Yüksel, 2020: 547). Görüşme tekniği, katılımcıların araştırma konusu veya problemi hakkında var olan bilgilerini ve düşüncelerini aktif bir katılımla açıkladığı tekniktir (Baltacı, 2019: 374). Görüşmede, ana araç sözlü iletişimdir. Görüşme tekniği, belli kurallara göre yapılandırılmamış, yapılandırılmış ve yarı yapılandırılmış şeklinde üçe ayrılır (Yüksel, 2020: 549).

Yapılandırılmamış görüşme tekniğinde araştırmacı, önceden görüşme veya mülakat formu hazırlamaz, görüşmenin akışına göre kendiliğinden şekillenir ve kontrol gücü azdır. Görüşme, katılımcının verdiği cevaplar üzerinden şekillenir bu nedenle her katılımcı farklı cevaplar verebilir. Araştırmacı, istediği veriyi elde edene kadar farklı katılımcılarla görüşmeyi sürdürür. *Yapılandırılmış görüşme tekniğinde* önceden hazırlanan görüşme soruları, değişikliğe uğratılmadan tüm katılımcılara aynı sırada ve aynı şekilde sorulur. Soruların dışına çıkılamaz bu nedenle görüşmeyi yapan kişi görüşmede esneklik bulamaz. Bu teknik, anket kullanımı ile benzerlik göstersede farklılığı vardır. Anket kullanımında katılımcı kendi kendine iken burada soruların kaynağı ile iletişim halindedir. *Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinde* ise araştırmacı, sormayı düşündüğü soruları öncesinde belirleyip bir görüşme veya mülakat formu oluşturur. Görüşme sırasında ihtiyaç halinde derinlemesine gidilebilmesini sağlar. Katılımcı konu dışına çıkabilir, bu nedenle hem araştırmacıya hem katılımcıya esneklik sağlar. Ayrıca araştırmacı tarafından, görüşmenin durumuna göre değişik yan veya alt sorularla görüşmenin akışına etki edilebilir ve katılımcının yanıtlarını daha ayrıntılı bir şekilde açmasını, sunmasını sağlayabilir. Katılımcı, soruların yanıtlarını başka bir soruda yanıtlamışa, tekrar yanıtlamayabilir ve araştırmacı da bu soruyu tekrar sormayabilir (Türnüklü, 2000: 547; Gürbüz ve Şahin, 2016: 187-188; Özgen, 2019: 160).

Bu bağlamda araştırmada, katılımcıların ana konu hakkındaki görüşlerini ve düşüncelerini detaylıca elde edilmesini, katılımcıya ve araştırmacıya esneklik

sağlamasından dolayı yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinden faydalanılmıştır. Araştırmada 12 soruluk yarı yapılandırılmış görüşme formu (Bkz. EK 1) oluşturulmuş ve görüşme formu soruları oluşturulurken Özçelik (2019) "Bolu İlinin Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma" ve Sabancı (2021) "Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesine Yönelik Nitel Bir Çalışma: Manisa Örneği" isimli çalışmalardan yararlanılmıştır. Sorular hazırlanırken belli bir sıraya konulmasına dikkat edilmiş ve araştırma konusu kapsamında alanında uzman akademisyenler ile değerlendirme yapılarak görüşleri alınmış ve uygun olanlar görüşme formuna eklenmiştir. Bu araştırmada kullanılan görüşme soruları, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Yayın Etik Kurul Başkanlığı tarafından etik kurallara ve ilkelere uygun bulunmuştur (Bkz. EK 2- Kurul Karar Tarihi ve Sayısı: 25/01/2022-2022/03-08).

Araştırmada 18 katılımcı ile görüşülmüştür. Katılımcılar, K1, K2, …, K18 şeklinde rastgele kodlanmıştır. Katılımcılar ile randevu alınarak görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Randevular, katılımcıların müsaitliğine göre iş yerlerine giderek veya uygun bir alanda görüşerek gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler, katılımcıların izni doğrultusunda araştırmanın verimliliği açısından ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmıştır. Ses kayıtlarının kaybolmamasına istinaden iki yöntemli yedekleme sistemi oluşturulmuştur. Ayrıca ses kayıtlarının programlar aracılığıyla transkripsiyonu yapılarak veriler oluşturulmuştur.

3.5. Verilerin Analiz Yöntemi ve Yorumlanması

Verilerin analizinde tümevarım yaklaşımı kullanılmıştır. Nitel yöntemlerde araştırmacılar hipotez geliştirmeden belli konulara göre soru geliştirip soruların cevabını bulmak için araştırma yaparlarsa tümevarım yaklaşımı doğrultusunda olmalıdır (Uzuner, 1999: 189).

Nitel araştırmalar için verilerin analiz yöntemleri arasında betimsel analiz, içerik analizi ve sayısal analiz gibi çeşitli analiz yöntemleri vardır. Elde edilen verilerin aslına bağlı kalmak şartıyla doğrudan alıntılar yapılması betimsel analizi ifade etmektedir. Betimsel analiz yönteminde, veriler sunulurken bazı temalar ve

temalar arası ilişkiler oluşturulabilir. İçerik analizi ise, bilgilerin toplayabilmek adına elde edilen verilerin detaylı bir şekilde incelenmesini, metinlerin çözümlenmesini ifade eder (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 224; Baltacı, 2019: 377; Özdemir M., 2010: 328). Bu bağlamda araştırmada bulguları düzenleyip yorumlanmış bir şekilde sunabilmek için betimsel analiz yöntemi kullanlmıştır. Ayrıca nitel veriler, sözcük sıklığı göre kategorize edilerek içerik analizi yapılmıştır.

3.6. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma kapsamında bazı sınırlamalar ile karşılaşılmıştır. Kimi katılımcıların görüşmeye katılmada tereddütlü yaklaşmış olmaları ayrıca katılımcıların süre kısıtlılığı araştırmanın verimliliğini sınırlandırmıştır. Katılımcıların birtakım kısmi bilgileri de sınırlı tutulmuştur. Van'ın gastronomi potansiyeli kapsamında bulunan yiyecekler ve içecekler literatür taraması ve katılımcıların verdiği cevaplar ile konu açısından sınırlı kalmıştır. Görüşmeler, maliyet, zaman ve ulaşım gibi kısıtlılıklardan dolayı Van ili ile sınırlı kalmış ve 15 Ekim 2022 – 15 Ocak 2023 tarihleri arasında sınırlandırılmıştır.

4. BULGULAR

4.1. Araştırma Bulguları ve Yorumlanması

Bu bölümde görüşmelerden elde edilen veriler sonucu bulgular, değerlendirilmiştir. Yapılan görüşmelerde araştırma soruları ışığında temalar oluştuğu görülmüştür. Temaların başlıkları şunlardır;

- Katılımcıların demografik bilgilerine yönelik bulgular
- Van'ın mevcut turizm çeşitleri ve potansiyeline yönelik bulgular
- Gastronomi kavramı ve turizmine yönelik bulgular
- Van'ın yöresel lezzetlerine yönelik bulgular
- Van Kahvaltısı'na yönelik bulgular,
- Restoranlara ve menülerine yönelik bulgular
- Van'ın gastronomi değerlerine ve turizmine yönelik bulgular
- Van'ın gastronomi turizminin geliştirilmesine yönelik bulgular

4.2. Katılımcıların Demografik Bilgilerine Yönelik Bulgular

Araştırmaya katılan 18 katılımcı, K1, K2, K3…K18 şeklinde kodlanmıştır. Katılımcıların demografik bilgilerinde; yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, çalıştıkları kurum, deneyim yılı ve kurumdaki pozisyonu belirtilmiştir. Demografik bilgilerin verileri, tablo 4.1 de gösterilmiştir.

Katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde 11 katılımcının erkek, 7 katılımcının da kadın olduğu gözlemlenmiştir. Eğitim seviyelerine bakıldığında ise 1 ortaokul, 4 lise, 2 ön lisans, 6 lisans, 1 yüksek lisans ve 4 doktora seviyesinde eğitime sahiptirler. 9 katılımcı özel sektör, 9 katılımcı da kamu kurumu çalışanıdır. Katılımcıların yaş ortalaması 40, deneyim yılı ortalaması 20 çıkmıştır. Deneyim yılı ve yaş ortalamasının araştırma için anlamlı ve değerli olduğu belirtilebilir. Katılımcılardan 8'i amaçlı örneklem yöntemine göre, 10 katılımcı ise kartopu örneklem yöntemine göre belirlenmiştir.

Tablo 4.1. Demografik Özellikler.

KOD	CİNSİYET	YAŞ	EĞİTİM	ÇALIŞTIĞI KURUM	KURUMDAKİ POZİSYONU	DENEYİM YILI
K1	Erkek	29	Y. Lisans	Kamu/Meb	Yiy. İç. Öğretmen	10
K2	Kadın	49	Lisans	Özel/Hotel	Genel Müdür	27
K3	Erkek	33	Lise	Özel/Restaurant	Şef/İşlt. Sahibi	14
K4	Erkek	29	Ö. Lisans	Özel/Restaurant	Şef/İşlt. Sahibi	15
K5	Erkek	42	Lise	Özel/Restaurant	Şef/İşlt. Sahibi	15
K6	Erkek	48	Lisans	Kamu/Tursab	Yönetici	30
K7	Erkek	43	Lisans	Özel/Acente	Rehber	23
K8	Erkek	40	Ortaokul	Özel/Restaurant	Şef/İşlt. Sahibi	27
K9	Erkek	35	Lisans	Özel/Acente	Rehber	16
K10	Erkek	43	Lise	Özel/Restaurant	İşletme Sahibi	25
K11	Kadın	51	Doktora	Kamu/Turizm	Akademisyen	35
K12	Erkek	55	Lisans	Kamu/Turizm	F. Sekreteri	32
K13	Kadın	37	Doktora	Özel/Acente	Rehber	14
K14	Kadın	39	Doktora	Kamu	Genel Müdür	18
K15	Erkek	43	Doktora	Kamu/Daka	Genel Sekreter	19
K16	Kadın	41	Lise	Özel/Restaurant	İşletme Sahibi	10
K17	Kadın	50	Lisans	Kamu/Meb	Yiy. İç. Öğretmen	10
K18	Kadın	28	Ön Lisans	Özel/Hotel	Resepsiyonist	4

4.3. Van'ın Mevcut Turizm Çeşitlerine ve Potansiyeline Yönelik Bulgular

Van'ın mevcut turizm potansiyelini değerlendirmeye yönelik yöneltilen sorular sonucu iki kategori oluştuğu gözlemlenmiştir. Bunlar; Van'ın mevcut turizm potansiyeline ilişkin bulgular ve mevcut turizm çeşitlerine ilişkin bulgular şeklindedir. Katılımcıların görüşlerine tablo 4.2 ve 4.3 de yer verilmiştir.

Tablo 4.2. Van'ın mevcut turizm potansiyeline ilişkin bulgular.

Alt Temalar	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15	K16	K17	K18	n	%
Farklı turizm çeşitliliği	√		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√		√	√	16	88,8
Potansiyel yüksek fakat değerlendirilmi-yor		√	√	√	√	√	√	√	√		√	√	√	√			√	√	14	77,7
Tanıtım eksikliği		√	√	√		√		√	√	√			√	√		√	√		11	61,1
12 ay turizm olabilir				√			√		√		√	√	√		√		√		8	44,4
Ulaşım sıkıntısı						√			√					√		√			4	22,2
Dış etkenler (Terör, deprem, pandemi)		√				√			√	√					√				5	27,7
Coğrafi konum	√																	√	2	11,1

Tablo 4.2 incelendiğinde, katılımcıların %88,8'i Van'ın farklı turizm çeşitliliğine ev sahipliği yaptığı görüşündedir. Farklı turizm çeşitliliği görüşüne katılan katılımcı oranın fazla olması potansiyel olduğunu göstermektedir. Bu görüşe katılan katılımcıların birçoğu aynı zamanda Van'ın turizm potansiyelinin yüksek olduğunu fakat değerlendirilemediğini düşünmektedir. Katılımcı oranı ise %77,7'dir. K10 ve K17 sırasıyla farklı turizm çeşitliliği ve potansiyel hakkındaki görüşlerini şu sözlerle ifade etmiştir:

> *"...Van'ın mevcut turizmi olarak şöyle bazı kültür turizmi çok fazla işte doğal güzelliği çok fazla şelaleleri, adaları, kaleleri işte eski Van evleri. İşte Bunlar turizmde turiste hitap edecek şeyler"*

> *"Şimdi Doğu Anadolu Bölgesi olarak düşünelim: Van da onun bir ili olmasının neticesinde tarih, doğa, kültür, kış turizmi bakımından en fazla potansiyele sahip olan şehridir diye düşünüyorum, Doğu Anadolu'daki illerin içerisinde. Bir de tabii deniz turizmi potansiyelini de unutmamak gerekiyor. Bunlar doğru değerlendirilirse, Van şehri Türkiye turizminde önemli bir paya sahip olabilir, bu sayede turizm 12 aya da yayılabilir diye düşünüyorum."*

Katılımcıların %61,1'i Van'ın turizm açısından yeterince fazla tanıtılamadığını düşünmektedir. Bu oran, tanıtım faaliyetlerine daha çok önem vermesi gerektiğini göstermektedir ve turizm potansiyelinin değerlendirilmesi açısından önem arz etmektedir. K2 ve K4, sırasıyla tanıtım eksikliği ve mevcut potansiyel hakkındaki görüşlerini şöyle ifade etmiştir:

> *"Van'ın tanıtılması gerekiyor. Yani bir tanıtım platformunun olması gerektiğini hep konuşuyorduk ve gelin görün ki aslında tam tanıtılıyor mu? Hâlâ tam olarak yeterli olduğunu düşünmüyorum"*

> *"Potansiyelin yüksek olduğunu düşünüyorum ama bu değerlendirilmiyor. Böyle görüyorum. Tarihi güzelliklerimiz, doğal güzelliklerimiz çok fazla ama bunu biz dışarıya pazarlayamıyoruz. Yani bu potansiyelden faydalanamıyoruz. Bu bizim şehir olarak en büyük eksikliğimiz, diye düşünüyorum."*

Turizmin 12 ay olabileceğini düşünen katılımcı oranı ise %44,4'dür. Bu sonuç iklim değişikliği riskinden dolayı görülebilir. K4, Van turizm potansiyelinin doğru değerlendirilirse 12 aya yayılabileceğini belirtmiştir. Bu görüşü destekler nitelikte K13 de görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir:

"12 ay olması için, kış turizmi alanında da bir yere kadar yine canlandırabilir. Kış turizminde, abalı kayak merkezi var işte canlandırılabiliyor; ama şu anda iklim krizinin de etkisiyle maalesef ki önümüzü göremediğimiz bir durum söz konusu. Mesela kar beklediğimiz bir sürede düşmedi yere. Çok gecikti ve işte bir hafta içerisinde de erime yaptı. Tabii yükseklerdeki durumu bu şekilde değildir ama yeni tesis de yapılırsa dağların bakı durumlarına göre işte güneyde değil de kuzey yamaçlara yapılması gerektiği düşüncesindeyim daha fazla kardan faydalanabilelim yine sınırlı kalacağını düşünüyorum ve dediğim gibi birazcık da bu iklim krizinden."

Ulaşım sıkıntısı olduğunu düşünen katılımcı oranı %22,2'dir. K6, K9 ve K14, uçak sefer sayılarının pahalı ve yeterli olmadığı şeklinde görüş bildirmiştir. K16 ise ulaşım olanakların yeterli olmadığını ve ulaşımın çeşitlendirilmesi, artırılması düşüncesindedir. Katılımcıların %22,2'sinin bu konuya dikkat çekmesi Van'ın turizm potansiyelin değerlendirilebilmesi açısından önem arz etmektedir. K6, K14 ve K16 ulaşımdaki sıkıntıları, sırasıyla şu şekilde belirtmektedirler:

"En büyük sorun ulaşım, insanlar Van'a ulaşamıyor. Son zamanlarda özellikle ulaşılmıyor. Malumunuz işte teknoloji geliştiği insanlar için zaman çok kıymetli oldu. İnsanlar artık rahata alıştı. Böylelikle uçak turizmde olmazsa olmaz. Önceden yurt içinden metropol şehirlerden Van'a günlük 23, 24 tane uçak geliyordu şu anda da günlük 11 tane uçak geliyor. Yani Van gerçekten ulaşım anlamında çok ciddi sıkıntılar yaşıyor."

"Ulaşıma baktığımız zaman potansiyeli yüksek fakat uçuş sayıları az ve özellikle turizm dönemlerindeki uçuş sayılarının az olması aslında turizmdeki potansiyelimizi en aza indiriyor. Biletlerdeki pahalılık ortada. Yani pahalılık turizmi çok etkiliyor ve Van'a turist gelmiyor."

"Van Gölü Ekspresi'nin aktif hale getirilmesi ve sefer sayılarının artırılması lazım. Van Gölü ekspresiyle Van-Tatvan arası çalışan feribot seferlerinin senkronize edilmesi lazım. Feribot yük esaslı çalışıyor. Yani yükünü doldurmadan hareket etmiyor Van gölü ekspresiyle geldiniz, trenle harika destinasyonlardan geçtiniz Tatvan'dan Van'a feribotla geldiniz harika bir şey olur. Bunun turizme kazandırılması lazım."

Coğrafi konum avantajı olduğunu düşünen katılımcı oranı %11,1'dir. K18 başka bir ülkeye sınır komşusu olmasının avantajlı olduğunu, ekonomik katkı

sağladığını ve potansiyeli artırdığını düşünmektedir. K1 ise bu görüşü mevcut potansiyelin bölgesel olduğu ile ilgili şöyle değerlendirmektedir.

> *"...AVM'lerdeki inanılmaz yoğunluğu da baktığımız zaman İran'ın inanılmaz bir turist potansiyeli var. Bu avantajı da sağlamakta fakat Van'ın mevcut turizm potansiyeli Türkiye genelinden çok bölgesel bazda, yani işte biraz İran'dan biraz çevre illerden. Doğu bölgesi anlamında Van'ın güzel bir turizm potansiyeli var ama bu ülke bazında. Dolayısıyla bölgesel bazlı bir turizm potansiyeli olduğunu düşünüyorum açıkçası."*

Katılımcıların %27,7'si dış etkenler (terör, pandemi ve deprem) nedeniyle turizm potansiyelinin etkilendiğini düşünmektedir. K2, Covid-19 pandemisinin Van'ın tanınırlığını azalttığı düşünmektedir. K6, K10 ve K16 ise geçmiş yıllarda Van'ın yabancı turist potansiyelinin fazla olduğunu terör sebebiyle turizmin olumsuz etkilendiğini, bilinirliliğinin kaybolduğunu söylemektedir. K10 ve K15 bu durumu şu sırasıyla şekilde ifade etmiştir:

> *"Biz çocukken ben çok iyi hatırlıyorum. Babamla işte biz 86-87'li yıllarda Van Kalesi tarafına giderdik, Edremit'e giderdik. Biz her zaman burada turistlerle karşılaşırdık. Artık o zamanki gibi turistler yok, gelmiyorlar. Bunda bazı krizler etkili oldu terör gibi. Bizim bu olumsuzlukları toparlamamız lazım"*

> *"Biz bölge olarak aslında yıllardır son 40 yıldır, yani tanıtıma harcamamız gereken eforu biz ne yazık ki terörle mücadeleye harcadık. 11-12 yaşında çat pat kırık ingilizcemle turist rehberliği yapıyorduk harçlık çıkarmak için sene 89-90 zamanları. Gelen turistlerin neredeyse tamamı Avrupalı, Amerikalı ve nitelikli alım gücü yüksek turistlerdi. Ülkeler, vatandaşlarını uyardı, Türkiye'nin doğusuna gitmeyin diye. Bu da bilinirliği azalttı ve çok olumsuz yönde bir algı oluşturdu. Dolayısıyla biz yani hak ettiğimiz yerde değiliz, ama olabilir miyiz olabiliriz."*

Mevcut turizm türlerine ilişkin bulgular tablo 4.3 de gösterilmiştir. Tablo 4.3 incelendiğinde; katılımcıların birçoğu, kültür ve doğa turizminin Van'ın mevcut turizm türleri arasında en çok potansiyeli olan turizm türleri olduğu görüşündedir. Kış turizminin yaz turizminden ön planda olduğu göze çarpmaktadır. Katılımcı kişi sayıları birbirine yakın olmakla beraber gastronomi, inanç ve macera turizminin daha az potansiyeli olduğu görülmektedir.

Tablo 4.3. Van'ın mevcut turizm türlerine yönelik bulgular.

Alt Temalar	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15	K16	K17	K18	n	%
Kültür Turizmi	√		√	√		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	16	88,8
Doğa Turizmi	√		√			√	√	√		√	√	√	√	√	√	√	√	√	14	77,7
Kış Turizmi					√		√		√	√	√	√	√				√	√	9	50
Yaz Turizmi		√			√		√		√		√		√				√		7	33,3
Gastronomi Turizmi	√									√	√		√	√					5	27,7
İnanç Turizmi						√			√		√				√			√	5	27,7
Macera Turizmi											√		√		√				3	16,6

K9, Van'a gelen insanların gastronomi için gelmediğini, geldiklerinde ise gastronominin onlar için sürpriz olduğunu ifade etmiştir. Gastronominin destekleyici rolü olduğu söylenebilir. K10 ve K11 ise sırasıyla mevcut turizm türleri ile ilgili görüşleri ise şu şekildedir:

> *"...Van'ın mevcut turizmi olarak şöyle bazı kültür turizmi çok fazla işte doğal güzelliği çok fazla şelaleleri, adaları, kaleleri işte eski Van evleri. İşte Bunlar turizmde turiste hitap edecek şeyler."*

> *"Hem doğal güzellikleri hem kültürel değerleri hem tarihi geçmişi ile kadim bir şehir. Bunun üzerine bir de tabii gastronomi çok ön plana çıkmamakla beraber kuvvetli bir altyapıya sahip. Ayrıca farklı etnik ve dini kökenli insanların bulunması, buranın kültürünü daha da zenginleştirmiş. Bu anlamda inanılmaz bir turizm potansiyeli var."*

Akdamar adası, Van kalesi, Hoşap kalesi, Muradiye şelalesi, Norduz yaylası Van'ın doğa ve kültür turizminde ön plana çıkan değerler olarak bilinmektedir. Erek dağı ve Artos dağı macera turizminde, Akdamar Adası kilisesi, İzzettin Şiir Cami gibi yapılarda inanç turizminde öne çıkan değerlerdir. Gastronominin destekleyici rolü olduğu söylenebilir.

4.4. Gastronomi Kavramı ve Turizmine Yönelik Bulgular

Katılımcılara gastronomi kavramını nasıl tanımlarsınız sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların tamamı, gastronomi kavramının yiyecek içecek ile alakalı olduğu görüşündedir.

Tablo 4.4. Gastronomi Kavramı ve Turizmine Yönelik Bulgular.

Alt Temalar	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15	K16	K17	K18	n	%
Yiyecek içecek ile alakalıdır	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	18	100
Yemek kültürü	√	√		√			√	√		√	√	√	√	√			√	√	12	66,6
Yöresel Yiyecekler			√		√		√		√		√		√	√	√			√	9	50
Mutfak sanatı	√			√							√					√	√		5	27,7
Sunum Şekli	√												√						2	11,1
Turizm↔Gastronomi				√				√	√		√		√				√		6	33,3
Lezzet seyahati					√						√	√		√		√			5	27,7

Yapılan tanımlamalara göre gastronomi kavramı, %66,6 ile yemek kültürü, %50 ile yöresel yiyecekler, %27,7 ile mutfak sanatı ve lezzet seyahati olarak tanımlanmıştır. K1 ve K13 ayrıca yemeğin sunum şekli olduğunu da belirtmiştir. K14 görüşlerini şu şekilde belirtmiştir:

> *"Gastronomiyi yemek kültürü, yöresel yiyecekler olarak söyleyebilirim. Bir yerin yöresel mutfağını tatmak ve o yerel mutfağın içerisinde kullanılan ürünleri görmek isteyen ve bu konuda deneyim sağlamak isteyen birçok kitle var. Hemen hemen birçok insanın içerisinde zaten böyle bir deneyimi elde etmek vardır. Buna lezzet merakı da diyebiliriz. Bu nedenle sırf bir yemeği tatmak için giden insanlar var."*

K4, K8, K9, K11, K13, K17 gastronomi ve turizmin ayrılmaz bir yapı ve iç içe olduğunu dile getirmektedir. Bir yerden bir yere seyahat eden insanların, aynı zamanda gittikleri bölgedeki yiyecek içecekleri de merak ettiklerini belirtmektedirler. K4 ve K11 görüşlerini sırasıyla şu şekilde dile getirmektedirler:

> *"Turizmle ilişkisi zaten doğru orantılı. Bir yeri görmeye gittiğinizde bir şehri bir ülkeyi görmeye gittiğinizde oranın doğal güzelliklerini merak ettiğinizde, yemeklerini de merak ediyorsunuz. Yani turizm olunca gastronomi ile direkt etkileşim oluyor."*

> *"Bir turist olarak bir ülkeye gittiğinizde veya bir şehre gittiğinizde bir kere tarihi yerleri görmek istersiniz. Müzelerini gezmeyi istersiniz ama orada da o yöreye ait bir şeyler yemek istersiniz. Çoğu zaman turizmde gastronomi çekicilikte sağlar. Mesela bir bölgeye gitmek istemenin, turistik olarak gezmenin amaçlarından biri bile bazen gastronomi oluyor."*

Bulgular, katılımcıların gastronomi kavramını ve gastronomi-turizm ilişkisini anlamlandırabildiğini göstermektedir. Bu bağlamda bulguların, literatür ile doğru orantılı olduğu söylenebilir.

4.5. Van'ın Yöresel Lezzetlerine Yönelik Bulgular

Katılımcılara, Van'ın yöresel lezzetlerini belirlemek amacıyla sorular yöneltilmiştir. Alınan cevaplar tablo 4.5 de belirtilmiştir.

Tablo 4.5. Van'ın Yöresel Lezzetlerine ait Bulgular.

Alt Temalar	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15	K16	K17	K18	n	%
Van Kahvaltısı	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	18	100
Keledoş	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√		√	√	17	94,4
Otlu Peynir	√	√	√	√	√	√	√	√			√	√	√	√	√	√	√	√	16	88,8
İnci Kefali	√	√	√		√	√	√		√	√	√	√	√		√	√	√	√	15	83,3
Ayran Aşı		√	√		√	√					√	√	√	√	√	√	√	√	12	66,6
Sengeser		√	√		√			√	√	√		√	√				√	√	10	55,5
Murtuğa				√	√				√	√		√	√	√	√		√	√	10	55,5
Kavut	√			√	√						√		√	√			√	√	8	44,4
Gül Reçeli											√	√	√	√	√	√		√	7	38,8
Erciş Üzümü			√	√		√		√		√								√	6	33,3
Mercimekli Bulgur Pilavı					√						√		√		√	√			5	27,7
Van Çöreği			√		√						√						√		4	22,2
Helise				√		√		√		√									4	22,2
Van Pastası			√								√						√		3	16,6
Van Cacığı		√														√			2	11,1
Siyabolu Kavurma		√														√			2	11,1
Acem Köftesi								√				√							2	11,1
Kürt Köftesi		√						√											2	11,1
Hurmalı Yumurta								√											1	5,5
Virik Çorbası									√										1	5,5
Eğdek Tatlısı									√										1	5,5
Soğan Dolması											√								1	5,5
Çöp Kebabı											√								1	5,5
Peynir Helvası											√								1	5,5
Mumbar											√								1	5,5
İşkembe Dolması											√								1	5,5
Ciğer Sarması											√								1	5,5
Kaşık Tatlısı											√								1	5,5
Kaburga Dolması											√								1	5,5
Erişte Aşı												√							1	5,5

Van'ın yöresel lezzetlerine ait bulgularda katılımcılar tarafından 30 kalem yöresel lezzet bulunmuştur. Yöresel lezzetler arasında içecek türüne, rastlanmamıştır. Katılımcılardan alınan cevaplara göre Van Kahvaltısı, %100 ile yöresel lezzet sıralamasında ilk sırada yer almıştır. Ardından %94,4 ile Keledoş yemeği, %88,8 ile otlu peynir, %83,3 ile inci kefali, %66,6 ile ayran aşı, %55,5 ile sengeser ve murtuğa, %44,4 ile kavut, %38,8 ile gül reçeli, %33,3 ile Erciş Üzümü, %27,7 ile mercimekli bulgur pilavı, %22,2 ile Van çöreği ve helise gelmektedir.

Coğrafi işaretli olan Van Pastası'nın (%16,6), yalnızca K3, K11 ve K17 tarafından belirtilmesi dikkat çekicidir. Van Cacığı (%11,1) K2, K16; Siyabolu kavurma (%11,1) K3, K8; Acem köftesi (%11,1) K8, K12; Kürt köftesi (%11,1) K2, K8; hurmalı yumurta (%5,5) K8; virik çorbası ve eğdek tatlısı (%5,5) K9; soğan dolması, çöp kebabı, peynir helvası, işkembe dolması, mumbar, ciğer sarması, kaşık tatlısı, kaburga dolması (%5,5) K11; erişte aşı (%5,5) K12 tarafından yöresel lezzet olarak belirtilmiştir.

Bulgularda yer alan gül reçeli, otlu peynir, kavut, murtuğa, Van çöreği, Van Pastası ve Van cacığı kahvaltıda yer alan lezzetler olarak da bilinmektedir. K13, yöresel lezzetlerle ilgili şunları söylemiştir:

> *"En ön plana çıkan işte Van Kahvaltısı. En geniş ve en büyük tek sofrada yapılabilecek kahvaltı yapıldı ve yine Guinness rekorlar kitabına girdi. Otlu peynir mesela kahvaltıda vazgeçilmezdir. Keledoş, Sengeser var, Kürt köftesi var sayabilirim çok var. Mesela onun dışında yine mercimekli bulgur pilavımız var. Mesela inci kefaliyle beraber olmazsa olmazlarımızdan Ayran aşı bilinen yemeklerimizdir."*

Katılımcılara, Van'ın yöresel lezzetlerinin çekiciliği ve gelen turist potansiyeli sorulmuştur. Katılımcıların tamamı, Van Kahvaltısı dışında yöresel lezzetlerin çekiciliğinin olmadığını düşünmektedir. Kahvaltı dışında da yöresel lezzetler için çok fazla turist gelmediğini belirtmektedir. K11 bunun nedenini bazı yöresel ürünlerin (otlu peynir, tuzlu balık, gül reçeli vb.) paketlenme şansı olduğunu, hediyelik olarak götürülebilmesinden dolayı olabileceğini söylemektedir. K18 ise bazı yöresel yemeklerin malzemelerini de marketlerden temin edilebilmesi olarak göstermektedir. K2, yöresel yemeklerin ön plana çıkmamasını ise tanıtım eksikliği olarak değerlendirmiştir. K5 ve K9 sırasıyla şunları belirtmiştir:

"Yani buraya Van'a kahvaltı yapmaya gidelim diye gelebiliyorlar ama 'Hadi işte canım Keledoş çekti, Keledoş yemeye gidelim' diyen yok. Çünkü keledoşun ülke bazında da bilinir yok ama kahvaltının ülke bazında bilinirliği var."

"Kültür turları için geliyorlar. Din turizmi için geliyorlar. Hatta deniz turizmi için geliyorlar. Gastronomi onlar için sadece bir sürpriz oluyor. 'Bir anda ne kadar güzelmiş yemekleri diye' öyle bir tepki alıyoruz ama yemek yemeğe geliyorum diyen yok maalesef."

Katılımcılar ile yapılan görüşmelerde turist potansiyelinin sadece kahvaltı üzerine geliyor olması, araştırmada Van Kahvaltısı'nın detaylı incelenmesini gerekli kılmıştır ve Van Kahvaltısı hakkında da bulgular elde edilmiştir.

4.6. Van Kahvaltısı'na Yönelik Bulgular

Katılımcılara, Van Kahvaltısı'nın mevcut durumu hakkında sorular yöneltilmiştir. Bulgular, tablo 4.6 da belirtilmiştir. Katılımcıların tamamı, Van Kahvaltısı'nın il tanıtımında etkin bir rol üstlendiği görüşündedir.

Tablo 4.6. Van Kahvaltısı'na Yönelik Bulgular.

Alt Temalar	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15	K16	K17	K18	n	%
İl Tanıtımında Etkilidir	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	18	100
Özgünlüğünü Kaybetti	√	√	√	√			√	√	√	√	√	√		√	√	√	√	√	15	83,3
Van'ın Gastronomi İmzasıdır	√				√	√	√		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	14	77,7
Standardı ve Denetimi Olmalı	√		√	√			√	√		√	√	√	√		√	√	√		12	66,6
Kalitesiz ve Hatalı Ürün Sunumları Var			√	√					√		√				√	√		√	7	38,8

Katılımcılara, *"Gastronomi anlamında Van'ın imzası nedir?"* sorusu yöneltildiğinde %77,7'si (14 kişi) Van Kahvaltısı cevabını vermiştir. Katılımcılardan K2 ayran aşı, K3, K4 ve K8 ise Keledoş cevabını vermiştir.

Katılımcıların büyük çoğunluğu (%83,3), Van Kahvaltısı'nın özgünlüğünü kaybettiğini, kültürel değil ticari yaklaşım olduğunu belirtmektedir. Anadolu serpme kahvaltısının Van Kahvaltısı olarak tanıtılması katılımcıların, ortak olumsuz

görüşlerinden biridir. Ayrıca, sunulan her kahvaltının Van Kahvaltısı olarak adlandırılmasını da yanlış görmektedirler. Van Kahvaltısı ile ilgili K1 ve K16 sırasıyla şunları söylemiştir:

> *"Kafelerde bile artık Van Kahvaltısı adı altında serpme kahvaltı sunmaktadırlar. Olay tamamen ticarileşmiş durumda…"*

> *"Van Kahvaltısını Coğrafi işaret tescili ürünleri neyse o şeklide sunulması, pazarlanması lazım. Ne bir eksik ne bir fazla, Van Kahvaltısı dışında verilen kahvaltının Anadolu yöresel ile Van Kahvaltısı'nın harmanlandığını müşteri bilmiyor. Farkını bilmesi lazım. Van kahvaltısında sosis, sucuk, patates yoktur mesela. Van Kahvaltısı diye alakasız şeyler sunuyorlar. Sonra insanlardan 'ya Van Kahvaltısı bu muymuş' şeklinde olumsuz eleştiriler duyuyoruz."*

Katılımcıların %66,6'sı Van Kahvaltısı'nda standart ve denetim olması gerektiği görüşündedir. K15, gerçek Van Kahvaltısı'nın coğrafi işaretli hali ile olması gerektiğini söylemiştir. Konu ile ilgili K3, K13 ve K15 sırasıyla şunları söylemiştir:

> *"Yani her işletmede farklı farklı sunumlar yapıldığından bir standart olmuyor. Mesela batıda Van Kahvaltısı adı altında birçok işletme var. Acaba gerçekten Van Kahvaltısı mı sunuyor? Yine orada Van Kahvaltısını tadan biri Van Kahvaltısı bu kadar iyiyse acaba Van'da nasıl diye bir beklenti içine giriyor. Van'a gelip de maalesef kötü bir kahvaltıyla karşılaşınca insan üzülüyor. Bu yüzden bir standarda bağlayıp denetlemek gerekiyor."*

> *"Sektörde de kahvaltının yeri daha farklılaştı. Boyutları değişti ve bir standart yakalanamadı ve bu standart yakalanamadığı için de artık şey denilebiliyor. 'Çok kolay! İşte Van Kahvaltısı dediler. Gittik ama bakın ne çıktı. Van Kahvaltısı bu kadar mıymış? Biz bunu evde de yapıyoruz. Serpme kahvaltı değil mi bu?' Gibi olumsuz yorumlar oluyor. Bunu denetlememiz lazım…"*

> *"…Van Kahvaltısı'nın gerçeğinde neler var biliyor musunuz? Kavut var, murtuğa var, otlu peynir, Van Cacığı, kaymak, zeytin, petek bal, yayık tereyağ, kayısı reçeli, gül reçeli, kavurmalı yumurta, ekmek, çörek. Bunlar Van Kahvaltısı'dır. Patates kızartması, salam, sosis, jambon, tahin, pekmez gibi ürünler Van Kahvaltısı içinde değildir."*

Katılımcıların %38.8'i ticari kazanç için kalitesiz ürünler sunulduğunu ve sunumda da hata yapıldığını söylemektedir. K18, kahvaltıya konan ürünlerin marketlerden alındığını söylemiştir. K11 ise Van Kahvaltısının Bim (market)

kahvaltısına dönüştüğü eleştirisinde bulunmuştur. K15, kavutun reçel ve balla tüketilmesi gerektiğini ve kahvaltı sunan restoranların bu bilgiyi müşterilerle paylaşmadıklarını söylemiştir. K11'in sunum ile ilgili, K4 ve K13'ün kalite ile ilgili sırasıyla söyledikleri şu şekildedir:

> *"...Sunum tekniklerinde de yanlışlar yapıyorlar. Mesela murtuğayı biz sıcak sıcak yeriz. Çoğu kahvaltı salonu soğuk soğuk servis yapmaktadır. Çoklu bir şeklide pişiriyorlar, benmari usulü bekletiyorlar belki de ama yine de soğuyor. Her gelenin kahvaltı sofrasına soğuk soğuk koyuluyor. Yiyende sevmiyor maalesef. Mesela bir kebapçıya gidip biz yarım saat kebap pişmesini bekliyorsak bu da beklenmeli. Yumurtayı da soğuk soğuk mu servis ediyorlar hayır. Pişirir pişirmez sofraya konuyor. Murtuğa da aynı şekilde olmalı ama maalesef işletmeler bu konuda özverili yaklaşmıyorlar."*

> *"Türkiye'de kahvaltı deyince insanların aklına ilk Van geliyor. Fakat biz bunu insanlara doğal ve güzel bir kahvaltı sunamıyoruz, yapamıyoruz. Bunu birçok işletmede gördüm. Biz bu işi ticarete dökmüşüz. Marketlerden alınan ürünlerle, peynirlerle kahvaltıyı pazarlayamayız ve ülke çapında kahvaltıyı bu şekilde tanıtmamalıyız. Aslında bu işi ticarete dökmeden biraz da sorumluluk alarak, doğal ürünler kullanarak yerinden ürün alarak tedarik ederek bunları pazarlayabilirsek bilinirliğini daha da arttırabiliriz."*

> *"Kahvaltıda karşımıza fabrikasyon bir tereyağı gelebiliyor, kaymak gelebiliyor, çok kalitesiz bal gelebiliyor. Bunlar kahvaltının lezzetini de öldüren şeylerdir. Ticari kazanç sağlamak adına kahvaltıyı berbat ediyorlar."*

Bulgular, Van Kahvaltısı'nda olumsuzluklar olduğunu, her işletmede farklı kahvaltı teknikleri yapıldığını göstermektedir. Ticari boyut olarak değil, kültürel bakış açısı kazandırılması gerektiği söylenebilir.

4.7. Restoranlara ve Menülerine Yönelik Bulgular

Tablo 4.7 de yöresel lezzet menülerine ve yöresel lezzet sunan restoranların durumlarına yönelik bulgulara yer verilmiştir. Katılımcıların %94,4'ü yöresel lezzetlerin her restoranda bulunmaması görüşündedir. Yöresel lezzetlerin sadece yöresel lezzet sunan işletmelerle sınırlı kalması gerektiğini vurgulamaktadırlar. Yöresel lezzetlerin özgünlüğünü kaybedeceğini sıradanlaşacağı görüşünü belirtmişlerdir. K4, konuyu şu sözlerle değerlendirmiştir:

"Yani herkes kendi yaptığı yemek ön plana çıkması lazım. Yöresel yemek yapan yerlerin yöresel yemek yapması lazım. Kebap yapan yerlerin kebap yapması lazım. Öyle olursa kalite daha da yükselir diye düşünüyorum. Yöresel yemek bu sayede kalitesini korur, sıradanlaşmaz. Her yerde olması ticarileşmesini artırır. Bu sefer malzemeden kısmalar başlar kalite düşer. Hal böyle olunca da lezzetli olan bir yemek zamanla lezzet algısını kaybeder. İnsanlar tercih etmemeye başlar."

Tablo 4.7. Restoranlara ve Menülerine Yönelik Bulgular.

Alt Temalar	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15	K16	K17	K18	n	%
Yöresel Lezzetler Sadece Tematik Restoranlarda Olmalı		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	17	94,4
Kahvaltı Dışında Yöresel İşletme Sayısı Az	√	√		√	√	√	√	√	√		√	√	√	√	√	√	√	√	16	88,8
Menüde Van Kahvaltısı Ayrı Belirtilmelidir.											√		√	√	√	√			5	27,7
Menülerde Yöresel Çeşitlilik Az			√		√			√			√								4	22,2
Menülerde Fiyat Yazmıyor	√																		1	5,5

Katılımcıların %88,8'i kahvaltı dışında yöresel lezzet sunan restoranların sayısının az olduğunu ve ortalama son 3-4 yılda yeni yeni oluşmaya başladığını belirtmektedirler. K3 yöresel lezzet sunan işletmeler için şu ifadeleri kullanmıştır:

"İnsanlar işte Van'da ne yiyebiliriz? sorusu sorduklarında yöresel mekân hiç yoktu. Şimdi ise Van'da yöresel yemek yiyebilecek 5-6 tane mekân var. Bu tarz mekanlar açıldıktan sonra yemeklerimizi daha öncesinde hiçbir konuda tanımazken şu anda artık tanıtabiliyoruz insanlara."

Katılımcıların %27,7'si kahvaltı salonlarında geleneksel Anadolu serpme kahvaltısının ve Van Kahvaltısı'nın menüde ayrı ayrı sunulması gerektiğini vurgulamaktadırlar. K11, işletmelerin Van Kahvaltısı'nı ekstra Anadolu serpme kahvaltısı ürünleri ile harmanlayarak sunduklarında bunun farklarını menüde göstererek misafirlere bildirmeleri gerektiğini söylemiştir.

K3, K5, K8 ve K11, yöresel lezzet sunan restoranların menülerinde çeşitliliğin artması şeklinde görüş bildirmişlerdir. K1 ise, bazı kahvaltı salonlarının ve yöresel restoranların menülerinde fiyat yazmadığını ayrıca bu durumun müşteri kaybına yol açacağını bildirmektedir.

4.8. Van'ın Gastronomi Değerlerine ve Turizmine Yönelik Bulgular

Katılımcılara Van'ın gastronomi turizm potansiyeline ilişkin sorular yöneltilmiştir. Sorulara verilen cevaplar doğrultusunda tablo 4.8 oluşturulmuştur. Katılımcıların tamamı gastronomi turizminin mevcut turizm türleri arasında yeterli düzeyde olmadığını belirtmektedir. Katılımcıların %83,3'ü festivallerde organizasyonların iyi yapılmadığını ve tanıtım eksikliği olduğunu, %61,1'i ise festivallerin sayısının artması gerektiği kanaatindedir. %66,6'sı yapılan gastronomi çalışmalarını yetersiz bulmaktadır. %38,8'i organizasyonlarda paydaşların iş birliği yapmadığını belirtmektedir.

Tablo 4.8. Van'ın Gastronomi Değerlerine ve Turizmine Yönelik Bulgular.

Alt Temalar	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15	K16	K17	K18	n	%
Mevcut Turizm İçinde Gastronomi Turizmi Yeterli Düzeyde Değil	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	18	100
Festivallerde İyi Organizasyon ve Gerekli Tanıtım Yapılmıyor		√	√	√	√	√	√	√		√	√	√	√	√	√	√	√		15	83,3
Gastronomi Çalışmaları Yetersiz	√		√	√		√		√	√	√	√	√		√	√		√		12	66,6
Festivallerin sayısı artmalı	√		√			√			√		√	√	√		√	√	√	√	11	61,1
Paydaşlar Arası İş Birliği Yok		√	√		√				√	√			√				√		7	38,8
Van Kahvaltısı	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	18	100
Ayran Aşı Balık Başı festivali		√				√					√	√			√	√			6	33,3
Van Otlu Peyniri				√					√					√				√	4	22,2

K15 ve K17, Van'ın gastronomisi ile ilgili görüşlerini sırasıyla şu şekilde belirtmiştir:

> *"Buraya rehberler eşliğinde turistler geliyor, kaleye gidiyor, geziyor, şelaleye gidiyor işte her şeyi yapıyor. Fakat gastronomi hiç akla gelmiyor. Bu konuda yetersiz kalıyor Van…"*

> *"Festivallerde iyi organizasyon olunamadığını düşünüyorum. Ticari yaklaşıyoruz. Halk olarak bile. Adam oraya bal satmaya geliyor. Festival bu değil yani. Biz festivallerimizi bile doğru düzgün tanıtamıyoruz. Tek bir kurumun olması ile de olmaz bu iş herkes elini taşın altına koymalı. Festivaller, ses getirmeli insanlar heyecanla festivalleri beklemeli. O zaman başarıya ulaşmış oluruz."*

Katılımcıların tamamı Van Kahvaltısını, %33,3'ü ayran aşı balık başı festivalini, %22,2'si de Van otlu peynirini Van'ın gastronomi turizm değeri olarak nitelendirmiştir.

4.9. Van'ın Gastronomi Turizminin Geliştirilmesine Yönelik Bulgular

Katılımcılar, Van'ın gastronomi turizminin geliştirilmesine yönelik önerileri tablo 4.9 da gösterilmiştir. Katılımcıların tamamı reklam, tanıtım ve sosyal medya faaliyetlerinin önemli olduğu görüşündedir. Katılımcıların %88,8'i festival, şenlik, yarışma gibi vb. organizasyonlarda planlama ve tanıtım faaliyetlerinin iyi yapılması ve sayısının artması gerektiği görüşündedirler. Turizm paydaşlarının bir araya gelip gastronomi turizminin kalkınması için fikirlerini, eylemlerini sunabileceği ve iş birliği içinde bulunabileceği bir fikir atölyesi gibi konsey oluşumunun olması gerektiğini düşünen katılımcı oranı %55,5'dir.

K3, K8 ve K15 gastronomi turizminin geliştirilmesiyle ilgili sırasıyla şu önerilerde bulunmuşlardır:

> *"…otel yöneticilerinden, aşçılardan, esnaflardan, turizme yön veren kurumlardan herkesin bir araya geldiği fikirlerin sunulabildiği bir oluşum yaratmamız lazım. Şehir için neler yapabiliriz, bununla ilgili neler yapmamız lazım diye bir yol haritası çizmemiz lazım."*

> *"…Van'ın gerçek kahvaltısı nedir? öncelikle Bunu oluşturmak lazım. Bir standart yaratmak lazım bence. Herkes kahvaltıcı olmamalı. Kahvaltı sektörü iyice bozuldu. Bunu denetleyecek*

mekanizmaya ihtiyaç var. Bu şeklide gitmez kimse ürünlerini doğal ürünlerden kullanmıyor. Her şey market ürünü olmuş."

"Van'da birçok turizm çeşidi var zaten. Gastronomi turizmini bunlarla bir bütün olarak değerlendirebilirsek gastronomi turizmi kendiliğinden zirve yapacaktır zaten. Kendini fazlasıyla tanıtacaktır. Yeter ki biz bunu harmanlayabilmeyi başaralım."

Tablo 4.9. Van'ın Gastronomi Turizminin Geliştirilmesine Yönelik Bulgular.

Alt Temalar	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15	K16	K17	K18	n	%
Reklam/Tanıtım /Sosyal Medya	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	18	100
Organizasyonların İyi Planlanması ve Artması	√	√	√	√	√	√	√	√		√	√	√	√	√	√	√	√		16	88,8
Fikir Atölyesi			√		√	√		√		√	√	√		√	√	√			10	55,5
Ürünlerde Standarttı ve Doğallık			√		√			√	√		√			√	√	√		√	9	50
Denetim Mekanizması Oluşması			√					√	√		√				√	√			6	33,3
Turizm Ürünlerinin Gastronomiyle Senkronize Edilmesi			√							√			√		√	√			5	27,7
Ulaşım olanaklarının iyileştirilmesi						√							√						2	11,1

Katılımcıların %50'si doğal ürünlerin kullanılması ve standart olması görüşünde bulunmuşlardır. %33,3'ü denetim mekanizmasının gerekliliğini, %27,7'sinin turizm ürünlerinin gastronomi turizmi ile senkronize edilmesi önerilerinde bulunmuşlardır. K6 ve K13 ulaşım kolaylıklarının sağlanması ve çeşitlendirilmesini belirtmiştir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Turizm, ülkelerin ve şehirlerin tanınmasında, kalkınmasında, gelir kaynağı yaratmasında etkili olmaktadır. İnsanların farklı motivasyonlara sahip olması, turizmin zamanla deniz-kum-güneş üçgeni dışında gelişim göstermesini sağlamıştır. Gastronomi turizmi de bu turizm gelişmelerinden biridir. Bir şehrin çekici hale gelebilmesinde gastronomi turizmi de etkili olabilmektedir. Bu bağlamda şehirlerin gastronomi turizm potansiyeli önemli hale gelmektedir. Bu araştırmada Van ilinin gastronomi turizm potansiyelini belirlenmeye ve gastronomi değerlerinin il turizmine katkısı değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu kapsam doğrultusunda görüşme formu geliştirilerek 18 katılımcıyla yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Katılımcılardan elde edilen verilere göre birtakım sonuçlara ulaşılmış ve bu sonuçlar doğrultusunda bazı olumlu olumsuz değerlendirmeler ve öneriler geliştirilmiştir. Araştırma sonuçlarında katılımcıların gastronomi ve gastronomi turizmi terimlerini yiyecek içecek, yemek kültürü, yöresel yiyecekler ile ilişkilendirdiği sonucuna ulaşılmıştır. Buna sonuca göre terimler, literatürle doğru orantılı olarak anlamlandırılmaktadır.

Van'ın farklı turizm çeşitlerine sahip olduğu ve turizmin 12 ay olabileceği göze çarpmaktadır. Fakat mevcut turizm potansiyelin değerlendirilemediği sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcılar bu sonucun bazı nedenleri arasında gerekli destek ve tanıtım çalışmalarındaki eksiklikler, ulaşım olanaklarındaki sıkıntılar ve dış etkenler (deprem, terör vb.) olarak belirtilmiştir. Alaeddinoğlu (2006: 247) da yapmış olduğu bir çalışmada Van turizminin gelişmemesin de ulaşım, güvenlik gibi etkenlerden bahsetmiştir. Farklı turizm türleri içerisinde doğa turizmi, kültür turizmi ve kış turizminin ön planda olduğu gastronomi turizminin ise daha az potansiyele sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Van'ın yöresel lezzetleri arasında 30 farklı ürün bulunmuştur. Bu sonuç araştırma ile sınırlı kaldığından sayı farklı çalışmalara göre değişkenlik gösterebilir. Van kahvaltısı, Keledoş, Otlu Peynir, İnci Kefali, Ayran Aşı, Sengeser, Murtuğa, Kavut, Gül Reçeli, Erciş Üzümü, Mercimekli Bulgur Pilavı, Van çöreği bilinenler arasında olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yöresel lezzetler arasında içecek türüne rastlanmamıştır. Bu bilinenlerin birçoğu, Van kahvaltısı içerisinde de sunulmaktadır. Van'ın yöresel lezzetleri arasında en çok Van kahvaltısı ön plana çıkmış, yöresel

yemek çeşitlerinin bilinirliliği Van Kahvaltısına göre geri kalmıştır. Gastronomi turizmi açısından bakıldığında Van'a gelen turist potansiyelinin daha çok yöresel yemekler için gelmediği kahvaltı için geldiği sonucuna ulaşılmıştır.

Van kahvaltısı, Van'ın gastronomi imzası olarak nitelendirmiş ve il tanıtımında etkili olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Kılıçhan ve Köşker (2015: 110) de yapmış oldukları bir araştırmada Van kahvaltısının, Van'ı tanıttığını ve ekonomisine katkı kazandırdığını belirtmiştir. İlde kahvaltı üzerine olumsuz sonuçlara da ulaşılmıştır. Van kahvaltısının çoğu yerde orijinal olarak sunulmadığı, özgünlüğünü kaybettiği, kalitesiz ürünlerin sunulduğu, her sunulan kahvaltının Van kahvaltısı olarak adlandırıldığı şeklinde sonuçlara ulaşılmıştır. Köşker (2020: 536) de, Van'da yapmış olduğu bir çalışmada yöreye ait ürünlerin kullanılması, hazır ürünlerin kullanılmaması, orijinalliğe, çeşitliliğe ve kalite gibi konulara dikkat edilmesi gerektiğini ifade etmiştir. Bu bağlamda işletmelere yönelik denetim mekanizması oluşması gerektiği söylenebilir. Katılımcılardan elde edilen bir başka sonuca göre kahvaltı sektörü tamamen ticari olarak görülmekte, yöresel bir değer olma özelliğinden uzaklaştığı şeklindedir. Ayrıca her kahvaltının Van kahvaltısı şeklinde nitelendirilemeyeceği sonucunun yanı sıra menülerde Van kahvaltısı ayrı olarak belirtilmesi sonucuna ulaşılmıştır.

Daşdemir (2021: 71), Van'da yapmış olduğu bir çalışmada; yöresel restoranlarının sayısının giderek arttığını belirtmiştir. Katılımcılardan elde ettiğimiz bulgulara göre yöresel lezzet sunan işletmelerin sayısının hala yetersiz olduğu, artması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Yöresel lezzet sunan işletmelerin az olması yöresel yemeklerin tanınırlığını da azalttığı söylenebilir. Daşdemir (2021: 71); Matbah-ı Van, Aşiyan, Kuşhane, Nisa Ev Yemekleri, Mencel, Firavin, Yemek Atölyesi ve Yöresel Ev Yemekleri adlı mekânların Van ilinde yöresel lezzet sunan işletmeler olduğunu ve bu işletmelerin Van'ın gastronomisine katkı sunduğunu belirtmektedir. Yapılan görüşmelerde de katılımcılar, sadece bu restoranların isimlerini söylemiştir. Ayrıca yöresel lezzetlerin, sadece yöresel ürün sunan tematik işletmelerde sunulması, her restoranda bulunmaması gerektiği sonucuna da ulaşılmıştır. Bunun nedeni yöresel lezzetlerin bozulmaya uğraması olarak görülebilir.

Van kahvaltısı, Ayran Aşı Balık Başı, Van otlu peyniri gastronomi turizm değerleri arasında yer almaktadır. Van gastronomi turizm potansiyelinin mevcut turizm türleri arasında yeterli düzeyde yer almadığı, gastronomi turizm çalışmalarının yetersiz olduğu, festivallerde yeterli tanıtımın ve organizasyonun yapılmadığı sonuçlarına ulaşılmıştır.

Bir bütün olarak değerlendirirsek; Van'ın zengin mutfak kültürünün gastronomi turizm potansiyelinin ve gastronomi kimliğinin oluşması için yeterli düzeyde olduğu görülmüştür. Fakat bazı eksiklikler olduğu sonucu da ortaya çıkmıştır. Bu nedenle istenilen düzeyde olmadığı söylenebilir. Ayrıca Van gastronomi turizmi potansiyel bakımından mevcut turizm türleri arasında yeterli şekilde yer almaması nedeniyle ana rolde olmadığı, diğer turizm türlerini destekleyici rolde olduğu belirtilebilir. Bu bağlamda, il turizmine katkısının sınırlı düzeyde olduğu söylenebilir.

Araştırma kapsamında elde edilen sonuçlara yönelik aşağıda belirtilen öneriler sunulabilir;

- Reklam, tanıtım ve sosyal medya faaliyetlerine daha fazla önem verilmesi. Kamu kurumlarının sosyal medyada daha etkin çalışmalar yapması ve öncülük etmesi gerekmektedir. Şehrin marka gelişimini de destekleyecektir.
- Fenomen olmuş kişilerin tanıtım faaliyetlerinde kullanılması sağlanmalıdır.
- Ulaşım imkanlarının çeşitlendirilmesi ve uygun hale getirilmesi önem arz etmektedir.
- Terör vb. olaylar şehir kimliğini olumsuz etkilemektedir. Bunun olmaması için çalışmalara daha çok önem verilmelidir.
- Van gastronomi turizminin ön plana çıkabilmesi sadece kahvaltı ile sağlanmamalıdır. Yöresel bazı yemeklerin tanıtımları da yapılarak ön plana çıkarılması gereklidir.
- Kamu kurumlarının sosyal tesislerinde yöresel yemekler mutlaka tanıtılmalı ve sunulmalıdır.
- Yöresel lezzet sunan işletmelerin sayısının artırılması ve bu tarz işletmelere gerekli desteklerin verilmesi

- Van kahvaltısında, standart oluşturulmalı ve tanıtımının yapılması gereklidir. Van kahvaltısının sunumu coğrafi işaretli haliyle yapılmalıdır.
- Kahvaltı sunan işletmelere eğitimler verilerek kahvaltının yöresel bir değer olduğu bilinçlendirmesi yapılabilir.
- Müşteriler, kahvaltı restoranlarının menülerinde Anadolu yöresel serpme kahvaltı ile Van kahvaltısı farklarını görebilmelidir. Bu sayede her kahvaltının isminin Van kahvaltısı olmaktan uzaklaştırılacaktır ve olumsuz algının önüne geçilecektir. Dileyen müşteri Van kahvaltısı siparişi verebilecekken dileyen müşteri Van kahvaltısına ek olarak Anadolu yöresel kahvaltıda bulunan ürünleri de isteyebilecektir.
- Van kahvaltısı sunan işletmelerde standart oluşumunda ve menü planlaması bakımından denetimler yapılmalı. Denetim mekanizması oluşturulmalıdır.
- Kullanılan ürünlerin doğal olmasına dikkat edilmelidir.
- Festivallerin sayısının artırılması, tanıtımının ve organizasyonun son derece iyi yapılması gereklidir.
- Van gastronomisinin geliştirilmesi için Valilik başkanlığında tüm paydaşların yer aldığı fikir atölyesi oluşturulabilir. Bu sayede yöresel lezzet sunan işletmeler ile sektöre yön veren kamu kurumları, konaklama işletmeleri ve tüm paydaş temsilcileri bir araya getirilerek gastronominin geliştirilmesi için fikirler beyan edilebilir. İş bölümleri yapılarak birçok aktivite gerçekleştirilebilir.
- Yöresel yemek sunan işletmelere ve kahvaltı salonlarına yapılan denetimler sonucu coğrafi işaretli restoran damgası verilebilir.
- Diğer turizm türlerine ait yapılan festivallerde imkanlar doğrultusunda yöresel lezzetlerin dağıtımı yapılarak tanına bilirliği artırılmalıdır.

Bu araştırma, Van ili turizm paydaşları ile sınırlı kalmış olup, bölgesel verileri içermektedir. Konu ile ilgili çalışma yapmak isteyen araştırmacılara, turizmde aktif katılımcı rolü gösteren paydaşların ve bölge halkının dahil edilmesi, elde edilen sonucun bu araştırma sonucu ile karşılaştırma yapılarak değerlendirilmesi önerilebilir.

KAYNAKÇA

Akkaya, A., & Özcan, C. C. (2019). Türkiye'de Gastronomi Turizminin Ekonomik Etkilerinin İndeks Değerlendirmesi. ***Journal of Social And Humanities Sciences Research (JSHSR),*** 6 (32), 251-267.

Aksoy, M., & Sezgi, G. (2015). Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları. ***Journal of Tourism and Gastronomy Studies,*** 3 (3), 79-89.

Aktaş, E. (2017). Moleküler Gastronomi. H. Kurgun (Ed.), ***Gastronomi Trendleri Milenyum ve Ötesi*** içinde (105-125). Ankara: Detay Yayıncılık.

Akurgal, E. (2005). ***Anadolu Kültür Tarihi (17b.)***. Ankara: Başak Matbacılık.

Alaeddinoğlu, F. (2006). ***Van İli'nin Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi ve Planlamaya Yönelik Öneriler.*** (Doktora Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Alaz Şeyihoğlu, A., & Özgürbüz, İ. E. (2019). Coğrafya Araştırmalarında Örneklem ve Örnekleme Yöntemleri. N. Özgen (Ed.), ***Beşeri Coğrafyada Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri*** içinde (26-50). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.

Aldemir, T. (2021). Gastronomi-Tarih. M. Işkın (Ed.), ***İlişkisel Bağlamda Gastronomi ve Diğer Disiplinler*** içinde (1-20). Ankara: Astana Yayınları.

Alpaslan, K. (2019). ***Yöresel Yemeklerde Moleküler Gastronomi Kullanımı.*** (Yüksek Lisans Tezi). Kastamonu: Kastamonu Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Arvas, T. Z. (2018). ***Sultan II. Abdülhamid Döneminde Van Vilâyeti.*** Van: Yusuf Kul Efe Kırtasiye.

Atak, O. (2009). ***Türk Turizm Tanıtımında Festivallerin Yeri ve Önemi: Antalya Örneği.*** (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Bağıran Özşeker, D. (2017). Füzyon Mutfak. H. Kurgun (Ed.), ***Gastronomi Trendleri Milenyum ve Ötesi*** içinde (129-149). Ankara: Detay Yayıncılık.

Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır? ***Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,*** 5 (2), 368-388.

Bucak, T., & Aracı, Ü. E. (2013). Türkiye'de Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme. ***Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,*** 16 (30), 203-216.

Bucak, T., Yiğit, S., & Okat, Ç. (2019). Türk Mutfağı Tanıtım Faaliyetlerinin Gastrodiplomasi Kavramı Açısından İncelenmesi. O. Emir (Ed.), ***20. Ulusal ve 4. Uluslararası Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, 16-19 Ekim 2019*** içinde (28-35). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi.

Bulut, S. H. (2019). Ulusal Gastronomi Kimliğinin Geliştirilmesi ve Turistik Tanıtımında Karşılaşılan Sorunlar. ***İnönü Üniversitesi Kültür ve Sanat Dergisi,*** 5 (1), 60-65.

Burešová, P., Mrkvová, K., & Dudić, B. (2020). Changes in Gastronomy. ***Hotel and Tourism Management,*** 8 (1), 79-88.

Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2014). ***Bilimsel Araştırma Yöntemleri.*** Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.

Casales Garcia, V., & Gonzalez Abril, L. (2017). Gastronomy Throughout Hıstory. Gastronomıc Tourısm In Andalusıa. M. Rosario G. R., J. Luis J. C., B. Simonetti, & M. Squillante (Ed.), ***II. International Conference on Tourism Dynamics and Trends Proceedıngs Book*** içinde (110-120). Sevilla, España: Universidad D Sevilla.

Coşkun, R., Altunışık, R., & Yıldırım, E. (2019). ***Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı.*** Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

Creswell, J. W. (2017). ***Araştırma Deseni Nitel, Nicel ve Karma Yöntem Yaklaşımları.*** (Çev. Mesut Bütün ve Selçuk Beşir Demir). Ankara: Eğiten Kitap.

Creswell, J. W. (2021). ***Nitel Araştırma Yöntemleri.*** (Çev. Mesut Bütün ve Selçuk Beşir Demir). Ankara: Siyasal Kitabevi.

Çalışkan, O. (2013). Destinasyon Rekabetçiliği ve Seyahat Motivasyonu Bakımından Gastronomik Kimlik. ***Journal of Tourism and Gastronomy Studies,*** 1 (2), 39-51.

Çam, O., & Çılgınoğlu, H. (2021). Yöresel Mutfakların Gastronomi Turizmindeki Önemi: Kastamonu Mutfağı Örneği. ***Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi,*** 6 (1), 176-192.

Daşdemir, A. (2021). Van İli Mutfak Kültürünün Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi. ***Journal of Silk Road Tourism Researches,*** 1 (1), 62-79.

Del Correl, J. (1992). ***Ayer y hoy de la gastronomía madrileña (2.bs.)***. Madrid: El Avapiés.

Dilsiz, B. (2010). ***Türkiye'de gastronomi ve turizm (İstanbul örneği).*** (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Doğaner, S. (2019). Flora Turizmi: Orman, Çiçek ve İnsan. S. Üçışık Erbilen, & G. Şahin (Ed), ***Beşeri ve İktisadi Coğrafya Araştırmaları*** içinde (73-104). İstanbul: Babil Basım Yayıncılık.

Doğdubay, M. (2019). Mezopotamya Mutfağı. H. Yılmaz, & A. Dündar Arıkan (Ed.), ***Gastronomi Tarihi*** içinde (52-82). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı. (2014). ***Van İli Tarım Sektörü Yatırım Kılavuzu.*** Van: Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı.

Düzgün, E., & Durlu Özkaya, F. (2015). Mezopotamya'dan Günümüze Mutfak Kültürü (Culinary Culture from Mesopotamia to the Present). ***Journal of Tourism and Gastronomy Studies,*** 3 (1), 41-47.

Erdoğan, N. (2003). ***Çevre ve Ekoturizm.*** Ankara: Erk Yayıncılık.

Eren, S. (2007). Türk Mutfağı ve Haccp Sistemi; Mutfak Profesyonellerinin Haccp Bilgilerinin Ölçülmesi. ***I. Ulusal Gastronomi Sempozyumu*****,** 4-5 Mayıs 2007, (73-83). Antalya.

Fields, K. (2002). Demand for the gastronomy tourism product: motivational factors. A. M. Hjalager, & G. Richards (Ed.), ***Tourism and Gastronomy*** içinde (36-50). London: Routledge.

Freely, J. (2008). ***Türkiye Uygarlıkları Rehberi Anadolu*** (Cilt 5). (Çev. Tuncay Birkan, Gürol Koca ve Aslı Biçen). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Fumey, G., & Etcheverria, O. (2007). ***Dünya Mutfakları Atlası.*** (Çev. İsmail Yerguz). İstanbul: NTV Yayınları.

Gillespie, C., & Cousins, J. (2011). ***European Gastronomy into the 21st Century.*** New York: Routledge.

Gözgeç Mutlu, H., Avcıkurt, C., & Filiz, A. (2020). Festival Katılımcıların Motivasyonları ve Turistik Deneyimleri. ***International Journal of Contemporary Tourism Research,*** 4 (2), 219-233. doi: 10.30625/ijctr.819864

Güngör, C. (1995). ***Van Bölgesinde Tarihi Açıdan Halk Kültürünün İncelenmesi.*** (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Gürbüz, S., & Şahin, F. (2016). ***Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri.*** Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Güzel Şahin, G., & Ünver, G. (2015). Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak "Gastronomi Turizmi": İstanbul'un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma. ***Journal of Tourism and Gastronomy Studies,*** 3 (2), 63-73.

Hall, M. C., & Mitchell, R. (2005). Gastronomic Tourism: Comparing Food And Wine Tourism Experiences. M. Novelli (Ed.), ***Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends And Cases*** içinde (73-88). Routledge.

Harrington, R. J. (2005). Defining Gastronomic Identity: The Impact of Environment and Culture on Prevailing Components, Texture and Flavors in Wine and Food. ***Journal of Culinary Science and Technology,*** 4 (2/3), 129-152.

Hatipoğlu, A. (2010). ***İnançların Gastronomi Üzerine Etkileri Bodrumdaki Beş Yıldızlı Otellerin Mutfak Yöneticilerinin Görüşlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma.*** (Yüksek Lisans Tezi). Sakarya: Sakarya Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Hjalager, A. M. (2002). A typology of gastronomy tourism. A. M. Hjalager, & G. Richards (Ed.), ***Tourism and Gastronomy*** içinde (21-35). London: Routledge.

Hoş, K., & Zencir, E. (2019). Türkiye'de Mahreç İşaretli Ürünlere İlişkin Akademik Yayınların İncelenmesi. ***GSI Journals Serie B: Advancements in Business and Economics,*** 2 (1), 39-64. doi: 10.5281/zenodo.3370896

Işık, C. (tarih yok). Van İlinin Kültürel Tarihine Dair Notlar. ***Acedemia Accelerating the world's research*****,** 1-15.

Karakuş, Y., Onat, G., & Güneren Özdemir, E. (2020). Yerel Halkın Gastronomi Turizmi Çağrışımları ve Beklentileri: Göreme Kasabası Örneği. ***Journal of Tourism and Gastronomy Studies,*** 8 (3), 2179-2201.

Keskin, E., Örgün, E., & Akbulut, B. A. (2017). Gastronomi Kavramının Kelime İlişkilendirme Testi Aracılığıyla Analizi. ***Journal of Tourism and Gastronomy Studies,*** 5 (3), 255-267.

Kılıçhan, R., & Köşker, H. (2015). Destinasyon Markalaşmasında Gastronominin Önemi: Van Kahvaltısı Örneği. ***Journal of Tourism and Gastronomy Studies,*** 3 (3), 102-115.

Kivela, J., & Crotts, J. C. (2005). Gastronomy Tourism. ***Journal of Culinary Science & Technology,*** 4 (2-3), 39-55.

Kivela, J., & Crotts, J. C. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Infuluence On How Tourists Experience A Destination. ***Journal Of Hospitality & Tourism Research,*** 30 (3), 354-377.

Koç Başaran, Y. (2017). Sosyal Bilimlerde Örnekleme Kuramı. ***Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi,*** 5 (47), 480-495.

Köşker, H. (2001). ***Van'ın Turizm Potansiyeli ve Geliştirilebilir Turizm Çeşitleri.*** (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Köşker, H. (2020). Van Kahvaltı Salonları Hakkındaki Müşteri E-Şikâyetlerinin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma. ***Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi/Journal of Travel and Hospitality Management,*** 17 (3), 524-539.

Kurnaz, A., & Babür, T. E. (2018). Flora-Fauna ve Endemik Türlerin Ekoturizm Olarak Kullanılması: Datça Yöresi Örneği. ***Mesleki Bilimler Dergisi,*** 7 (2), 410-419.

Kurnaz, A., Özdoğan, O. N., & Akyurt Kurnaz, H. (2017). Gastronomi Turizmi İçin Bir Destinasyon Önerisi: Datça. D. Bozok, C. Avcıkurt, M. Doğdubay, M. Sarıoğlan, & G. K. Girgin (Ed.), ***Gastronomi Üzerine Araştırmalar*** içinde (112-126). Ankara: Detay Yayıncılık.

Küçükşahin, E., & Şenel, P. (2018). Gastronomi ve Medya İlişkisi. H. Yılmaz (Ed.), ***Gastronomi ve Medya*** içinde (3-25). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Meydan Uygur, S., & Baykan, E. (2007). Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri. ***Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi***, (2), 30-49.

Moorhead, G., & Griffin, R. (1989). ***Organization Behavior (2.bs.)***. USA: Houghton Mifflin Company.

Ocak, E. (2016). ***Van Mutfak Kültürü.*** Ankara: Matus Basımevi.

Oğan, Y. (2021). Gastronomi Turizmi ve Gastronomik Akımlar. M. C. Birinci, & Ö. Yayla (Ed.), ***Rekreasyon ve Turizm Araştırmaları*** içinde (34-52). Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.

Oktay, K., İşlek, E., & Yaşar, U. (2016). Kastamonu'da Doğa Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi. ***Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi,*** 9 (2), 47-54.

Onwuegbuzie , A. J., & Collins , K. M. (2007). A Typology of Mixed Methods Sampling Designs in Social Science Research. ***The Qualitative Report,*** 12 (2), 281-316.

Önay, Y., & Tatlı, D. (Dü). (2016). ***Van Kültür ve Turizm Envanteri*** (Cilt 3). Van: Gündoğdu Ofset.

Öz, E. (2011). Çivi Yazılı Belgelere Göre Eski Anadolu Mutfağında Bir Besin Maddesi: Tuz. ***History Studies International Journal of History,*** 3 (3), 309-318.

Özbay, G. (2017). Dünden Bugüne Gastronomi. M. Sarıışık (Ed.), ***Tüm Yönleriyle Gastronomi Bilimi*** içinde (1-40). Ankara: Detay Yayıncılık.

Özçelik, N. E. (2019). ***Bolu İlinin Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma.*** (Yüksek Lisans Tezi). Bolu: Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Özdemir, G., & Dülger Altıner, D. (2019). Gastronomi Kavramları ve Gastronomi Turizmi Üzerine Bir İnceleme. ***Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,*** 12 (1), 1-14.

Özdemir, M. (2010). Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma. ***Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,*** 11 (1), 323-343.

Özen, Y., & Gül, A. (2007). Sosyal ve Eğitim Bilimeri Araştırmalarında Evren-Örneklem Sorunu. (15), 395-422.

Özgen, N. (2019). Nitel Araştırmalarda Verilerin Toplanması ve Analizi. N. Özgen (Ed.), ***Beşeri Coğrafyada Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri*** içinde (158-196). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.

Özgüneş, R. E., & Bozok, D. (2017). Gözde Bir Destinasyon Mutfağı: Bodrum'un Yöresel Lezzetleri. D. Bozok, C. Avcıkurt, M. Doğdubay, M. Sarıoğlan, & G. K. Girgin (Ed.), ***Gastronomi Üzerine Araştırmalar*** içinde (359-372). Ankara: Detay Yayıncılık.

Richards, G. (2001). ***Cultural Attractions And European Tourism.*** New York: Cabı Publishing.

Richards, G. (2002). Gastronomy: An Essential Ingredient in Tourism Production and Consumption? G. Richards, & A. M. Hjalager (Ed.), ***Tourism & Gastronomy*** içinde (3-20). London: Routledge.

Sabancı, M. (2021). ***Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesine Yönelik Nitel Bir Çalışma: Manisa Örneği.*** (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Gedik Üniversitesi/Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Samancı, Ö. (2019). Modern Çağ'da Fransız Mutfağının Gelişimi. H. Yılmaz, & A. Dündar Arıkan (Ed.), ***Gastronomi Tarihi*** içinde (132-151). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Santich, B. (2004). The Study of Gastronomy and Its Relevance to. ***Hospitality Management,*** *23*, 15-24.

Seçim, Y. (2018). Evaluation of Seljuk and Ottoman cuisine in terms of gastronomy. ***Journal of Tourism Theory and Research,*** 4 (2), 123-132.

Seyitoğlu, F. (2018). Gastronomi ve Turizm İlişkisi Bağlamında Yapılmış Araştırmaların İncelenmesi. ***Uluslararası İnsan Çalışmaları Dergisi,*** 1 (2), 316-344.

Seyitoğlu, F., & Çalışkan, O. (2018). Akademik Disiplin Olarak Gastronomi: Kavramsal Bir Çalışma. ***Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi,*** 15 (3), 523-537.

Sezer, E. (2017). ***Kültür Turizmi ve Gastronomi Turları Düzenleyen Seyahat Acentaları Üzerinde Tüketici Talep Boyutuyla İlgili Bir Araştırma.*** (Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Sökmen, C., & Özkanlı, O. (2018). Gastronomi Turizmi Alanyazının Gelişimi: Journal of Tourism and Gastronomy Studies Dergisinde Yayımlanan Makaleler Üzerine Bir İnceleme. ***Journal of Tourism and Gastronomy Studies,*** 6 (2), 99-127.

Şengül, S., & Türkay, O. (2016). Akdeniz Mutfak Kültürünün Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi. ***Journal of Tourism and Gastronomy Studies,*** 4 (Special issue 1), 86-99.

Taşpınar, E. (2016). ***Gastronomi turizminde içecek menülerinin planlanması ve geliştirilmesinde marka imajı ilişkisinin analizi: İstanbul örneği.*** (Doktora Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Tekin, Z. (2005). Van Şehir Tarihi Bibliyografyası. ***Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi,*** 3 (6), 689-731.

Töre Başat, H., Sandıkçı, M., & Çelik, S. (2017). Gastronomik Kimlik Oluşturmada Yöresel Ürünlerin Rolü: Ürünlerin Satış ve Pazarlanmasına Yönelik Bir Örnek Olay İncelemesi. ***Journal of Tourism and Gastronomy Studies,*** 5 (2), 64-76.

Tuncay, N., Ilgaz, A., & Akmeşe, H. (2020). Gastronomi Turizminde Yerel Mutfak Ürünleri Deneyiminin Davranışsal Niyet Üzerindeki Etkisi. ***Social, Mentality and Researcher Thinkers Journal,*** 6 (35), 1451-1465.

Türkay, O., & Genç, K. (2017). Gastronomi Turizmi. M. Sarıışık (Ed.), ***Tüm Yönleriyle Gastronomi Bilimi*** içinde (211-239). Ankara: Detay Yayıncılık.

Türkoğlu, H., & Akoğlan Kozak, M. (2015). Türk Mutfağının Gelişiminde Gurmelerin Rollerine Yönelik Algılamalar. ***Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi,*** 26 (2), 207-220.

Türnüklü, A. (2000). Eğitim Bilim Araştırmalarında Etkin Olarak Kullanılabilecek Nitel BirAraştırma Tekniği: Görüşme. ***Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi,*** 24 (24), 543-559.

Uhri, A. (2019). İnsanlığın Şafağında Beslenme. H. Yılmaz, & A. Dündar Arıkan (Ed.), ***Gastronomi Tarihi*** içinde (2-25). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Ulama, Ş., & Uzut, İ. (2017). Pazarlama Aracı Olarak Gastronomi. M. Sarıışık (Ed.), ***Tüm Yönleriyle Gastronomi Bilimi*** içinde (187-209). Ankara: Detay Yayıncılık.

Uyar, H., & Zengin, B. (2015). Gastronomi Turizminin Alternatif Turizm Çeşidi Olarak Değerlendirilmesi Bağlamında Gastronomi Turizm İndeksinin Oluşturulması. ***Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi,*** 3 (17), 355-376.

Uzuner, Y. (1999). ***Niteliksel Araştırma Yaklaşımı Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri.*** Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları No:1081.

Ürkmez, D., & Akbulut, D. (2020). Yerel Yönetimlerde Bir Halkla İlişkiler Aracı Olarak Kullanılan Festivallerin Kullanımı. ***Karadeniz İletişim Araştırmaları Dergisi,*** 10 (2), 218-244.

Van Belediyesi. (2012). ***Güneşin ve Tarihin Başkenti Van.*** İstanbul: Gün Matbacılık.

Van Valiliği İl Özel İdaresi. (2007). ***Van Geleneksel Gıdalar Envanteri.*** İstanbul: İyi İşler Matbacılık.

Velissariou, E., & Vasilaki, E. (2014). Local Gastronomy And Tourist Behavior: Research On Domestic Tourism In Greece. ***Journal of Tourism Research,*** 9, 120-143.

Wilkins, J., & Hill, S. (1994). ***The Life of Luxury.*** Totnes: Prospect Books.

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2011). ***Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri.*** Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yıldırım, O. (2021). Ulusal Alan Yazında Spor Turizminin Gelişimi: Lisansüstü Tezler Üzerine Bibliyometrik Bir Analiz. ***Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,*** (43), 319-331.

Yücel Güngör, M. (2020). Gastronominin Temel Kavramları. H. R. Yüncü (Ed.), ***Gastronominin Temelleri*** içinde (2-30). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Yüksel, A. N. (2020). Nitel Bir Araştırma Tekniği Olarak: Görüşme. ***Social Sciences Studies Journal (SSSJournal),*** 6 (56), 547-552.

Yüncü, H. R. (2010). Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası. S. Şengel (Ed.), ***10. Aybastı-Kabataş Kurultayı*** içinde (27-34). Ankara: Detay Yayıncılık.

Zainal, A., Zali, A. N., & Kassim, M. N. (2010). Malaysian Gastronomy Routes As a Tourist Destination. ***Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts,*** 5, 15-24.

İNTERNET KAYNAKLARI

Adır Adası ve Lim Manastırı. Erişim Adresi: https://van.ktb.gov.tr/TR-76518/adir-adasi-ve-lim-manastiri.html (Erişim Tarihi: 30.01.2022).

Akdamar Adası ve Kilisesi. Erişim Adresi: https://van.ktb.gov.tr/TR-76403/akdamar-adasi-ve-kilisesi.html (Erişim Tarihi: 30.01.2022).

Altınsaç Kilisesi. Erişim Adresi: https://van.ktb.gov.tr/TR-76515/altinsac-kilisesi.html (Erişim Tarihi: 30.01.2022).

Artos Dağı. Erişim Adresi: https://van.ktb.gov.tr/TR-88266/artos-dagi.html (Erişim Tarihi: 22.01.2022).

Bartholomeus Kilisesi. Erişim Adresi: https://van.ktb.gov.tr/TR-76407/bartholomeus-kilisesi.html (Erişim Tarihi: 30.01.2022).

Bendi Mahi Köprüsü. Erişim Adresi: https://van.ktb.gov.tr/TR-91597/bend-i-mahi-koprusu.html (Erişim Tarihi: 30.01.2022).

Coğrafi İşaretli Ürünler. Erişim Adresi: https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/liste?il=65&tur=&urunGrubu=&adi= (Erişim Tarihi: 01.02.2022).

Çarpanak Adası. Erişim Adresi: https://van.ktb.gov.tr/TR-91595/carpanak-adasi.html (Erişim Tarihi: 30.01.2022).

Çavuştepe Kalesi. Erişim Adresi: https://van.ktb.gov.tr/TR-88270/cavustepe-kalesi.html (Erişim Tarihi: 30.01.2022).

Erek Dağı. Erişim Adresi: https://van.ktb.gov.tr/TR-91592/erek-dagi.html (Erişim Tarihi: 22.01.2022).

Halime Hatun Kümbeti. Erişim Adresi: https://van.ktb.gov.tr/TR-88269/gevas-halime-hatun-kumbeti.html (Erişim Tarihi: 31.01.2022).

Hoşap Kalesi. Erişim Adresi: https://van.ktb.gov.tr/TR-76406/hosap-kalesi.html (Erişim Tarihi: 30.01.2022).

Hüsrev Paşa Camii. Erişim Adresi: https://van.ktb.gov.tr/TR-76448/husrev-pasa-camii.html (Erişim Tarihi: 30.01.2022).

İkiz Kümbetler. Erişim Adresi: https://van.ktb.gov.tr/TR-91596/ikiz-kumbetler.html (Erişim Tarihi: 31.01.2022).

İllerin Coğrafi İşaretli Ürün Sıralaması. Erişim Adresi: https://ci.turkpatent.gov.tr/ (Erişim Tarihi: 25.05.2023).

İnci Kefali. Erişim Adresi: https://van.ktb.gov.tr/TR-88262/van-baligi-inci-kefali.html (Erişim Tarihi: 31.01.2022).

İzzettin Şir Camii. Erişim Adresi: https://van.ktb.gov.tr/TR-76452/izzettin-sir-camii.html (Erişim Tarihi: 30.01.2022).

Kanispi Çağlayanı. Erişim Adresi: https://van.ktb.gov.tr/TR-91599/kanispi-caglayani.html (Erişim Tarihi: 29.01.2022).

Kaya Çelebi Camii. Erişim Adresi: https://van.ktb.gov.tr/TR-76449/kaya-celebi-camii.html (Erişim Tarihi: 30.01.2022).

Kayak. Erişim Adresi: https://van.ktb.gov.tr/TR-88267/abali-kayak-merkezi.html (Erişim tarihi: 31.01.2022).

Meher Kapı. Erişim Adresi: https://van.ktb.gov.tr/TR-76517/meher-kapi.html (Erişim Tarihi: 30.01.2022).

Muradiye Şelalesi. Erişim Adresi: https://van.ktb.gov.tr/TR-88268/muradiye-selalesi.html (Erişim Tarihi: 29.01.2022).

Peri Bacaları (Vanadokya). Erişim Adresi: https://van.ktb.gov.tr/TR-91598/vanadokya.html (Erişim Tarihi: 29.01.2022).

Rafting. Erişim Adresi: https://van.ktb.gov.tr/TR-91591/rafting.html (Erişim Tarihi: 31.01.2022).

Türk Dil Kurumu. (2021). Güncel Türkçe Sözlük. Erişim Adresi: https://sozluk.gov.tr/ (Erişim Tarihi: 29.08.2021).

Türk Dil Kurumu. (2021). Güncel Türkçe Sözlük. Erişim Adresi: https://sozluk.gov.tr/ (Erişim Tarihi: 16.10.2021).

Ters Lale. Erişim Adresi: https://van.ktb.gov.tr/TR-88264/ters-lale.html (Erişim Tarihi: 31.01.2022).

Uşkun. Erişim Adresi: https://van.ktb.gov.tr/TR-91590/uskun.html (Erişim Tarihi: 31.01.2022).

Van GoTürkiye. Erişim Adresi: https://govanturkiye.com/tr/van-goturkiye (Erişim Tarihi: 10.11.2021).

Van İl Kültür Turizm Müdürlüğü. (2021). Coğrafi Konum. Erişim Adresi: https://van.ktb.gov.tr/TR-90248/cografi-konumu.html (Erişim Tarihi: 02.01.2022).

Van İl Kültür Turizm Müdürlüğü. (2021). Ulaşımı. Erişim Adresi: https://van.ktb.gov.tr/TR-52156/ulasim.html (Erişim Tarihi: 02.01.2022).

Van İl Kültür Turizm Müdürlüğü. (2021). Van Hakkında Genel Bilgiler. Erişim Adresi: https://van.ktb.gov.tr/TR-52093/genel-bilgiler.html (Erişim Tarihi: 23.11.2021).

Van Kahvaltısı. Erişim Adresi: https://van.ktb.gov.tr/TR-88275/van-kahvaltisi.html (Erişim Tarihi: 31.01.2022).

Van Kalesi. Erişim Adresi: https://van.ktb.gov.tr/TR-76401/van-kalesi.html (Erişim Tarihi: 30.01.2022).

Van Kedisi. Erişim Adresi: https://van.ktb.gov.tr/TR-88260/van-kedisi.html (Erişim Tarihi: 31.01.2022).

Van Lalesi. Erişim Adresi: https://van.ktb.gov.tr/TR-91593/van-lalesi.html (Erişim Tarihi: 31.01.2022).

Yamaç Paraşütü. Erişim Adresi: https://van.ktb.gov.tr/TR-91099/yamac-parasutu.html (Erişim tarihi: 31.01.2022).

Yeniçağ. (2020). Erişim Adresi: https://www.yenicaggazetesi.com.tr/vanda-5-bin-yil-oncesine-ait-yasamin-izleri-bulundu-307250h.htm (Erişim Tarihi: 16.01.2022).

EKLER

EK-1: Görüşme Formu ve Değerlendirme Soruları

GÖRÜŞME FORMU

Sayın Katılımcı,

Bu araştırma Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında ***"Van İlinin Gastronomi Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi"*** *üzerine Doktor Öğretim Üyesi Çinuçen OKAT danışmanlığındaki yüksek lisans tezi için yapılmaktadır. Tarafınıza görüşme formunda 12 adet açık uçlu soru yöneltilecektir. Görüşme formuna vereceğiniz cevaplar araştırmanın amacına ulaşması açısından son derece önemli olup bilimsel amacı dışında asla kullanılmayacaktır. Görüşme, araştırmanın verimliliği açısından ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınacaktır.*

Katılımınız ve desteğiniz için teşekkür ederiz.

Aykut ÜN
Yüksek Lisans Öğrencisi

Demografik ve Kişisel Bilgileriniz

Cinsiyetiniz: E ( ) K ( )	Çalıştığınız Kurum: Kamu ( ) Özel ( )
Yaşınız:	Deneyim Yılınız:
Eğitim Düzeyiniz:	Çalıştığı Kurumdaki Pozisyonunuz:

Katılımcı Numarası: K…

DEĞERLENDİRME SORULARI

1. Van'ın mevcut turizm potansiyeli/durumu hakkındaki görüşleriniz nelerdir?
2. Gastronomi kavramını nasıl tanımlarsınız ve turizmle ilişkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?
3. Van'ın yöresel yemekleri deyince aklınıza hangi yemekler geliyor? Ülke bazında bilinirliğini nasıl değerlendirirsiniz?
4. Van'a özgü yiyecek ve içeceklerin yerel işletmelerde bulunma ve sunulma düzeyleri nelerdir?
5. Van'da üretilen ve Türkiye'de tanınan yiyecek içecek markaları veya tescilli ürünler nelerdir?
6. Van'ın sahip olduğu yemek kültürünün bir çekicilik unsuru olarak görülüp görülemeyeceği konusundaki düşünceleriniz nelerdir?
7. Van'ın mevcut turizmi içinde gastronomi turizminin etkisi/potansiyeli nelerdir?
8. Van ilinin gastronomi turizmini geliştirmek için herhangi bir çalışma yapılıyor mu? Yöresel yemekleri içeren dergi, broşür ve rehber gibi bir çalışma yapılıyor mu?
9. Van' da gastronomi turizmi ile ilgili festival, panayır, şenlik gibi etkinliklerden hangileri yapılmakta mıdır? Bu konuda neler yapılabilir ve geliştirilebilir?
10. Gastronomi turizminin geliştirilmesi ile ilgili ildeki kurumların çalışması var mı? İş birliklerini nasıl görüyorsunuz?
11. Van'da gastronomi turizminin geliştirilmesi ile ilgili önerileriniz nelerdir, neler yapılabilir.
12. Van'ın yöresel yiyeceklerini veya yemeklerini tatmak için gelen turist potansiyelini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Evrak Tarih ve Sayısı: 10.02.2022-7239

EK-2:

T.C.
VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLERİ YAYIN
ETİK KURUL BAŞKANLIĞI

ETİK KURUL KARARLARI

TOPLANTI TARİHİ: 25.01.2022
OTURUM SAYISI: 2022/03 **Sayfa: 05/08**
TOPLANTIDA ALINAN KARAR SAYISI: 08

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimleri Yayın Etik Kurulu'nun 25/01/2022 tarihinde saat 14.00' da zoom üzerinden Prof. Dr. Orhan DENİZ başkanlığında online yapmış olduğu toplantıda aşağıdaki karar/kararları almıştır:

KARAR NO 2022/03-05. Danışmanlığını Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı öğretim üyesi Dr. Öğr. Üyesi Çinuçen OKAT'ın yaptığı, yüksek lisans öğrencisi Aykut ÜN'e ait "Van İlinin Gastronomi Turizm Potansiyelinin Değerlendirmesi"adlı tez çalışmasında kullanılacak olan anket ve ölçekler incelenmiş olup, söz konusu araçların ilgili kişilere uygulanmasında Sosyal ve Beşeri Etik Kuralları ve İlkeleri çerçevesinde herhangi bir sakınca olmadığına toplantıya katılan üyelerin oy birliğiyle karar verilmiştir.

	BAŞKAN Prof. Dr. Orhan DENİZ Edebiyat Fakültesi	
ÜYE Prof. Dr. Mehmet Şirin ÇIKAR İlahiyat Fakültesi	**ÜYE** Prof. Dr. Zihni MEREY Eğitim Fakültesi	**ÜYE** Prof. Dr. Zafer KANBEROĞLU İktisadi ve İd. Bil. Fakültesi
ÜYE Prof. Dr. Gülsen BAŞ Edebiyat Fakültesi	**ÜYE** Prof. Dr. Mehmet KARATAŞ Eğitim Fakültesi	**ÜYE** Prof. Dr. Muhammet Cevat YILDIRIM Eğitim Fakültesi

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.
Evrak sorgulaması https://turkiye.gov.tr/ebd?eK=4575&eD=BSUNDV4H4V&eS=7239 adresinden yapılabilir.

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, Adı : Ün Aykut

Uyruğu : T.C.

Doğum Tarihi ve Yeri :

Telefon :

E-mail :

ORCID : 0009-0008-3210-0723

Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet Yılı
Yüksek Lisans	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği	2023
Lisans	Akdeniz Üniversitesi, Turizm ve Otel işletmeciliği Yüksekokulu, Konaklama İşletmeciliği Bölümü	2015
Ön Lisans	Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi, Aşçılık	2022
Ön Lisans	Anadolu Üniversitesi, Açık ve Uzaktan Öğretim Fakültesi, İş Sağlığı ve Güvenliği	2023
Lise	Perşembe Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi	2010

İş Deneyimi

Yıl	Yer	Görev
2009 - 2013	Robinson Club Pamfilya / Antalya	Barmen
2016 - 2017	Ordu İl Sağlık Müdürlüğü	Memur
2017 -	Milli Eğitim Bakanlığı	Konaklama Seyahat Hizmetleri Öğretmeni

Yabancı Dil

İngilizce

VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

LİSANSÜSTÜ TEZ ORİJİNALLİK RAPORU

29/05/2023

Tez Başlığı / Konusu:

VAN İLİNİN GASTRONOMİ TURİZM POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Yukarıda başlığı/konusu belirlenen tez çalışmamın Kapak sayfası, Giriş, Ana bölümler ve Sonuç bölümlerinden oluşan toplam 93 sayfalık kısmına ilişkin, 29/05/2023 tarihinde tez danışmanım tarafından TURNITIN intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtreleme uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % 13 (onüç) dür.

Uygulanan Filtreler Aşağıda Verilmiştir:

- Kabul ve onay sayfası hariç,
- Teşekkür hariç,
- İçindekiler hariç,
- Simge ve kısaltmalar hariç,
- Gereç ve yöntemler hariç,
- Kaynakça hariç,
- Alıntılar hariç,
- Tezden çıkan yayınlar hariç,
- 7 kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç (Limit match size to 7 words)

Yüzüncü Yıl Üniversitesi Lisansüstü Tez Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılmasına İlişkin Yönergeyi İnceledim ve bu yönergede belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal İçemediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini bilgilerinize arz ederim.

29/05/2023
Aykut ÜN
İmza

Adı Soyadı : Aykut ÜN
Öğrenci No 20920020005
Anabilim Dalı : Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
Programı : Turizm İşletmeciliği
Statüsü : Y. Lisans ☒ Doktora ☐

DANIŞMAN
Dr. Öğr. Üyesi Çinuçen OKAT
29/05/2023

ENSTİTÜ ONAYI
U Y G U N D U R
……./……./202…
Prof. Dr. Bekir KOÇLAR
Enstitü Müdürü