



ISSN: 2587 - 0890

TÜRK TURİZM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

JOURNAL OF TURKISH TOURISM RESEARCH



Yıl/Year: 2025
Cilt/Volume: 9
Sayı/Issue: 3

TÜRK TURİZM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

JOURNAL OF TURKISH TOURISM RESEARCH

Cilt:9

Sayı:3

2025

Vol.:9

No:3

Türk Turizm Araştırmaları alanındaki profesyonellere akademik ve sektörel uygulamalara katkı sağlayan teorik ve uygulama arasında köprü olan, Türk Turizm Araştırmaları Dergisi alanlarında ulusal ve uluslararası karşılaştırmaları inceleyen eserler yer almaktadır. Türk Turizm Araştırmaları Dergisi'nin yayın kapsamında; Turizm İşletmeciliği, Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Rekreasyon Yönetimi, çalışmaları yer almaktadır.

EDİTÖR

Prof. Dr. Yüksel ÖZTÜRK

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi,

Turizm Fakültesi Gölbaşı Yerleşkesi, Ankara.

editor@tutad.org

editor.tutad@gmail.com

Telefon: +90 312 231 73 60 /1847

DİL EDİTÖRÜ

Doç. Dr. Ayşe Nevin SERT, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

ALAN EDİTÖRLERİ

Gastronomi Araştırmaları

Prof. Dr. Onur GÖRKEM, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, İzmir, Türkiye.

Rekreasyon Araştırmaları

Prof. Dr. Özlem SÜRÜCÜ, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara, Türkiye

Turist Rehberliği Araştırmaları

Doç. Dr. Sedat YÜKSEL, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon, Türkiye.

Turizm İşletmeciliği Araştırmaları

Prof. Dr. Nurettin AYZAZ, Karabük Üniversitesi, Karabük, Türkiye.

YAYIN ve DANIŞMA KURULU

Prof. Dr. Cevat TOSUN, George Washington University, Washington, USA.
Prof. Dr. Doğan GÜRSOY, Washington State University, Pullman, Washington, USA.
Prof. Dr. Elbeyi PELİT, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon, Türkiye.
Prof. Dr. Fevzi OKUMUŞ, University of Central Florida, Orlando, USA.
Prof. Dr. Şeyhmus BALOĞLU, University of Nevada, Las Vegas, USA.
Prof. Dr. Yüksel EKİNCİ, University of Portsmouth, Portsmouth, U.K.
Doç. Dr. Erdogan H. EKİZ, Mohammed VI Polytechnic University, Benguerir, Fas.
Doç. Dr. Gonca AYTAŞ, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon, Türkiye.
Doç. Dr. Hüseyin ALKIŞ, Adıyaman Üniversitesi, Adıyaman, Türkiye.
Doç. Dr. Mehmet KÖSEOĞLU, The Hong Kong Polytechnic Uni., Hong Kong, China.
Doç. Dr. Serdar ÇÖP, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet UŞAKLI, Boğaziçi Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.
Dr. Öğr. Üyesi Nazan COLMEKCIOGLU, Nottingham Trent Uni., Nottingham, U.K.
Dr. Öğr. Üyesi Serap SERİN KARACAER, Aksaray Üniversitesi, Aksaray, Türkiye.
Dr. Öğr. Üyesi Tarik DOGRU, Florida State University, Orlando, USA.

TASARIM ve İLETİŞİM KOORDİNATÖRÜ

Orhan SAĞÇOLAK

editor@tutad.org

editor.tutad@gmail.com

İNDEKS – ABSTRACTING & INDEXING

CEEOL | Central and Eastern European Online Library

DRJI | Directory of Research Journals Indexing

SOBIAD

ASOS INDEX | Academia Social Science Index

CiteFactor

SIS | Scientific Indexing Services

iCi | Indian Citation Index

Google Scholar

Electronic Journal Library

ROAD | ROAD, The Directory of Open Access Scholarly Resources

ResearchBib – Academic Resource Index

ISI | International Scientific Indexing

RI-Rootindexing

Scilit-Scientific Literature

Türk Turizm Dizini

ZDB | ZEITSCHRIFTEN DATENBANK

WorldCat

ICI Index Copernicus International

General Impact Factor

HAKEM KURULU

- Prof. Dr. Ahmet BAYTOK, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon, Türkiye.
Prof. Dr. Ahmet KÖROĞLU, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir, Türkiye.
Prof. Dr. Ahmet TAYFUN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara, Türkiye.
Prof. Dr. Akın AKSU, Akdeniz Üniversitesi, Antalya, Türkiye.
Prof. Dr. Ali YAYLI, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara, Türkiye.
Prof. Dr. Arzu KILIÇLAR, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara, Türkiye.
Prof. Dr. Atınç OLCAY, Gaziantep Üniversitesi, Gaziantep, Türkiye.
Prof. Dr. Atilla AKBABA, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, İzmir, Türkiye.
Prof. Dr. Atilla YÜKSEL, Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın, Türkiye.
Prof. Dr. Bilgehan GÜLCAN, Ankara Hacı Bayram Veli Üni., Ankara, Türkiye.
Prof. Dr. Burhan KILIÇ, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla, Türkiye.
Prof. Dr. Burhanettin ZENGİN, Sakarya Üniversitesi, Sakarya, Türkiye.
Prof. Dr. Cafer TOPALOĞLU, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla, Türkiye.
Prof. Dr. Celil ÇAKICI, Mersin Üniversitesi, Mersin, Türkiye.
Prof. Dr. Cevat TOSUN, George Washington University, Washington, USA.
Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir, Türkiye.
Prof. Dr. Cüneyt TOKMAK, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir, Türkiye.
Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN, İstanbul Arel Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.
Prof. Dr. Doğan GÜRSOY, Washington State University, Pullman, USA.
Prof. Dr. Ece KONAKLIOĞLU, Ankara Hacı Bayram Veli Üni., Ankara, Türkiye.
Prof. Dr. Emrah ÖZKUL, Kocaeli Üniversitesi, İzmit, Türkiye.
Prof. Dr. Evren GÜÇER, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara, Türkiye.
Prof. Dr. Fevzi OKUMUŞ, University of Central Florida, Orlando, USA.
Prof. Dr. Füsün İSTANBULLU DİNÇER, İstanbul Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.
Prof. Dr. Hasan Hüseyin SOYBALI, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon, Türkiye.
Prof. Dr. İsmail KIZILIRMAK, İstanbul Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.
Prof. Dr. Kemal KANTARCI, Alanya Alaaddin Keykubat Üni., Antalya, Türkiye.
Prof. Dr. Kurban ÜNLÜÖNEN, Ankara Hacı Bayram Veli Üni., Ankara, Türkiye.
Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA, Erciyes Üniversitesi, Kayseri, Türkiye.
Prof. Dr. Muammer MESCI, Düzce Üniversitesi, Düzce, Türkiye.
Prof. Dr. Murat ÇUHADAR, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta, Türkiye.
Prof. Dr. Murat DOĞDUBAY, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir, Türkiye.
Prof. Dr. Murat HANCER, University of Central Florida, Orlando, USA.
Prof. Dr. Orhan BATMAN, Sakarya Üniversitesi, Sakarya, Türkiye.
Prof. Dr. Ozan BAHAR, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla, Türkiye.
Prof. Dr. Rüya EHTİYAR, Akdeniz Üniversitesi, Antalya, Türkiye.
Prof. Dr. Salih KUŞLUVAN, İstanbul Medeniyet Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.
Prof. Dr. Şeyhmus BALOĞLU, University of Nevada, Las Vegas, USA.

Prof. Dr. Yasin BOYLU, Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi, Kırgızistan
Prof. Dr. Yaşar SARI, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir, Türkiye.
Prof. Dr. Yusuf AYMANKUY, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir, Türkiye.
Prof. Dr. Yüksel EKİNCİ, University of Portsmouth, Portsmouth, U.K.
Prof. Dr. Zeliha ESER, Başkent Üniversitesi, Ankara, Türkiye.
Doç. Dr. Ahmet ÖZTÜRK, University of Central Florida, Orlando, USA.
Doç. Dr. Ayşe ATAR, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun, Türkiye.
Doç. Dr. Ayşe Nevin SERT, AHBV Üniversitesi, Türkiye.
Doç. Dr. Cenk Murat KOÇOĞLU, Karabük Üniversitesi, Karabük, Türkiye.
Doç. Dr. Erdogan H. EKİZ, Mohammed VI Polytechnic University, Benguerir, Fas.
Doç. Dr. M. Murat KIZANLIKLİ, Ankara Hacı Bayram Veli Üni., Ankara, Türkiye.
Doç. Dr. Mehmet KÖSEOĞLU, The Hong Kong Polytechnic Uni., Hong Kong, China.
Doç. Dr. Murat AKSU, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale, Türkiye.
Doç. Dr. Sedat YUKSEL, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon, Türkiye.
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet ALTIN, University of Central Florida, Orlando, USA.
Dr. Öğr. Üyesi Nazan COLMEKCIOGLU, Nottingham Trent Uni., Nottingham, U.K.
Dr. Öğr. Üyesi Tarik DOGRU, Florida State University, Orlando, USA.
Dr. Öğr. Üyesi, Muhittin ÇAVUŞOĞLU, Northern Arizona University, USA.

TÜRK TURİZM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

JOURNAL OF TURKISH TOURISM RESEARCH

Cilt:9

Sayı:3

2025

Vol.:9

No:3

İÇİNDEKİLER/CONTENTS

Araştırma Makalesi

Yabancı Turistlerin Türk Mutfağını Tercih Etme Nedenlerine Yönelik Ampirik Bir Çalışma

(An Empirical Study on The Reasons for Foreign Tourists Preferring Turkish Cuisine)

Hilal KARDEŞ, Azize HASSAN

ss. 204-229.

Araştırma Makalesi

Yapay Zeka ve Turizm: Mevcut Durum Tespiti ve Gelecek Öngörüsü üzerine Bibliyometrik Bir Analiz

(Artificial Intelligence and Tourism: A Bibliometric Analysis on Current Situation Assessment and Future Forecasting)

Dilara BAHTİYAR SARI

ss. 230-248.

Araştırma Makalesi

Doğa Temelli Göllerin Sürdürülebilir Turizmdeki Rolü: Bolu Örneği

(The Role of Nature Based Lakes in Sustainable Tourism: The Example of Bolu)

Hakan UZUNÇAKMAK, Aliye ÇİLAN AKIN

ss. 249-273.

Araştırma Makalesi

Bütünsel Öğrenim Modelinin Turizm ve Gastronomi Eğitiminde Uygulanabilirliği

Araştırma Makalesi

(The Applicability of the Holistic Learning Model in Tourism and Gastronomy Education)

Gözde TÜRKÖZ BAKIRCI, Özge ADAN GÖK, Uğur LOKMAN, Şeyma ANDAŞ, Yakup ÖZKAYA

ss. 274-290.

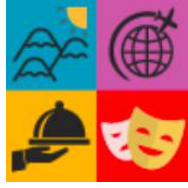
Araştırma Makalesi

**Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Dijital Okuryazarlık Düzeylerinin Belirlenmesi:
Muğla Örneği**

(Determination of Digital Literacy Levels of Tourism Education Students: Muğla Case)

Reyhan ARSLAN AYAZLAR, Demet ÖZCAN YILMAZSOY

ss. 291-309.



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2025, 9(3): 204-229.

DOI: [10.26677/TR1010.2025.1579](https://doi.org/10.26677/TR1010.2025.1579)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Yabancı Turistlerin Türk Mutfağını Tercih Etme Nedenlerine Yönelik Ampirik Bir Çalışma

Arş. Gör. Hilal KARDEŞ, İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, İstanbul, e-posta: hilal.agcakaya@nisantasi.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6540-2057>

Prof. Dr. Azize HASSAN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Ankara, e-posta: azize.hassan@hbv.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2509-1415>

Öz

Bu araştırmada gastronomi turizmi açısından önem taşıyan Türk mutfağının yabancı turistler tarafından tercih edilme nedenlerinin belirlenmesi ve bu tercihlerin demografik özelliklere göre farklılaşıp farklılaşmadığının ortaya konulması amaçlanmıştır. Araştırmanın önemi ise gastronomi turizminin Türkiye turizm sektöründeki artan payı ve Türk mutfağının uluslararası tanıtımındaki stratejik rolünden kaynaklanmaktadır. İstanbul Beyoğlu ilçesinde 5 yıldızlı otellerde konaklayan 326 yabancı turistten yüz yüze anket tekniğiyle veri toplanmıştır. Elde edilen bulgulara göre, katılımcılar Türk yemeklerini büyük oranda lezzetli, doyurucu, besleyici ve görsel açıdan zengin olarak değerlendirmiş, mutfakın özgün tatlar ve farklı pişirme teknikleriyle dikkat çektiğini belirtmiştir. Demografik değişkenlere göre incelenen tutumlar açısından kadınların, orta gelir grubunun ve ileri yaş gruplarının Türk mutfağına daha olumlu baktığı, hijyen ve sağlık konularında ise genel olarak eleştirel bir tutum sergilendiği belirlenmiştir. Araştırmanın genel değerlendirmesinde Türk mutfağının yabancı turistler için güçlü bir çekim unsuru olduğu ve turistlerin tekrar Türkiye'yi ziyaret etme ve mutfak çevrelerine tavsiye etme eğilimi gösterdiği saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Türk Mutfağı, Gastronomi, Destinasyon İmajı, Turist Memnuniyeti, İstanbul-Beyoğlu.

Makale Gönderme Tarihi: 12.06.2025

Makale Kabul Tarihi: 03.09.2025

Önerilen Atıf:

Kardeş, H. ve Hassan, A. (2025). Yabancı Turistlerin Türk Mutfağını Tercih Etme Nedenlerine Yönelik Ampirik Bir Çalışma, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9(3): 204-229.



Journal of Turkish Tourism Research

2025, 9(3): 204-229.

DOI: [10.26677/TR1010.2025.1579](https://doi.org/10.26677/TR1010.2025.1579)

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



RESEARCH PAPER

An Empirical Study on The Reasons for Foreign Tourists Preferring Turkish Cuisine

Research Assistant Hilal KARDEŞ, İstanbul Nişantaşı University, Faculty of Art and Design, İstanbul, e-mail: hilal.agcakaya@nisantasi.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6540-2057>

Prof. Dr. Azize HASSAN, Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Ankara, e-mail: azize.hassan@hbu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2509-1415>

Abstract

This study aims to determine the reasons why Turkish cuisine, which is important for gastronomy tourism, is preferred by foreign tourists and to reveal whether these preferences differ according to demographic characteristics. The importance of the study stems from the increasing share of gastronomy tourism in the Turkish tourism sector and its strategic role in the international promotion of Turkish cuisine. Data were collected from 326 foreign tourists staying in 5-star hotels in the Beyoğlu district of İstanbul using a face-to-face survey technique. According to the findings, participants evaluated Turkish cuisine as mostly delicious, satisfying, nutritious and visually rich, and stated that the cuisine attracts attention with its unique flavors and different cooking techniques. In terms of the attitudes examined according to demographic variables, it was determined that women, middle-income groups and older age groups had a more positive view of Turkish cuisine, and a generally critical attitude was displayed regarding hygiene and health issues. In the general evaluation of the research, it was determined that Turkish cuisine is a strong attraction for foreign tourists and that tourists tend to visit Türkiye again and recommend the cuisine to their circle.

Keywords: Turkish Cuisine, Gastronomy, Destination Image, Tourist Satisfaction, İstanbul-Beyoğlu.

Received: 12.06.2025

Accepted: 03.09.2025

Suggested Citation:

Kardeş, H. and Hassan, A. (2025). An Empirical Study on The Reasons for Foreign Tourists Preferring Turkish Cuisine, *Journal of Turkish Tourism Research*, 9(3): 204-229.

GİRİŞ

Mutfak kelimesi Türkçe'ye Arapça dilinden gelmiş bir kelime olup yemek pişirilen yer anlamına gelmektedir. Bundan hareketle mutfak kavramı hem fiziksel olarak mutfak hem de kültür olarak mutfak bağlamlarında değerlendirilebilir. Kültür olarak mutfak bağlamından hareketle Fransız mutfağı, Türk mutfağı ve İtalyan mutfağı gibi mutfaklar dünya genelinde belirli bir üne sahip mutfaklar olarak ifade edilebilir. Her ülkenin kendine has bir yeme ve içme kültürü ile mutfağı mevcut olup coğrafi olarak da ülke içerisinde birçok alt kültür bulunmaktadır. Bu durumun en belirgin örneği olarak Türkiye'yi örnek gösterebiliriz. Türk mutfağı, Türkiye'nin hemen hemen her bölgesinde birbirinden oldukça farklı mutfak kültürünü barındırmakta olup Türkiye'nin gastronomi turizmi aracılığıyla tanıtılmasında öncü alanlardan birisi olarak önemli bir endüstri haline dönüşmüştür. Bu bağlamdan hareketle Türk mutfağının dünya mutfakları içerisinde çeşitlilik açısından özel bir yeri bulunmaktadır (Düzgün ve Özkaya, 2015:41).

Türk mutfağının özgün niteliklere sahip olmasında birçok etken rol oynamaktadır. Orta Asya'dan Osmanlı İmparatorluğu'na uzanan tarihsel süreç içerisinde pek çok farklı kültürle etkileşim içinde olan Türkiye, bu birikim sayesinde zengin ve çeşitlilik arz eden bir yeme ve içme kültürü geliştirmiştir (Yücesan, 1992: 275). Bu bağlamda Türkiye için çok önemli bir gelir kapısı olan turizm içerisinde Türk mutfağının etkisi göz ardı edilemeyecek düzeydedir. Türkiye'ye gelen turistler ve Türkiye içerisinde farklı bölgelere seyahat eden yerli turistler gittikleri her farklı coğrafyada çok farklı yeme ve içme kültürlerine rastlamaktadırlar. Bu alanda yaşanan etkileşim ile farklı tatlar ve lezzetler farklı coğrafyalarda açılan restoran ve kafeler ile yerel halka sunulmaktadır. Türkiye dışında da dikkat çekecek sayıda Türk restoran ve kafe faaliyet göstermektedir; örneğin yalnızca Avrupa'da yaklaşık 8757, Kuzey Amerika'da ise 1043 kayıtlı mekân bulunmaktadır (www.rentechdigital.com). Türkiye dışında Türk restoran ve kafelerin sayısı da göz ardı edilemeyecek seviyededir. Bu durum Türk mutfağının dünya standartlarında önemli bir yerinin olduğunu göstermektedir.

Türk mutfağı içerisinde birçok kültürün ve medeniyetin izlerini taşımaktadır. Türk mutfağının çok çeşitli olmasında birçok etmen bulunmaktadır. Türklerin göçebe bir kültüre sahip olması ve gittikleri yerlerdeki kültürlerle etkileşime girmesi mutfak kültürüne de yansımıştır. Ege ve Akdeniz bölgesinde hem Türk kültürü hem de Yunan kültürü karışımı ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde Ortadoğu kültürü ile karma bir mutfağın karşımıza çıkması verebileceğimiz en güzel örneklerden birkaçıdır.

Turizm sektöründe ülkelerin ve bu ülkelerin belirli bölgelerinin kendine has özel kültürleri ve bu kültürden meydana gelmiş özgün ürünleri bulunmaktadır. Bu bağlamda diğer bölgelere nazaran özgün ürünlerini ve kültürünü başarılı bir şekilde sunup yerli ve yabancı turist profillerinin talep ettiği beklentileri karşılayabilip memnun eden kişi ya da işletmeler, turizm sektöründe daha başarılı olmaktadır. Bu çerçeveye etnik ve yöresel temalı restoran ve kafeler de dahil edilebilir (Şen ve Aktaş, 2017: 65).

Yapılan araştırmalara göre son yıllarda etnik ve yöresel temalı restoran ve kafelerin turizm içerisinde sıkı bir yer edindiği ve gün geçtikçe bu temanın dünyada yaygınlaşacağı gözlemlenmiştir (Serçeoğlu, 2014: 40). Büyük marketlerin sunduğu hizmetler ve hızla fast-food kültürünün hızla yayıldığı dünyada insanlar daha doğal ve yöresel yemeklere yönelmeye başlamış ve turizm sektöründe çeşitlilik ve temaların değişmesi önemli bir parametre haline gelmiştir. Bu çerçevede yöresel yemeklerin yapımı, yapımı sırasında tadımı, belirli tariflerin alınması ve çeşitli kültür aktiviteleri ile bu kültürün tanıtılması neredeyse bir trend haline gelmiştir; geldiği kültür ve yaşadığı tarihsel arka plan çerçevesinde dünyanın birçok farklı bölgesine göre oldukça farklı ve özgün bir çeşitliliğe sahip olan Türk mutfağı turizmde ortaya çıkan bu trendi iyi yakalamalı ve bu çerçevede kültürünü tüm dünyaya tanıtmalıdır.

Çalışmada, yabancı turistlerin Türk Mutfağını tercihlerinde etkili olan faktörlerin belirlenmesi çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Bu amaç neticesinde, yabancı turistlerin demografik özelliklerinin frekans ve yüzde dağılımları, yabancı turistlerin Türk Mutfağını tercih etmelerinde etkili olan faktörlerin belirlenmesi için anket formunda verilen ifadelerin frekans ve yüzde dağılımları, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri belirlenmiş ve araştırma hipotezleri test edilmiştir.

Tüm bunlardan hareketle bu araştırma; ülkemizde konaklayan yabancı turistlerin Türk Mutfağına karşı tutumları, dünyadaki diğer ünlü mutfaklara nazaran Türk Mutfağını ne ölçüde tanıdıkları ve kişisel tercihlerinde ve günlük yaşamlarında Türk mutfağına bakış açılarını belirlemek, sınıflandırmak ve turizm sektörüne referans olabilecek nitelikte tavsiyeler vermek amacıyla planlanarak yürütülmüştür.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Gastronomi Turizmi

Son yıllarda turizm sektöründe gastronomiye olan ilginin hızla artmasıyla birlikte, gastronomi turizminin, seyahat endüstrisinin temel dinamiklerinden biri haline geldiği gözlemlenmektedir. Bu eğilim, seyahat edenlerin ziyaret ettikleri destinasyonlardaki yemek ve içecek deneyimlerine, geleneksel turizm faaliyetlerinden bağımsız olarak özel bir önem atfetmesiyle ortaya çıkmıştır. Nitekim Dünya Yemek Seyahati Birliği'nin 2024 yılı raporunda, gastronomik deneyimlerin küresel ölçekte turistlerin seyahat motivasyonlarını şekillendiren en önemli faktörlerden biri haline geldiği belirtilmiştir (World Food Travel Association, 2024). Bu durum, gastronomik etkinliklerin turistlerin destinasyon tercihlerinde merkezi bir konuma yerleştiğini açıkça göstermektedir.

Yerel gastronomik unsurların turistler tarafından tercih edilmesindeki artış, bu deneyimlerin fizyolojik ihtiyaçların giderilmesinin çok ötesinde kültürel anlamlar taşımasıyla açıklanmaktadır. Yemek deneyimleri, ziyaret edilen bölgenin tarihi, gelenekleri ve yaşam biçimine dair sembolik anlatılar içermekte, dolayısıyla turistlerin destinasyonla kurdukları bağları güçlendirmektedir (Lin vd., 2021). Bu bağlamda, geleneksel yiyeceklerin tüketilmesi, turistlerin o bölgenin kültürel değerlerini daha derinlemesine kavramalarına olanak tanımakta ve kültürel kimliklerin gastronomi üzerinden aktarılmasına aracılık etmektedir. UNESCO tarafından somut olmayan kültürel miras olarak tanımlanan gastronomik değerler, bu çerçevede, toplumların kimlik ve tarihsel birikimlerinin uluslararası tanınırlığını sağlayan önemli bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Bu nedenle otantik yemek deneyimlerinin sunumu, turistlerin kültürel yakınlık ve aidiyet duygularını artırarak destinasyonların turistik cazibesini güçlendirmektedir.

Gastronomi turizminin yükselen trendinden faydalanmak isteyen destinasyonlar, mutfak kültürlerini pazarlama stratejilerinde ayırt edici bir unsur olarak konumlandırmaya başlamıştır. Bu yaklaşım, rekabetin yoğunlaştığı küresel turizm pazarında önemli bir avantaj sağlamaktadır (Demirkıran ve Demir, 2023). Özellikle Türkiye, gastronomi turizmi alanında son yıllarda önemli politikalar geliştirerek, uluslararası alanda marka değerini artırmayı hedeflemiştir. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 2020 yılının "Türk Mutfağı Yılı" ilan edilmesi ve ülke çapında gastronomi rotalarının oluşturulması gibi girişimler, Türkiye'nin gastronomik mirasının hem yerli hem yabancı turistler tarafından tanınmasını sağlamış ve Türk mutfağını küresel bir turizm çekiciliği unsuru olarak öne çıkarmıştır (Demirkıran ve Demir, 2023).

Gastronomi turizminin günümüz turizm sektöründeki önemini açıklayan bu perspektifler ışığında, turistlerin yiyecek-içecek tercihlerini anlamak için sosyal psikoloji alanında geniş kabul gören Planlı Davranış Teorisi (TPB), önemli bir kuramsal çerçeve olarak öne çıkmaktadır.

Özellikle turistlerin yerel gastronomik unsurları tercih etmeleri bağlamında, TPB, bireylerin davranışlarını şekillendiren psikolojik süreçleri sistematik ve bilimsel bir yaklaşımla analiz etmeye olanak tanımaktadır (Ajzen, 2020). Bu çerçevede, yabancı turistlerin Türk mutfağına yönelik davranışlarını anlamak ve açıklamak için TPB'nin sunduğu temel bileşenlerin incelenmesi, uluslararası turizm literatüründe bilimsel bir gereklilik olarak değerlendirilmektedir.

TPB'ye göre turistlerin yerel mutfağı tercih etme niyetleri üç temel boyuttan oluşmaktadır: tutum, öznel norm ve algılanan davranışsal kontrol (Ajzen, 2020). Bu boyutlar, turistlerin Türk mutfağına yönelik davranışlarını açıklamada güçlü bir analitik çerçeve sağlamaktadır. Öncelikle tutum, bireylerin belirli bir davranışı gerçekleştirme konusundaki olumlu veya olumsuz değerlendirmelerini ifade etmektedir. Bu bağlamda, turistlerin Türk yemeklerine dair algıları; lezzet, sağlık, özgünlük ve çeşitlilik gibi kriterlerle şekillenmektedir. Sivrikaya ve Pekerşen'in (2020) gerçekleştirdikleri ampirik çalışmalar, turistlerin yerel gastronomiye yönelik olumlu tutumlarının, gastronomik deneyimleri tercih etme niyetlerini doğrudan etkilediğini ortaya koymaktadır. Örneğin, yenilikçi tatları denemeye açık olan ve gıda neofobisi düşük turistlerin, Türk mutfağına dair olumlu tutumlar geliştirdikleri ve bu tutumların gastronomik tercihlerinde belirleyici olduğu saptanmıştır (Sivrikaya ve Pekerşen, 2020).

İkinci bileşen olan öznel norm ise turistlerin gastronomik tercihlerinde sosyal çevrelerinden aldıkları desteğin veya baskının derecesini ifade etmektedir. Turistik deneyimlerin şekillenmesinde sosyal medya yorumları ve aile veya arkadaş gruplarının yönlendirmelerinin etkisi son derece büyüktür. Singh vd. (2024), yiyecek tercihlerinin sosyal normlar ile doğrudan ilişkili olduğunu ve turistlerin bu normlara uyma yönündeki algılarının, yerel yemekleri deneme niyetlerini artırdığını ortaya koymuştur. Dolayısıyla, sosyal çevresinden Türk mutfağını denemesi yönünde güçlü bir teşvik alan turistlerin, bu gastronomik deneyimlere yönelik tercihleri pozitif yönde etkilenmektedir (Ajzen, 2020).

Üçüncü olarak da algılanan davranışsal kontrol, turistlerin yerel mutfağı tercih etme konusunda hissettikleri kontrol düzeyini ve erişilebilirliği içermektedir. Turistlerin gastronomik deneyimleri kolayca gerçekleştirebileceklerine dair algıları, davranışsal niyetlerini olumlu yönde etkilemektedir. Ajzen'in (2020) tanımladığı üzere, dil bariyerlerinin olmaması, gıda seçeneklerinin uygunluğu, fiyatların makul olması ve hijyen/gıda güvenliği gibi faktörler, turistlerin algılanan davranışsal kontrol düzeylerini yükseltmektedir. Nitekim Taş (2025), gerçekleştirdiği çalışmada turistlerin geleneksel Türk yemeklerine yönelik davranışlarını belirleyen önemli bir unsurun gıda güvenliği ve hijyen algısı olduğunu ve bu faktörlerin turistlerin gerçek davranışlarını doğrudan şekillendirdiğini belirtmiştir.

TPB'nin bu temel boyutları arasındaki etkileşim ise turistlerin Türk mutfağına yönelik davranışsal niyetlerinin şekillenmesinde belirleyici olmaktadır. Genel olarak teoriye göre, davranışsal niyetin güçlü olması, gerçek davranışın gerçekleşme olasılığını artırmaktadır (Ajzen, 2020). Yapılan son çalışmalar bu kuramsal varsayımı desteklemektedir; tutumları, sosyal çevreden algılanan destekleri ve kontrol algıları olumlu olan turistlerin, Türk gastronomik unsurlarını tercih etme niyetlerinin yüksek olduğu ve bu niyetin çoğunlukla gerçek tüketime dönüştüğü belirlenmiştir (Taş, 2025).

Sivrikaya ve Pekerşen (2020) ve Taş (2025) gibi son dönem araştırmaları TPB'ye ek değişkenlerin dahil edilmesinin, turistlerin gastronomik davranışlarını daha kapsamlı biçimde açıklamaya katkı sağladığını ortaya koymuştur. Örneğin, kişilik özellikleri olarak tanımlanan yenilik arayışı, macera isteği ve risk algısı gibi faktörlerin, turistlerin gastronomik tercihlerinde etkili olduğu görülmektedir (Sivrikaya ve Pekerşen, 2020). Ayrıca güven faktörü, özellikle turistlerin yerel

yiyecek sağlayıcılarına duyduğu güven ve hijyen algıları, niyetin davranışa dönüştürülmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Taş, 2025).

Türk Mutfağında Destinasyon İmajı

Türk mutfak, tarihsel gelişim süreci içerisinde birçok farklı kültür ve medeniyetin etkisiyle şekillenmiş ve günümüzde küresel ölçekte önemli bir gastronomik değer olarak tanınmıştır. Anadolu coğrafyasının tarih boyunca jeopolitik konumu nedeniyle pek çok medeniyetin kesişim noktasında bulunması, bölgenin mutfak kültürünün zengin ve karmaşık bir yapıya sahip olmasına olanak tanımıştır. Bu kültürel harmanlanmada, Orta Asya göçebe Türklerinin gastronomik gelenekleri ile Osmanlı İmparatorluğu'nun geniş coğrafyasındaki farklı toplumlardan alınan yemek unsurları belirleyici rol oynamıştır (Demirkıran ve Demir, 2023). Ayrıca, Cumhuriyet dönemi modernleşme hareketleri kapsamında gerçekleştirilen yenilikler, geleneksel mutfak mirasının korunmasının yanı sıra çağdaş yorumlarla yeniden üretilmesine katkı sağlamıştır. Bu bağlamda Türk mutfak; Asya'nın zengin baharatları, Akdeniz'in çeşitli sebze-meyve ürünleri, Orta Doğu'nun tahıl ve bakliyat gelenekleri ile Balkan coğrafyasına ait et ve süt ürünlerini kapsayan çok yönlü bir sentezi temsil etmektedir (Demirkıran ve Demir, 2023). Örneğin, fermente süt ürünleri Orta Asya'daki göçebe geleneklerinden izler taşıırken, zeytinyağlı sebze yemekleri Akdeniz gastronomik özelliklerini yansıtmaktadır. Bu çeşitlilik, yabancı turistlerin farklı damak zevklerine hitap ederek Türk mutfakını uluslararası gastronomik turizmin odak noktalarından biri haline getirmektedir.

Türk mutfakının uluslararası düzeydeki cazibesi yalnızca gastronomik unsurların çeşitliliği ile sınırlı kalmayıp, kültürel ve sembolik anlamları da kapsamaktadır. UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi'nde yer alan Türk kahvesi kültürü ve Geleneksel Çini Makarna yapımı gibi gastronomik unsurlar, Türkiye'nin gastronomik değerlerinin küresel ölçekte kültürel miras olarak kabul edildiğini göstermektedir. Bu bağlamda yabancı turistler, Türk mutfakını deneyimleyerek bir yandan lezzet açısından tatmin olurken, diğer yandan da ülkenin tarihî, sosyal ve kültürel birikimine tanıklık etmektedirler (Lin vd., 2021). Örneğin, Gaziantep'te baklava tadımı yapmak ya da Kapadokya bölgesinde testi kebabını yerinde deneyimlemek, turistler için yalnızca bir gastronomik deneyim değil, aynı zamanda bu yemeklerin ardındaki tarihî hikâyeleri ve bölgesel kültürleri de keşfetme fırsatı sunmaktadır. Dolayısıyla gastronomi, turistler için kültürel öğrenme ve anlam oluşturma sürecinin ayrılmaz bir parçası olarak işlev görmektedir.

Türkiye'nin gastronomi turizmini bir diplomatik araç olarak kullanması, "gastrodiplomasi" kavramı çerçevesinde değerlendirilmekte ve uluslararası tanıtım stratejilerinde önemli bir yer tutmaktadır. Bu doğrultuda Türkiye, 2020 yılında "Türk Mutfak Yılı" ilan ederek çeşitli etkinlik ve kampanyalar ile Türk mutfakının uluslararası platformlarda tanıtılmasına yönelik kapsamlı çalışmalar yürütmüştür (Demirkıran ve Demir, 2023). Bu kampanya kapsamında uluslararası gastronomi fuarlarında Türk mutfak sergilenmiş, dünya genelinde faaliyet gösteren Türk restoranları desteklenmiş ve Türk şeflerin katıldığı tanıtım etkinlikleri düzenlenmiştir. Bu girişimler, yabancı turistlerin Türkiye'ye yönelik gastronomik algılarını olumlu yönde şekillendirmekte ve ülke imajını güçlendiren önemli bir araç olarak kullanılmaktadır.

Yabancı turistlerin Türk mutfakına ilişkin algılarının oluşmasında, küresel ölçekte tanınan kebab, döner, baklava gibi popüler yemeklerin yanı sıra, daha niş gastronomik deneyimlerin de etkili olduğu gözlemlenmektedir. Özellikle otantik ve yerel deneyimler arayan turist grupları için Anadolu'nun geleneksel pişirme tekniklerini ve yöresel gastronomik ritüellerini yerinde deneyimleme imkânı önemli bir çekim unsurudur. Bu bağlamda Türk mutfak, hem geniş kitlelere hitap eden popüler gastronomik ürünleri hem de daha derinlemesine kültürel keşif yapmak isteyen gezginlere yönelik özel deneyimleri içeren geniş bir yelpaze sunmaktadır.

Dolayısıyla gastronomi, turistlerin seyahat deneyimlerini zenginleştiren ve kalıcı kültürel anılar oluşturmalarını sağlayan önemli bir bileşen olarak işlev görmektedir.

Türk mutfağının destinasyon imajına katkısı bu doğrultuda ülkenin turizm çekiciliğinin oluşturulabilmesinde en önemli olgulardan biridir. Destinasyon imajı, ziyaretçilerin bir yer hakkında sahip olduğu genel algı ve izlenimler bütünü olarak ifade edilmekte ve çeşitli unsurlardan etkilenmektedir (Aydın vd., 2022). Bu unsurlar arasında doğal güzellikler, tarihî ve kültürel değerler, güvenlik koşulları ve ekonomik faktörlerin yanı sıra son yıllarda önemi giderek artan yerel gastronomik unsurlar da bulunmaktadır. Bu bağlamda Türk mutfağının, Türkiye'nin uluslararası turizm piyasasındaki imajını olumlu yönde şekillendirdiği, böylelikle destinasyonun genel cazibesini arttırdığı gözlemlenmektedir.

Yapılan araştırmalar, mutfak imajının ülke imajı ile doğrudan ilişkilendirilebileceğini ve bu imajın ziyaret etme niyetleri üzerinde güçlü bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır (Aydın vd., 2022). Özellikle turistlerin Türk mutfağına dair olumlu algılar geliştirmeleri durumunda Türkiye'ye seyahat etme niyetlerinin arttığı ve bu olumlu algıların, destinasyonun turistik cazibesini destekleyen bir faktör olarak öne çıktığı belirtilmektedir. Bu bağlamda, Birleşik Krallık'ta yaşayan bireylerin Türk restoranlarında yaşadıkları deneyimlerin Türkiye'ye yönelik ziyaret niyetlerini anlamlı bir biçimde yükselttiği gözlemlenmiştir (Aydın vd., 2022). Dolayısıyla, Türk mutfağının zenginlikleri ve olumlu gastronomik özellikleri, Türkiye'nin destinasyon imajını güçlendiren önemli bir bileşen olarak kabul edilmektedir.

Destinasyon imajının gastronomi boyutu, "gastronomi imajı" kavramı ile ilişkilendirilebilir ve bir destinasyonun genel imajının alt bileşeni olarak değerlendirilir. Bu çerçevede, gastronomi imajı güçlü olan destinasyonların turist çekme potansiyellerinin önemli ölçüde arttığı gözlemlenmektedir. Örneğin, İtalya'nın makarna ve şarapları, Japonya'nın suşi kültürü ve Fransa'nın haute cuisine gibi gastronomik unsurları, bu ülkelerin turistik çekiciliğini büyük ölçüde arttırmaktadır. Benzer şekilde Türkiye, kebab, meze, tatlılar ve sokak lezzetleri gibi gastronomik unsurlarıyla güçlü ve tanınmış bir gastronomi imajına sahiptir. Bu imaj, henüz Türkiye'yi ziyaret etmemiş olan turistlerde bile olumlu beklentiler ve merak uyandırmaktadır.

Literatürde gastronomi temelli destinasyon imajına yönelik yapılan Lin vd., (2021) gibi araştırmalar, turistlerin gastronomik deneyimlerinin destinasyonla ilgili algı ve hatırlanabilirliklerini önemli ölçüde şekillendirdiğini göstermektedir. Bu bağlamda, yemeklerden edinilen tat, koku ve dokusal deneyimlerin, turistlerin seyahat anılarını ve destinasyon algılarını olumlu yönde etkilediği ve unutulmaz turizm deneyimleri oluşturduğu vurgulanmaktadır. Nitekim Pappas ve arkadaşlarının (2022) Yunanistan'daki araştırması, gastronomik deneyimlerin destinasyon imajının oluşmasında ve turistlerin genel destinasyon değerlendirmelerinde önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Türk mutfağı özelinde ise, destinasyon imajını pekiştirmek amacıyla hem kamusal hem de özel sektör düzeyinde birçok girişim bulunmaktadır. Örneğin, turizm kampanyalarında kullanılan "Türkiye: Türk Mutfağının Evi" gibi sloganlar ve UNESCO tarafından gastronomi şehri olarak tanınan Gaziantep gibi destinasyonlar, Türkiye'nin mutfak imajını güçlendirmekte ve turistlerin zihninde ülkeyi bir gastronomik çekim merkezi olarak konumlandırmaktadır.

Turist Memnuniyeti ve Tekrar Ziyaret Niyeti

Turistlerin bir destinasyonda geçirdikleri zaman boyunca yaşadıkları deneyimlerin, özellikle de bu deneyimlere yönelik algısal tatmin düzeylerinin, sonraki seyahat davranışları üzerinde belirleyici etkiler yarattığı konusunda literatürde genel bir uzlaşa mevcuttur. Memnuniyet olgusu, yalnızca temel hizmetlerin kalitesiyle sınırlı kalmamakta; destinasyona özgü kültürel

öğelerin, özellikle yerel gastronomik unsurların, bu memnuniyetin inşasında merkezi bir rol oynadığı görülmektedir. Zira destinasyon temelli yiyecek-içecek deneyimleri, yalnızca fizyolojik ihtiyaçların karşılanmasını değil, aynı zamanda otantik kültürel temasın sağlanmasını da mümkün kılmaktadır (Erol ve Ünalsoy, 2022).

Turistlerin yemek deneyimlerinden edindikleri duygusal haz, kültürel etkileşim ve algısal tatminin birleşimi, genel memnuniyet düzeyini artırarak davranışsal niyetler üzerinde pozitif bir yönelime yol açmaktadır. Özellikle yöresel yemeklerin özgünlüğü, hazırlama sürecindeki geleneksel yöntemler ve sunum biçimindeki otantik unsurlar, deneyimin sadece duygusal değil, aynı zamanda simgesel düzlemde de anlam kazanmasına zemin hazırlamaktadır. Bu bağlamda, gastronomik öğelerin turist memnuniyetine olan katkısının yalnızca damak tadıyla sınırlı kalmadığı, kültürel bağlantıların kurulmasına da aracılık ettiği vurgulanmalıdır (Hasançebi ve Keskin, 2024).

Son yıllarda gerçekleştirilen çeşitli ampirik çalışmalar, gastronomik deneyimlerin turist tatmini üzerindeki etkisini açık biçimde ortaya koymuştur. Örneğin, Daşdemir ve Madenci'nin (2021) araştırmasında, yöresel yemeklerin çeşitliliği, hijyen koşulları, hizmet kalitesi ve fiziksel ortamın estetik yapısı gibi değişkenlerin, turistlerin genel memnuniyet düzeyleri üzerinde doğrudan belirleyici olduğu saptanmıştır. Erol ve Ünalsoy (2022) tarafından yürütülen çalışmada ise otantik gıda deneyimi, gastronomik kalite algısı ve restoran atmosferi gibi unsurların hem memnuniyet hem de tekrar ziyaret niyeti üzerinde anlamlı etkiler oluşturduğu ampirik olarak doğrulanmıştır. Bu kapsamda özellikle "otantiklik" kavramının, turistlerin beklentilerini aşan bir deneyim üretmesinde önemli olduğu çalışmanın bulguları arasında yer almaktadır.

Turist memnuniyetinin uzun vadeli etkileri arasında en dikkat çeken boyutlardan biri, tekrar ziyaret niyetidir. Ziyaret edilen destinasyondan memnun ayrılan bireylerin, gelecekte aynı destinasyonu tekrar ziyaret etme olasılığı önemli ölçüde artmakta; bu eğilim özellikle duygusal bağın güçlendiği deneyimler için daha da belirginleşmektedir. Hasançebi ve Keskin (2024) tarafından yürütülen çalışmada, yerel yiyeceklerle kurulan pozitif duygusal ilişki ile tekrar ziyaret niyeti arasında güçlü bir korelasyonun bulunduğu ifade edilmiştir. Araştırma, tatminin yalnızca rasyonel bir değerlendirme sürecine değil, aynı zamanda duygusal ve duygusal hafızada bırakılan izlere bağlı olarak şekillendiğini göstermektedir.

Tat, koku ve görseelliğe dayalı gastronomik deneyimlerin, bireylerin hafızasında daha güçlü ve kalıcı bir izlenim yarattığı, turizm literatüründe sıkça dile getirilen bulgular arasında yer almaktadır. Bu tür deneyimler, "unutulmaz turizm deneyimleri" (memorable tourism experiences) kavramı çerçevesinde değerlendirildiğinde, destinasyon bağlılığını destekleyen önemli bir faktör olarak ön plana çıkmaktadır (Apuhan ve Kement, 2022). Ziyaretçiler tarafından yaşanan gastronomik deneyimlerin tekrar tekrar hatırlanması ve paylaşılması, yalnızca bireysel düzeyde bir bağlılık yaratmakla kalmamakta; aynı zamanda sözlü iletişim aracılığıyla destinasyonun tanıtımına katkı sağlayan bir ağızdan ağıza pazarlama (word-of-mouth marketing) etkisi de yaratmaktadır.

Türk mutfağı özelinde yapılan değerlendirmelerde gastronomik unsurların turist memnuniyeti üzerindeki etkisi yalnızca lezzet ya da sunumla sınırlı kalmamakta, geleneksel yemeklerin ardındaki tarihî ve kültürel hikâyelerin de bu memnuniyet sürecinde belirleyici olduğu görülmektedir. Anadolu'nun farklı şehirlerinde gerçekleştirilen gastronomi odaklı seyahatlerde, bölgesel mutfaklar aracılığıyla kurulan kültürel temas, turistlerin Türkiye'ye yönelik algısını olumlu yönde yeniden yapılandırmaktadır. Bu noktada, Türk mutfağının çeşitliliği ve otantikliği ile oluşturduğu duygusal doyum, destinasyon sadakatinin önemli bir öncülü olarak değerlendirilmektedir (Hasançebi ve Keskin, 2024).

Memnuniyet ve tekrar ziyaret arasındaki ilişki yalnızca bireysel turizm deneyimleriyle değil, aynı zamanda bu deneyimlerin sürdürülebilirlik boyutuna katkısıyla da değerlendirilmektedir. Turistlerin memnun kalması, sadece o destinasyonun tekrar tercih edilmesini değil, aynı zamanda çevresine yaptığı olumlu tavsiyelerle yeni turist çekilmesini ve böylece destinasyonun marka değerinin güçlenmesini de beraberinde getirmektedir. Bu çerçevede, destinasyon yöneticilerinin yerel mutfak unsurlarını stratejik biçimde tanıtmaları, gastronomik deneyimlerin kalitesini artırmaya yönelik yatırım yapması ve hizmet kalitesini yükseltmesi, turist memnuniyetini ve tekrar ziyaret niyetini artıracak en önemli adımlar arasında sayılmaktadır (Apuhan ve Kement, 2022; Erol ve Ünalsoy, 2022).

Planlı Davranış Teorisi'nin davranışsal açıklayıcılığı ile gastronomi turizminin kültürel ve deneyimsel boyutlarının bütüncül biçimde sentezlendiği kavramsal yapı, yabancı turistlerin Türk mutfağını tercih etme davranışlarını yalnızca bireysel niyetle sınırlı olmayan çok katmanlı bir süreç olarak tanımlamayı mümkün kılmaktadır; bu çerçevede, bireyin yiyeceğe yönelik kişisel tutumu (örneğin gıda neofobisi veya otantik tatlara duyulan ilgi), çevresel sosyal yönlendirmeler (arkadaş etkisi, sosyal medya içerikleri gibi öznel normlar) ve algılanan davranışsal kontrol düzeyi (dil engeli, fiyat, hijyen koşulları gibi pratik kolaylıklar) gibi temel psikolojik faktörler, davranışın ilk belirleyicileri olarak işlev görmektedir; buna ek olarak, destinasyonun gastronomi odaklı imajı ile Türk mutfağının uluslararası itibarı, turistlerin beklenti yapılarını henüz deneyim öncesinde biçimlendirmekte, deneyim sırasında ise sunum kalitesi, yemeğin otantikliği, fiziksel atmosfer ve hizmet güler yüzlülüğü gibi unsurlar memnuniyetin bilişsel ve duygusal bileşenlerini şekillendirmekte ve nihayetinde pozitif deneyim yoluyla oluşan duygusal bağ, turistlerin tekrar ziyaret etme olasılığını pekiştiren uzun vadeli bir bağlılık davranışına dönüşmektedir (Ajzen, 2020; Sivrikaya ve Pekerşen, 2020; Aydın vd., 2022; Erol ve Ünalsoy, 2022; Hasançebi ve Keskin, 2024); bu bağlamda, Planlı Davranış Teorisi'nin üç temel bileşeni ile destinasyon pazarlaması, kültürel temas, deneyimsel memnuniyet ve davranışsal bağlılık gibi gastronomi turizmine özgü kavramlar arasındaki etkileşim, literatürde sunulan bulgularla uyumlu şekilde açıklanabilmektedir.

Konu ile ilgili literatürde Türkiye'yi bir tatil destinasyonu olarak ziyaret eden yabancı turistlerin Türk mutfağına ilişkin beğenileri ve olumsuz buldukları yönleri ölçmeye çalışan araştırmaların ağırlıkta olduğu görülmektedir. Aşağıda bu çalışmalara kısaca değinilmiştir.

Arslan (2010) tarafından Antalya'nın Alanya ilçesinde yabancı turistlere yönelik bir araştırma yapılmış ve elde edilen bulgular tez çalışmasına eklenmiştir. Bu çalışmada yabancı turistlere Alanya'daki beş yıldızlı otel işletmelerinde konaklayan 405 yabancı turiste 3 dilde hazırlanmış anketler sunulmuş, elde edilen veriler kapsamlı şekilde analiz edilmiştir. Bu çerçevede yabancı turistlerin Türk mutfağına yönelik görüşleri genel hatları ile olumlu çıkmıştır ve turizm sektörü açısından Türkiye'nin gelecek yıllarda da tercih edileceği analiz edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre Alanya'daki işletmelerde çalışan personele ilişkin değerlendirmelerin genel olarak olumlu bulunduğu; personelin arkadaş canlısı ($\bar{x} = 4,31$), yardımsever ($\bar{x} = 4,30$), güler yüzlü ($\bar{x} = 4,28$), nazik ($\bar{x} = 4,27$), temiz ve bakımlı ($\bar{x} = 4,23$) ile ilgili ($\bar{x} = 4,17$) olduğu sayısal veriler ile tespit edilmiştir. Aynı şekilde, Türk yemeklerinin yabancı turistler tarafından görünüş olarak iştah açıcı bulunduğu ($\bar{x} = 4,07$), yemek çeşitliliğinin zengin olduğu ($\bar{x} = 4,05$), yemeklerin lezzetli ($\bar{x} = 4,00$), hoş kokulu ($\bar{x} = 4,00$), besin değerlerinin yüksek ($\bar{x} = 3,95$) ve kendine has tatlara sahip ($\bar{x} = 3,91$) olduğu da yine sayısal verilerle belirlenmiştir. Mankan (2012) tarafından yapılan kapsamlı tez çalışmasında Ege Bölgesine gelen yabancı turistlerin Türk mutfağı ve yemeklerine ilişkin görüşleri kapsamlı analizler yapılarak test edilmiş ve turizm sektörü için referans niteliğinde bir çalışma meydana getirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre yabancı turistlerin %68.4'ünün Türk mutfağının yemeklerini daha önce tattığını, %93.1'inin Türk yemeklerini beğendiğini, %81.2'sinin bu sebepten dolayı Türkiye'ye tekrar gelmeyi düşündüğünü belirtmişlerdir.

Birdir ve Akgöl (2015) tarafından yapılan kapsamlı gastronomi çerçeveli araştırmada Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin gastronomi deneyimleri için veriler elde etmek ve gastronomi turizminin gelişimi için fikirler oluşturmak amaçlanmıştır. Bu amaçla 293 yabancı turiste yönelik anket çalışması uygulanmış ve verilerin analizi için t-testi ve Anova testleri uygulanmıştır. Uygulanan testler sonucunda yabancı turistlerin Türkiye'yi tercih etme nedenleri arasında Türk mutfağına özgü yemekleri tatmanın üçüncü sırada belirlenmiştir. Yabancı turistlerin Türk yiyeceklerini ve mutfağını beğenilerinin cinsiyete, eğitim düzeyine, medeni duruma ve mesleklerine göre farklılık göstermediği ancak yaşa, uyruğa ve ikamet edilen ülkeye göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir.

Cömer ve Özata (2016) tarafından Karadeniz mutfağını turizm sektörü açısından değerlendirmek için bir araştırma yapılmıştır. Bu araştırmada çok zengin bir yemek kültürüne sahip olan Karadeniz Mutfağının turizm sektörü açısından önemi Ankara'da bulunan Karadeniz restoranını tercih eden tüketiciler bağlamında araştırılmış ve bu çerçevede anket tekniği kullanılarak 250 restoran müşterisi ile birebir görüşme sağlanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre müşterilerin restoran seçimlerini etkileyen en önemli unsurların yöresel gıdaların daha lezzetli oluşu ve yöresel restorandaki hammadde ve kullanılan ürünlerin doğal olması ve yöreden temin edilmesi olmuştur.

Solmaz (2018) tarafından gerçekleştirilen spesifik literatür taramasında, Dünya mutfakları içinde ilk üç mutfak arasında gösterilen Türk Mutfağı üzerine tarihsel ve kültürel anlamda özel bir çalışma yapılmıştır. Bu çerçevede Orta Asya'dan Cumhuriyet dönemine kadar olan süre içerisinde Türk mutfağının değişim evreleri, Türk mutfağının geçirdiği tarihsel evrim ve kültürel değişim ile Türk mutfağı içerisindeki belirli alışkanlıkların neler olduğunu araştırılmıştır; kültürel olarak mutfak çerçevesinde büyük bir öneme sahip geleneksel Türk mutfak kültürünün temelini oluşturan yöresel mutfakların ve geleneksel gıdaların uluslararası alanda daha etkili tanıtımlarının yapılması ve kültürel mirasın hem gelecek nesillere öğretilmesi hem de dünya tarafından bilinirliğinin artırılması gerekmektedir.

Kaya, Öztürk ve Yaman (2022), sosyal medyanın kültürel tanıtım işlevinden hareketle, farklı milletlerden yabancı YouTuber'ların Türk mutfağına yönelik algı ve deneyimlerini ortaya koymayı amaçlamış ve bu doğrultuda nitel araştırma desenlerinden içerik analizini benimseyerek bir inceleme gerçekleştirmiştir. Araştırmada, "Turkish food", "Turkish culinary culture", "Turkish cuisine", "traditional food", "tasting" ve "reaction" anahtar kelimeleri aracılığıyla YouTube platformunda tarama yapılmış; 100.000 ve üzeri izlenme sayısına sahip 22 video, belge incelemesi tekniğiyle analiz edilmiştir. İncelenen içeriklerin tamamında yer verilen yiyecek ve içeceklerin geleneksel Türk mutfağına ait olduğu tespit edilmiş; bu bulgu, dijital mecralarda Türk gastronomi mirasının temsiline yerelliğe dayandığını göstermiştir. Çalışma sonucunda, yabancı YouTuber'ların Türk mutfağına ilişkin deneyimlerinin genellikle olumlu olduğu ve bu olumlu temsili kültürel dışa açılmada etkili bir iletişim aracı haline geldiği sonucuna ulaşılmıştır.

Dinç vd. (2022), gastronomi turizmi bağlamında yabancı turistlerin Türk mutfağına ilişkin algılarını belirlemeyi amaçlamış ve araştırmalarını Ayvalık bölgesinde gerçekleştirmiştir. Araştırmacılar, Nisan-Mayıs 2022 döneminde bölgede konaklayan yabancı turistlerden yüz yüze anket yöntemiyle veri toplamış; elde edilen veriler üzerinde güvenilirlik analizleri, tanımlayıcı istatistikler, ölçek ortalamaları, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve bağımsız örneklem t-testi uygulamıştır. Analiz sonuçlarına göre, katılımcıların cinsiyetleri ile Türk mutfağına ilişkin görüşlerinin alt boyutlarından "görünüm" arasında anlamlı bir farklılık bulunduğu belirlenmiş, ayrıca katılımcıların yaş değişkenleri açısından görünüm, lezzet ve fiyat-performans boyutlarında da istatistiksel olarak anlamlı farklılıkların mevcut olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Aktaş ve Buyruk (2024), Antalya destinasyonunu ziyaret eden turistlerin Türk mutfağına yönelik imaj algılarının, bölgeyi tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamıştır. Araştırmacılar, turistlerin seyahat deneyimlerinde gastronomik unsurların önemli ve olumlu mutfak imajının ziyaret tekrarını teşvik eden bir faktör olduğu varsayımından hareketle, Antalya Havaalanı'ndan ayrılan 393 yabancı turiste anket uygulamıştır. Toplanan veriler SPSS programı aracılığıyla analiz edilmiş; tanımlayıcı istatistiklerin yanı sıra t-testi, ANOVA ve regresyon analizleri yapılarak hipotezler sınanmıştır. Yapılan analizler sonucunda, turistlerin mutfak imajı algılarının ziyaret sıklığına bağlı olarak anlamlı şekilde farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır ($p<0,05$). Ayrıca, Türk mutfağına ilişkin olumlu algıların, turistlerin destinasyonu yeniden ziyaret etme niyetleri üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel açıdan anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Kara (2025), uluslararası öğrencilerin Türk mutfağına yönelik tutum ve algılarını Çankırı Karatekin Üniversitesi örneği üzerinden irdedeği çalışmasında, gastronomi turizmi bağlamında kültürel kimliğin oluşumunda yemek kültürünün önemi üzerinde durmuştur. Araştırma, 3 Şubat-20 Aralık 2023 tarihleri arasında 530 uluslararası öğrenciyle çevrim içi ve yüz yüze anket tekniği kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Bulgular, katılımcıların genel olarak Türk mutfağına yönelik olumlu algılara sahip olduklarını, yemekleri lezzetli bulduklarını ve başkalarına da tavsiye ettiklerini göstermiş; ancak bazı öğrencilerin Türk yemeklerini aşırı yağlı bulduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, öğrencilerin mutfak kültürüne dair bilgileri edinmede ağırlıklı olarak dijital kaynakları, özellikle internet ve sosyal medyayı tercih ettikleri belirlenmiştir.

Özetlenen literatür bütüncül olarak değerlendirildiğinde, Türk mutfağının yabancı turistler ve uluslararası bireyler nezdinde genellikle olumlu algılandığı hem geleneksel yapısı hem de gastronomik çeşitliliği ile dikkat çekici bir destinasyon unsuru olarak konumlandığı görülmektedir. Arslan (2010), Mankan (2012) ve Birdir ve Akgöl (2015) gibi erken dönem çalışmalarda, Türk mutfağının lezzet, sunum ve çeşitlilik gibi temel bileşenleriyle turist memnuniyetine doğrudan katkı sağladığı; Cömer ve Özata (2016) ile Solmaz (2018) ise yöresel gıdaların doğallığı ve kültürel temsil gücünün gastronomi turizminin sürdürülebilirliği açısından önem taşıdığını ortaya koymuştur. Son dönem çalışmalardan Dinç vd. (2022), Aktaş ve Buyruk (2024), Kara (2025) ve Kaya, Öztürk ve Yaman (2022) ise Türk mutfağının hem yüz yüze deneyim hem de dijital platformlar üzerinden güçlü bir kültürel temsiliyet sağladığını, bu bağlamda yeniden ziyaret etme niyeti, sosyal medya aracılığıyla tanıtım etkisi ve demografik değişkenlere göre şekillenen algılar bakımından anlamlı sonuçlar üretildiğini ortaya koymuştur.

YÖNTEM

Araştırma, yabancı turistlerin Türk mutfağına yönelik tutumlarını belirlemek ve bu tutumların demografik özelliklere göre farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek amacıyla tasarlanmıştır. Araştırmanın evrenini İstanbul'da konaklayan yabancı turistler oluşturmaktadır. İstanbul'un tercih edilmesindeki temel neden, şehrin Türkiye'nin en yoğun yabancı turist trafiğine sahip olmasıdır. Örneklem ise İstanbul'un Beyoğlu ilçesinde faaliyet gösteren 5 yıldızlı otellerde konaklayan yabancı turistler arasından seçilmiştir. Beyoğlu ilçesinin seçilmesindeki temel gerekçe, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın resmi verilerine göre İstanbul'da en fazla 5 yıldızlı otelin bu ilçede bulunmasıdır. Ayrıca Beyoğlu ilçesi, tarihi ve kültürel zenginlikleriyle İstanbul'un en önemli turistik bölgelerinden biridir. Özellikle İstiklal Caddesi, Galata Kulesi, Taksim Meydanı, Pera Müzesi, Fransız Yetimhanesi ve Narmanlı Han gibi önemli turistik mekanları barındırması, yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çekmektedir. İlçede gerçekleştirilen kültür ve sanat etkinlikleri, festivaller ve konserler, turist akışını artıran diğer faktörlerdir. Örneğin, 2024 yılında

gerçekleştirilen FotoMaraton etkinliği ve "Beyoğlu Günlükleri" adlı kültür-sanat etkinlik serisi, ilçenin turist çekiciliğini artırmıştır.

Araştırmada kullanılan örneklem büyüklüğü çalışmanın temel analizlerinde gruplar arası farklılıkları ortaya koymak amacıyla uygulanan Mann-Whitney U ve Kruskal-Wallis H testlerinin istatistiksel güç gereksinimlerine göre, G*Power 3.1 yazılımı kullanılarak belirlenmiştir. Hesaplama sırasında, sosyal bilimler alanında kabul gören %95 güven düzeyi ($\alpha=0.05$), %80 istatistiksel güç ($1-\beta=0.80$) ve orta düzeyde etki büyüklüğü ($f=0.30$) esas alınmıştır. G*Power analizi sonucunda ise bu parametrelerle iki grup karşılaştırmalarında minimum 176, çoklu grup analizlerinde ise en az 246 katılımcının yeterli olacağı tespit edilmiştir. Araştırmanın güvenilirliğini artırmak ve istatistiksel olarak anlamlı sonuçlara ulaşmak amacıyla örneklem büyüklüğü yüksek tutulmuştur. Bu doğrultuda, 22.04.2025 ile 06.05.2025 tarihleri arasında yüz yüze anket yöntemiyle toplam 326 yabancı turistten veri toplanmıştır. Elde edilen tüm anket formları analiz sürecine dahil edilmiştir. Böylece, Cohen'in (1988) istatistiksel güç analizine ilişkin önerileri doğrultusunda yeterli örneklem büyüklüğüne ulaşılmış; hem sosyal bilimler literatüründeki istatistiksel güç gereksinimleri karşılanmış, hem de araştırma bulgularının genellenebilirliği ve dış geçerliği artırılmıştır.

Anket formu üç ana bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm, katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 7 soru içermektedir. İkinci ve üçüncü bölümler ise katılımcıların Türk mutfağına yönelik genel ve deneyimsel görüşlerini ölçen toplam 25 ifadeden oluşmaktadır. İkinci ve üçüncü bölümdeki ifadeler, Budak ve Çiçek (2002), Örer (1995), Rızaoğlu ve Tanrısevdi (2001) ve Mankan (2012) gibi alandaki literatürlerden esinlenilerek geliştirilmiş, 5'li Likert tipi ölçek (1 = Kesinlikle Katılmıyorum, 5 = Kesinlikle Katılıyorum) kullanılarak yapılandırılmıştır.

Verilerin analizinde IBM SPSS Statistics 26 paket programı kullanılmıştır. Verilerin normal dağılıma uygun olmadığı belirlendiğinden, non-parametrik testler tercih edilmiştir. İki kategorili değişkenler için Mann-Whitney U testi, üç ve daha fazla kategorili değişkenler için ise Kruskal-Wallis H testi kullanılmıştır. Anlamlılık düzeyi tüm testlerde $p < 0.05$ olarak kabul edilmiştir.

Ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliğini test etmek amacıyla iç tutarlılık analizi yapılmış ve Cronbach Alpha katsayısı hesaplanmıştır. Hesaplanan Cronbach Alpha katsayısı 0.80 üzerinde bulunarak ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Hair vd., 2010).

Araştırmanın temel varsayımı, katılımcıların anket formundaki soruları ve ifadeleri doğru ve içtenlikle cevaplandığı yönündedir. Araştırmanın sınırlılıkları ise İstanbul'un Beyoğlu ilçesindeki 5 yıldızlı otellerle sınırlı tutulması, örneklemin belirli bir döneme ve belirli konaklama tesislerine bağlı olması ve anket formunun önceden belirlenmiş ifadelerle sınırlandırılmasıdır.

Araştırma kapsamında aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H1: Yabancı turistlerin Türk mutfağına ilişkin tutumları cinsiyetlerine göre anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

H2: Yabancı turistlerin Türk mutfağına ilişkin tutumları medeni durumlarına göre anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

H3: Yabancı turistlerin Türk mutfağına ilişkin tutumları yaş gruplarına göre anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

H4: Yabancı turistlerin Türk mutfağına ilişkin tutumları eğitim düzeylerine göre anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

H5: Yabancı turistlerin Türk mutfağına ilişkin tutumları meslek gruplarına göre anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

H6: Yabancı turistlerin Türk mutfağına ilişkin tutumları geldikleri kıtalara göre anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

H7: Yabancı turistlerin Türk mutfağına ilişkin tutumları gelir düzeylerine göre anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

BULGULAR

Araştırmada elde edilen bulgulara yer verilen bu bölümde, yabancı turistlerin Türk mutfağına yönelik tutumları ve bu tutumların demografik değişkenlerle ilişkisine dair uygulanan istatistiksel analizlerin sonuçları sunulmuştur. İlk olarak katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, meslek grubu, gelir düzeyi ve kıta kökenlerine ait betimleyici istatistiklere yer verilmiştir. Daha sonra katılımcıların Türk mutfağı hakkındaki genel algıları, yemek türlerine ilişkin deneyimsel değerlendirmeleri ve mutfağa dair sağlık, hijyen ve beslenme temelli özel görüşlerinin frekans ve yüzde dağılımları aktarılmıştır. Ayrıca, geliştirilen araştırma hipotezleri çerçevesinde; Türk mutfağına yönelik tutumların demografik değişkenler açısından anlamlı biçimde farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla Mann-Whitney U ve Kruskal-Wallis H testlerine ait sonuçlar tablolar hâlinde sunulmuş ve her bir bulgunun istatistiksel anlamlılık düzeyleri yorumlanarak değerlendirilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Ait Frekans ve Yüzde Dağılımları

Demografik Özellikler		n	%
Cinsiyet	Kadın	142	43,6
	Erkek	184	56,4
Yaş	18-23	2	0,6
	24-29	92	28,2
	30-35	144	44,2
	36-41	60	18,4
	42-47	28	8,6
Medeni Durum	Bekâr	138	42,3
	Evli	188	57,7
Eğitim Düzeyi	İlkokul	18	5,5
	Ortaokul	54	16,6
	Lise	164	50,3
	Üniversite	90	27,6
Meslek Grubu	Özel Sektör	42	12,9
	Kamu Sektörü	90	27,6
	Emekli	38	11,7
	Öğrenci	139	42,6
	Çalışmıyor	17	5,2
Aylık Gelir Düzeyi*	40001-60000 TL	156	47,9
	60001 TL ve üstü	170	52,1
Gelenen Kıta	Avrupa	150	46,0
	Asya	146	44,8
	Güney Amerika	16	4,9
	Kuzey Amerika	0	0,0
	Afrika	8	2,5
	Okyanusya	6	1,8

*Araştırmanın yapıldığı 22.04.2025-05.06.2025 tarih aralığında kur değeri 1€=43.4929 TL olarak baz alınmıştır.

Araştırmaya katılan 326 yabancı turistin demografik dağılımı incelendiğinde, katılımcıların %56,4'ünün erkek, %43,6'sının kadın olduğu görülmektedir. Yaş dağılımında en yoğun grubun 30-35 yaş aralığı (%44,2) olduğu, bunu 24-29 yaş (%28,2) ve 36-41 yaş (%18,4) gruplarının izlediği

belirlenmiştir. Katılımcıların %57,7'si evli, %50,3'ü lise mezunu olup, eğitim düzeyinde lise ve üzeri eğitim oranı %77,9'a ulaşmaktadır. Meslek grubu açısından bakıldığında, katılımcıların %42,6'sı öğrenci, %27,6'sı kamu sektöründe çalışmakta, %12,9'u özel sektörde yer almakta, %11,7'si emekli ve %5,2'si çalışmamaktadır. Aylık gelir beyanına göre katılımcıların %52,1'i 60.001 TL ve üzeri, %47,9'u ise 40.001–60.000 TL aralığında gelir elde ettiğini bildirmiştir. Katılımcıların büyük kısmı Avrupa (%46,0) ve Asya (%44,8) kıtalarından gelmekte olup, Güney Amerika (%4,9), Afrika (%2,5) ve Okyanusya (%1,8) daha az temsil edilmektedir; Kuzey Amerika'dan ise katılım olmamıştır.

Tablo 2. Katılımcıların Türk Mutfağına İlişkin Genel Değerlendirmeleri ve Tutumlarına Ait Frekans ve Yüzde Dağılımları

Türk Mutfağına İlişkin Genel Değerlendirme ve Tutumlar	n	%
Türk mutfağına ilişkin genel değerlendirmeler	Çok Olumsuz	14
	Olumsuz	18
	Kararsızım	72
	Olumlu	174
	Çok Olumlu	48
Türk mutfağına ilişkin bilgi edinilen kaynaklar	Arkadaş tavsiyesi	84
	Sosyal medya paylaşımları	92
	Özel reklamlar	24
	Belgeseller	14
	Kişisel merak	98
	Diğer	14
		4,3
Türkiye'yi yeniden ziyaret etme isteğinde Türk mutfağının etkisi	Kesinlikle Hayır	20
	Hayır	30
	Kararsızım	76
	Evet	164
	Kesinlikle Evet	36
Çevre ve arkadaşlara Türk mutfağını tavsiye etme	Hayır	48
	Kararsızım	76
	Evet	202
		62,0

Katılımcıların ülkelerindeki Türk mutfağına yönelik genel algıları incelendiğinde, %68,1'lik bir kesimin olumlu ya da çok olumlu görüş bildirdiği; yalnızca %9,8'inin olumsuz değerlendirme yaptığı, %22,1'inin ise kararsız kaldığı görülmektedir. Bilgi edinme kaynaklarında en çok kişisel merak (%30,1), sosyal medya paylaşımları (%28,2) ve arkadaş tavsiyesi (%25,8) ön plana çıkmakta; reklam, belgesel ve diğer kaynaklar daha sınırlı düzeyde ifade edilmektedir. Katılımcıların %61,3'ü Türk mutfağının Türkiye'yi tekrar ziyaret etme kararlarında etkili olduğunu belirtirken, yalnızca %15,3'ü etkisiz olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca, %62'si Türk mutfağını ülkelerine döndüklerinde yakın çevrelerine tavsiye etmeyi planladıklarını belirtmiş, bu da mutfağın uluslararası düzeyde olumlu bir imajla ilişkilendirildiğini ve güçlü bir sözlü tanıtım potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 3. Türk Mutfağına Ait Yemeklere Yönelik Genel Görüşlerin Frekans ve Yüzde Dağılımları

Yemeklere Yönelik Genel Görüşler	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katlıyorum		Kesinlikle Katlıyorum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Oldukça lezzetli	0	0,0	22	6,7	92	28,2	184	56,4	28	8,6
Damak tadı oldukça farklı	0	0,0	12	3,7	102	31,3	200	61,3	12	3,7
Kahvaltı açısından çok zengin	0	0,0	8	2,5	56	17,2	194	59,5	68	20,9
Et sıklıkla kullanılıyor	0	0,0	0	0,0	36	11,0	194	59,5	96	29,4
Her yöreye göre farklılık içeriyor	0	0,0	6	1,8	88	27,0	232	71,2	0	0,0
Oldukça iştah açıcı	0	0,0	6	1,8	128	39,3	192	58,9	0	0,0
Farklı baharatlar ve teknikler kullanılıyor	0	0,0	38	11,7	260	79,8	28	8,6	0	0,0
Hiçbir yerde görmediğim farklı teknikler ile lezzet farklılaşıyor	0	0,0	28	8,6	260	79,8	38	11,7	0	0,0
Geldiğim ülkedeki mutfak kültürü ile bambaşka kültüre sahip	0	0,0	0	0,0	90	27,6	234	71,8	2	0,6
Besin değeri çok yüksek	0	0,0	0	0,0	90	27,6	234	71,8	2	0,6
%100 organik	0	0,0	0	0,0	234	71,8	92	28,2	0	0,0
Görünüş açısından oldukça zengin	0	0,0	0	0,0	28	8,6	248	76,1	50	15,3
Dünya standartlarının üzerinde bir mutfak	0	0,0	0	0,0	152	46,6	174	53,4	0	0,0
Doyurucu	2	0,6	0	0,0	36	11,0	210	64,4	78	23,9

Katılımcıların Türk mutfağına ilişkin yemek değerlendirmelerine göre, %65'e yakını yemekleri "oldukça lezzetli" bulmakta, benzer şekilde %61,3'ü damak tadını farklı olarak nitelendirmektedir. Kahvaltının zenginliği ifadesine yüksek düzeyde katılım (%80,4) gözlenmiş, et kullanımının yaygınlığı %88,9'luk oranla net biçimde vurgulanmıştır. Türk mutfağının

bölgesel farklılıklar içerdiği görüşüne %71,2 oranında katılım olurken, yemeklerin iştah açıcı bulunduğu da %58,9 oranında ifade edilmiştir. Ancak “farklı baharatlar ve teknikler” ile “özgün pişirme yöntemleri” gibi ifadelerde katılımcıların büyük kısmı kararsız kalmıştır (%79,8), bu durum bilgi eksikliği ya da deneyim sınırlılığına işaret etmektedir. Katılımcıların %72’si Türk mutfağını geldikleri ülke mutfağından kültürel olarak oldukça farklı görürken, aynı oran besin değerinin yüksek olduğu görüşünü de paylaşmaktadır. Organiklik konusunda ise %71,8’lik kesim kararsız kalmıştır. Görsellik açısından %91,4’lük bir olumlu görüş birliği mevcuttur. Dünya standartlarının üzerinde olduğu görüşüne %53,4 katılım bulunurken, doyuruculuk yönünden %88,3’lük yüksek bir memnuniyet saptanmıştır.

Tablo 4. Katılımcıların Seyahat Süresince Deneyimledikleri Türk Yemeklerine İlişkin Değerlendirmelerinin Frekans ve Yüzde Dağılımları

Deneyimlenen Türk Yemekleri	Çok Olumsuz		Olumsuz		Kararsız		Olumlu		Çok Olumlu	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Çorbalar	0	0,0	0	0,0	220	67,5	106	32,5	0	0,0
Et yemekleri	0	0,0	6	1,8	0	0,0	162	49,7	158	48,5
Tavuk yemekleri	10	3,1	152	46,6	138	42,3	22	6,7	4	1,2
Balık yemekleri	0	0,0	4	1,2	174	53,4	132	40,5	16	4,9
Etli sebze yemekleri	0	0,0	0	0,0	56	17,2	206	63,2	64	19,6
Baklagil içeren yemekler	4	1,2	122	37,4	160	49,1	40	12,3	0	0,0
Zeytinyağlılar	0	0,0	0	0,0	32	9,8	148	45,4	146	44,8
Börekler	0	0,0	14	4,3	28	8,6	186	57,1	98	30,1
Pideler	0	0,0	14	4,3	28	8,6	186	57,1	98	30,1
Pilav ve salatalar	10	3,1	146	44,8	138	42,3	28	8,6	4	1,2
Özel içecekler	0	0,0	4	1,2	174	53,4	132	40,5	16	4,9
Tatlılar	0	0,0	14	4,3	28	8,6	186	57,1	98	30,1
Mezeler	0	0,0	0	0,0	32	9,8	146	44,8	148	45,4

Katılımcıların deneyimlerine dayalı olarak Türk mutfağındaki yemek türlerine yönelik değerlendirmelerinde, et yemekleri (%98,2 olumlu), zeytinyağlılar (%90,2), tatlılar (%87,2), mezeler (%90,2), etli sebze yemekleri (%82,8) ve börek/pideler (%87,2) en yüksek beğeni oranlarını elde etmiştir. Buna karşılık, tavuk yemekleri (%49,7 olumsuz) ve pilav-salatalar (%47,9 olumsuz) en düşük memnuniyet düzeyine sahip kategoriler olarak öne çıkmıştır. Baklagilli yemeklerde ise kararsızlık ve olumsuzluk oranı yüksektir (%86,5). Balık ve özel içeceklerde ağırlıklı olarak kararsızlık bildirilmiş olup, bu durum sınırlı deneyim veya beklenti farkına işaret edebilir. Çorbalar için %67,5 oranında “kararsız” görüş bildirilmiş, yalnızca %32,5 olumlu değerlendirme yapılmıştır. Genel olarak, et ve sebze temelli ana yemekler ile geleneksel yan lezzet grupları yüksek düzeyde beğenilirken, tavuk, bakliyat ve tamamlayıcı ürün gruplarında tereddütlü veya olumsuz algılar daha belirgindir.

Tablo 5. Katılımcıların Türk Mutfağına Ait Yemeklerle İlgili Özel Görüşlerinin Frekans ve Yüzde Dağılımları

Türk Mutfağına Ait Yemeklerle İlgili Özel Görüşler	Çok Olumsuz		Olumsuz		Kararsız		Olumlu		Çok Olumlu	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Sağlık yönünden iyileştirmeler yapılabilir çünkü kalori yok yüksek	0	0,0	20	6,1	162	49,7	134	41,1	10	3,1
Temizliğe daha çok önem verilmeli	106	32,5	176	54,0	16	4,9	18	5,5	10	3,1
Yağ oranları çok fazla	4	1,2	12	3,7	90	27,6	212	65,0	8	2,5
Tatlılar ilerleyen yıllarda sağlık sorunlarına neden olabilir	6	1,8	14	4,3	198	60,7	100	30,7	8	2,5
Herhangi bir görüşüm yok	52	16,0	208	63,8	32	9,8	24	7,4	10	3,1

Katılımcıların özel görüşleri değerlendirildiğinde, Türk mutfağının sağlık yönünden iyileştirilmesi gerektiğini düşünenlerin oranı %44,2 (olumlu/çok olumlu) olmakla birlikte, %49,7’lik bir kesimin kararsız kaldığı görülmektedir. “Yağ oranlarının yüksekliği” ifadesine yönelik değerlendirmelerde %67,5’i bu görüşe katılmış, %27,6’sı kararsız kalmıştır. Tatlıların uzun vadede sağlık riski taşıyabileceği düşüncesine ise %33,2 oranında katılım olmuş, ancak %60,7’lik kesim kararsız kalmıştır. Temizlik konusunda ise dikkat çeken şekilde %86,5 oranında olumsuz ve çok olumsuz görüş bildirilmiş, bu da hijyenin katılımcılar açısından ciddi bir endişe konusu olduğunu göstermektedir. “Herhangi bir görüşüm yok” ifadesine çoğunlukla olumsuz

(%79,8) yanıt verilmesi, katılımcıların Türk mutfağı hakkında genel olarak bir kanaate sahip olduğunu ve ilgisiz kalmadığını ortaya koymaktadır.

Tablo 6. Cinsiyete Göre Türk Mutfağına İlişkin Genel, Deneyimsel ve Özel Görüşlerin Karşılaştırılması (Mann-Whitney U Testi Sonuçları)

Türk Mutfağına İlişkin Genel, Deneyimsel ve Özel Görüşler	Cinsiyet							
	Kadın			Erkek				
	$\bar{x}$	Ss	Med	$\bar{x}$	Ss	Med	u	p
Oldukça lezzetli	3,59	0,62	4,00	3,73	0,80	4,00	11976,000	0,149
Damak tadı oldukça farklı	3,62	0,66	4,00	3,67	0,57	4,00	12912,000	0,834
Kahvaltı açısından çok zengin	4,11	0,55	4,00	3,89	0,77	4,00	11168,000	0,011*
Et sıklıkla kullanılıyor	4,31	0,60	4,00	4,09	0,60	4,00	10644,000	0,001*
Her yöreye göre farklılık içeriyor	3,56	0,50	4,00	3,79	0,48	4,00	9818,000	0,000*
Oldukça iştah açıcı	3,49	0,53	4,00	3,63	0,53	4,00	11244,000	0,012*
Farklı baharatlar ve teknikler kullanılıyor	2,97	0,63	3,00	2,97	0,23	3,00	13048,000	0,978
Hiçbir yerde görmediğim farklı teknikler ile lezzet farklılaşıyor	3,15	0,50	3,00	2,93	0,39	3,00	10456,000	0,000*
Geldiğim ülkedeki mutfak kültürü ile bambaşka kültüre sahip	3,79	0,41	4,00	3,68	0,49	4,00	11676,000	0,035*
Besin değeri çok yüksek	3,79	0,41	4,00	3,68	0,49	4,00	11676,000	0,035*
%100 organik	3,38	0,49	3,00	3,21	0,41	3,00	10794,000	0,001*
Görünüş açısından oldukça zengin	4,25	0,44	4,00	3,92	0,47	4,00	9262,000	0,000*
Dünya standartlarının üzerinde bir mutfak	3,51	0,50	4,00	3,55	0,50	4,00	12446,000	0,397
Doyurucu	4,23	0,78	4,00	4,02	0,47	4,00	10338,000	0,000*
Çorbalar	3,48	0,50	3,00	3,21	0,41	3,00	9506,000	0,000*
Et yemekleri	4,46	0,50	4,00	4,43	0,67	4,50	12832,000	0,753
Tavuk yemekleri	2,97	0,69	3,00	2,25	0,57	2,00	6076,000	0,000*
Balık yemekleri	3,56	0,60	4,00	3,43	0,62	3,00	11680,000	0,064
Etli sebze yemekleri	3,89	0,69	4,00	4,13	0,52	4,00	10504,000	0,000*
Baklagil içeren yemekler	2,69	0,60	3,00	2,75	0,75	3,00	12556,000	0,508
Zeytinyağlılar	4,30	0,66	4,00	4,39	0,64	4,00	12056,000	0,186
Börekler	3,99	0,80	4,00	4,24	0,67	4,00	10924,000	0,004*
Pideler	3,99	0,80	4,00	4,24	0,67	4,00	10924,000	0,004*
Pilav ve salatalar	3,00	0,69	3,00	2,29	0,62	2,00	6298,000	0,000*
Özel içecekler	3,56	0,60	4,00	3,43	0,62	3,00	11680,000	0,064
Tatlılar	3,99	0,80	4,00	4,24	0,67	4,00	10924,000	0,004*
Mezeler	4,31	0,67	4,00	4,39	0,64	4,00	12224,000	0,270
Sağlık yönünden iyileştirmeler yapılabilir çünkü kalori yok yüksek	3,25	0,62	3,00	3,53	0,65	4,00	10386,000	0,000*
Temizliğe daha çok önem verilmeli	2,10	1,09	2,00	1,79	0,76	2,00	11444,000	0,033*
Yağ oranları çok fazla	3,39	0,76	3,00	3,83	0,48	4,00	8362,000	0,000*
Tatlılar ilerleyen yıllarda sağlık sorunlarına neden olabilir	3,18	0,83	3,00	3,35	0,50	3,00	11538,000	0,036*
Herhangi bir görüşüm yok	2,23	0,93	2,00	2,14	0,87	2,00	12508,000	0,442

Katılımcıların Türk mutfağına ilişkin tutumları cinsiyet değişkenine göre incelenmiş ve anlamlı farklar tespit edilmiştir ($p < .05$).

Genel değerlendirmeler kapsamında, kadınlar kahvaltı zenginliği konusunda erkeklerden daha yüksek puan vermiştir (kadın $\bar{x} = 4,11$, erkek $\bar{x} = 3,89$, $u = 11.168$, $p = .011$). Benzer biçimde, “et sıklıkla kullanılıyor” maddesinde kadın ortalaması 4,31, erkek ortalaması 4,09 olup fark anlamlıdır ($p = .001$). Erkekler ise Türk mutfağının “yöresel farklılık” barındırdığı görüşüne kadınlardan daha yüksek düzeyde katılmıştır ($\bar{x} = 3,79$ vs 3,56, $U = 9.818$, $p < .001$). Ayrıca, erkekler “Oldukça iştah açıcı” ifadesine 3,63, kadınlar 3,49 ortalama verirken ($p = .012$), kadınlar “Görünüş açısından zengin” (kadın 4,25, erkek 3,92, $p < .001$), “%100 organik” (kadın 3,38, erkek 3,21, $p = .001$), “Doyurucu” (kadın 4,23, erkek 4,02, $p < .001$) gibi başlıklarda daha olumlu değerlendirme yapmıştır. “Hiçbir yerde görmediğim teknikler” maddesinde de kadınlar daha yüksek puan vermiştir (3,15 vs 2,93, $p < .001$). Diğer yandan “Oldukça lezzetli”, “Damak tadı oldukça farklı” ve “Dünya standartlarının üzerinde bir mutfak” gibi ifadelerde anlamlı fark bulunmamıştır ($p > .05$).

Deneyimsel açıdan değerlendirildiğinde, kadınlar çorbaları erkeklerden daha yüksek puanlamıştır (3,48 vs 3,21, $p < .001$). Tavuk yemeklerinde kadın ortalaması 2,97, erkeklerde ise yalnızca 2,25 olup fark oldukça belirgindir ($p < .001$). Erkekler etli sebze yemeklerine kadınlara kıyasla daha olumlu yaklaşmış (4,13 vs 3,89, $p < .001$), ayrıca börek, pide, tatlı ve pilav-salata gibi kategorilerde anlamlı şekilde daha yüksek puanlar vermiştir. Örneğin, pilav-salata için kadın ortalaması 3,00, erkek ortalaması 2,29 olarak saptanmıştır ($u = 6.298$, $p < .001$). Et yemekleri, zeytinyağlılar, mezeler ve baklagiller gibi maddelerde cinsiyetler arasında fark saptanmamıştır ($p > .05$).

Özel görüşler açısından değerlendirildiğinde ise, erkekler “sağlık yönünden iyileştirme gerekir çünkü kalori yüksek” maddesine daha yüksek düzeyde katılmıştır (kadın 3,25, erkek 3,53, $p < .001$). Aynı şekilde “yağ oranı çok fazla” (kadın 3,39, erkek 3,83, $p < .001$) ve “tatlılar ileride sağlık sorunu yaratabilir” (kadın 3,18, erkek 3,35, $p = .036$) ifadelerinde erkeklerin ortalamaları daha yüksektir. “Temizliğe daha çok önem verilmeli” ifadesinde ise kadınların ortalaması 2,10, erkeklerin 1,79 olup anlamlı bir fark bulunmaktadır ($p = .033$). “Herhangi bir görüşüm yok” ifadesinde ise cinsiyete bağlı anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($p = .442$).

Tablo 7. Yaşa Göre Türk Mutfağına İlişkin Genel, Deneyimsel ve Özel Görüşlerin Karşılaştırılması (Kruskal-Wallis Testi Sonuçları)

Türk Mutfağına İlişkin Genel, Deneyimsel ve Özel Görüşler	Yaş													
	18-29			30-35			36-41			42-47				
	$\bar{x}$	Ss	Med	$\bar{x}$	Ss	Med	$\bar{x}$	Ss	Med	$\bar{x}$	Ss	Med	X ²	p
Oldukça lezzetli	3,83	0,67	4,00	3,64	0,68	4,00	3,67	0,88	4,00	3,29	0,71	3,00	15,935	0,001*
Damak tadı oldukça farklı	3,79	0,46	4,00	3,64	0,63	4,00	3,63	0,76	4,00	3,29	0,46	3,00	18,465	0,000*
Kahvaltı açısından çok zengin	4,09	0,71	4,00	3,99	0,68	4,00	4,07	0,63	4,00	3,50	0,64	3,00	19,939	0,000*
Et sıklıkla kullanılıyor	4,21	0,58	4,00	4,11	0,62	4,00	4,40	0,62	4,00	4,00	0,54	4,00	12,878	0,005*
Her yöreye göre farklılık içeriyor	3,62	0,57	4,00	3,69	0,49	4,00	3,73	0,45	4,00	3,86	0,36	4,00	4,701	0,195
Oldukça iştah açıcı	3,57	0,54	4,00	3,61	0,54	4,00	3,47	0,50	3,00	3,57	0,50	4,00	4,305	0,230
Farklı baharatlar ve teknikler kullanılıyor	2,87	0,49	3,00	2,93	0,31	3,00	3,27	0,58	3,00	2,86	0,36	3,00	32,651	0,000*
Hiçbir yerde görmediğim farklı teknikler ile lezzet farklılaşıyor.	3,11	0,52	3,00	2,99	0,43	3,00	3,07	0,25	3,00	2,93	0,60	3,00	5,875	0,118
Geldiğim ülkedeki mutfak kültürü ile bambaşka kültüre sahip	3,55	0,50	4,00	3,81	0,43	4,00	3,77	0,43	4,00	3,86	0,36	4,00	20,433	0,000*
Besin değeri çok yüksek	3,55	0,50	4,00	3,81	0,43	4,00	3,77	0,43	4,00	3,86	0,36	4,00	20,433	0,000*
%100 organik	3,23	0,43	3,00	3,35	0,48	3,00	3,27	0,45	3,00	3,14	0,36	3,00	6,816	0,078
Görünüş açısından oldukça zengin	3,96	0,41	4,00	4,03	0,50	4,00	4,27	0,52	4,00	4,21	0,42	4,00	18,689	0,000*
Dünya standartlarının üzerinde bir mutfak	3,47	0,50	3,00	3,65	0,48	4,00	3,43	0,50	3,00	3,36	0,49	3,00	15,719	0,001*
Doğurucu	3,98	0,53	4,00	4,18	0,72	4,00	4,20	0,61	4,00	4,00	0,38	4,00	11,772	0,008*
Çorbalar	3,17	0,38	3,00	3,42	0,49	3,00	3,47	0,50	3,00	3,07	0,26	3,00	29,380	0,000
Et yemekleri	4,30	0,46	4,00	4,54	0,71	5,00	4,53	0,50	5,00	4,29	0,46	4,00	24,613	0,000
Tavuk yemekleri	2,57	0,71	3,00	2,61	0,78	3,00	2,40	0,62	2,00	2,64	0,62	3,00	4,032	0,258
Balık yemekleri	3,30	0,55	3,00	3,61	0,68	3,50	3,50	0,50	3,50	3,50	0,51	3,50	11,221	0,011
Etl sebze yemekleri	3,66	0,66	4,00	4,18	0,45	4,00	4,17	0,69	4,00	4,14	0,36	4,00	47,035	0,000
Baklagil içeren yemekler	2,64	0,76	3,00	2,63	0,68	3,00	3,03	0,49	3,00	2,86	0,65	3,00	20,838	0,000
Zeytinyağlılar	4,32	0,63	4,00	4,15	0,68	4,00	4,67	0,48	5,00	4,79	0,42	5,00	39,961	0,000
Börekler	4,26	0,84	4,00	4,11	0,68	4,00	4,07	0,82	4,00	3,93	0,26	4,00	12,090	0,007
Pideler	4,26	0,84	4,00	4,11	0,68	4,00	4,07	0,82	4,00	3,93	0,26	4,00	12,090	0,007
Pilav ve salatalar	2,66	0,76	3,00	2,61	0,78	3,00	2,47	0,68	2,00	2,64	0,62	3,00	2,636	0,451
Özel içecekler	3,30	0,55	3,00	3,61	0,68	3,50	3,50	0,50	3,50	3,50	0,51	3,50	11,221	0,011
Tatlılar	4,26	0,84	4,00	4,11	0,68	4,00	4,07	0,82	4,00	3,93	0,26	4,00	12,090	0,007
Mezeler	4,32	0,63	4,00	4,17	0,69	4,00	4,67	0,48	5,00	4,79	0,42	5,00	37,804	0,000
Sağlık yönünden iyileştirmeler yapılabilir çünkü kalori çok yüksek	3,38	0,49	3,00	3,46	0,71	3,00	3,23	0,77	3,00	3,64	0,49	4,00	7,095	0,069
Temizliğe daha çok önem verilmeli	1,87	0,82	2,00	1,85	0,90	2,00	2,27	1,22	2,00	1,79	0,57	2,00	5,219	0,156
Yağ oranları çok fazla	3,64	0,57	4,00	3,69	0,72	4,00	3,50	0,68	4,00	3,64	0,49	4,00	5,634	0,131
Tatlılar ilerleyen yıllarda sağlık sorunlarına neden olabilir	3,19	0,82	3,00	3,28	0,56	3,00	3,23	0,67	3,00	3,64	0,49	4,00	13,302	0,004
Herhangi bir görüşüm yok	2,38	0,87	2,00	2,08	0,87	2,00	1,97	0,88	2,00	2,43	1,00	2,00	16,474	0,001

Katılımcıların yaş gruplarına göre Türk mutfağına ilişkin değerlendirmelerinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ($p < .05$).

Genel görüşlerde, “Oldukça lezzetli” ifadesine en yüksek puan 18–29 yaş grubundan gelmiş ($\bar{x} = 3,83$), en düşük puan ise 42–47 yaş grubunda gözlenmiştir ($\bar{x} = 3,29$; $X^2 = 15,935$, $p = .001$). Benzer şekilde, “Damak tadı farklı” ($X^2 = 18,465$, $p < .001$), “Kahvaltı zenginliği” ($X^2 = 19,939$, $p < .001$), “Farklı baharatlar kullanımı” ($X^2 = 32,651$, $p < .001$) gibi ifadelerde de anlamlı farklılıklar saptanmış; 18–29 ve 36–41 yaş grupları genel olarak daha olumlu değerlendirmeler yapmıştır. “Görünüş açısından zenginlik” ($X^2 = 18,689$, $p < .001$) ve “Dünya standartları üzerinde mutfak” ($X^2 = 15,719$, $p = .001$) ifadelerinde 36–41 ve 30–35 yaş grupları öne çıkarken, “Besin değeri yüksek” ve “Farklı kültüre sahip” ifadelerinde 42–47 yaş grubu daha olumlu değerlendirmelerde bulunmuştur ($\bar{x} = 3,86$, $p < .001$).

Deneyimsel görüşlerde, yaş değişkeni birçok yemek türü açısından anlamlı fark yaratmıştır. Özellikle “Et yemekleri” ($X^2 = 24,613$, $p < .001$), “Zeytinyağlılar” ($X^2 = 39,961$, $p < .001$), “Etil sebze yemekleri” ($X^2 = 47,035$, $p < .001$) ve “Mezeler” ($X^2 = 37,804$, $p < .001$) gibi kategorilerde 36–41 ve 42–47 yaş grupları en yüksek ortalamaları vermiştir (örneğin, mezeler: 42–47 yaş $\bar{x} = 4,79$). “Çorbalar” ve “Balık yemekleri” gibi alanlarda da yaşa göre anlamlı farklar gözlenmiştir. Buna

karşılık, “Tavuk yemekleri” ($X^2 = 4,032$, $p = .258$) ve “Pilav-salatalar” ($X^2 = 2,636$, $p = .451$) maddelerinde fark saptanmamıştır.

Özel görüşlerde, “Tatlıların sağlık riski yaratabileceği” ifadesine en yüksek katılım 42–47 yaş grubundan gelmiş ($\bar{x} = 3,64$, $X^2 = 13,302$, $p = .004$), bu da yaş ilerledikçe beslenmeye ilişkin sağlık bilincinin arttığını göstermektedir. Benzer şekilde, “Herhangi bir görüşüm yok” ifadesinde de en yüksek ortalama yine bu yaş grubunda saptanmıştır ($\bar{x} = 2,43$, $X^2 = 16,474$, $p = .001$). “Kalori fazlalığı”, “temizlik” ve “yağ oranı” gibi eleştirel değerlendirmelerde ise yaş grupları arasında anlamlı fark bulunmamıştır ($p > .05$).

Tablo 8. Medeni Duruma Göre Türk Mutfağına İlişkin Genel, Deneyimsel ve Özel Görüşlerin Karşılaştırılması (Mann-Whitney U Testi Sonuçları)

Türk Mutfağına İlişkin Genel, Deneyimsel ve Özel Görüşler	Medeni Durum							
	Bekâr			Evli				
	$\bar{x}$	Ss	Med	$\bar{x}$	Ss	Med	u	p
Oldukça lezzetli	3,52	0,76	4,00	3,78	0,69	4,00	10902,000	0,006*
Damak tadı oldukça farklı	3,55	0,67	4,00	3,72	0,56	4,00	11408,000	0,030*
Kahvaltı açısından çok zengin	3,88	0,65	4,00	4,06	0,71	4,00	11002,000	0,008*
Et sıklıkla kullanılıyor	4,23	0,57	4,00	4,15	0,64	4,00	12172,000	0,276
Her yöreye göre farklılık içeriyor	3,68	0,50	4,00	3,70	0,50	4,00	12644,000	0,620
Oldukça iştah açıcı	3,62	0,54	4,00	3,53	0,52	4,00	11674,000	0,072
Farklı baharatlar ve teknikler kullanılıyor	3,12	0,50	3,00	2,86	0,38	3,00	10028,000	0,000*
Hiçbir yerde görmediğim farklı teknikler ile lezzet farklılaşıyor.	2,93	0,46	3,00	3,11	0,43	3,00	10892,000	0,000*
Geldiğim ülkedeki mutfak kültürü ile bambaşka kültüre sahip	3,86	0,35	4,00	3,64	0,50	4,00	10140,000	0,000*
Besin değeri çok yüksek	3,86	0,35	4,00	3,64	0,50	4,00	10140,000	0,000*
%100 organik	3,26	0,44	3,00	3,30	0,46	3,00	12492,000	0,464
Görünüş açısından oldukça zengin	4,32	0,50	4,00	3,88	0,38	4,00	7912,000	0,000*
Dünya standartlarının üzerinde bir mutfak	3,48	0,50	3,00	3,57	0,50	4,00	11724,000	0,086
Doyurucu	4,32	0,63	4,00	3,96	0,58	4,00	9144,000	0,000*
Çorbalar	3,43	0,50	3,00	3,24	0,43	3,00	10506,000	0,000*
Et yemekleri	4,55	0,50	5,00	4,37	0,65	4,00	11300,000	0,023*
Tavuk yemekleri	2,68	0,65	3,00	2,48	0,76	2,00	10886,000	0,006*
Balık yemekleri	3,38	0,59	3,00	3,57	0,61	4,00	10646,000	0,002*
Etlili sebze yemekleri	4,13	0,68	4,00	3,95	0,53	4,00	10998,000	0,006*
Baklagil içeren yemekler	2,75	0,60	3,00	2,70	0,74	3,00	12324,000	0,397
Zeytinyağlılar	4,20	0,65	4,00	4,46	0,63	5,00	10248,000	0,000*
Börekler	4,09	0,76	4,00	4,16	0,72	4,00	12206,000	0,304
Pideler	4,09	0,76	4,00	4,16	0,72	4,00	12206,000	0,304
Pilav ve salatalar	2,71	0,66	3,00	2,52	0,78	2,00	11072,000	0,013*
Özel içecekler	3,38	0,59	3,00	3,57	0,61	4,00	10646,000	0,002*
Tatlılar	4,09	0,76	4,00	4,16	0,72	4,00	12206,000	0,304
Mezeler	4,20	0,65	4,00	4,47	0,63	5,00	10128,000	0,000*
Sağlık yönünden iyileştirmeler yapılabilir çünkü kalori yok yüksek	3,36	0,74	3,00	3,45	0,58	3,00	12006,000	0,201
Temizliğe daha çok önem verilmeli	1,74	1,01	1,00	2,06	0,85	2,00	9194,000	0,000*
Yağ oranları çok fazla	3,67	0,53	4,00	3,62	0,73	4,00	12906,000	0,925
Tatlılar ilerleyen yıllarda sağlık sorunlarına neden olabilir	3,36	0,84	3,00	3,21	0,50	3,00	11004,000	0,007*
Herhangi bir görüşüm yok	2,30	1,04	2,00	2,09	0,76	2,00	11800,000	0,104

Katılımcıların medeni durumlarına göre Türk mutfağına ilişkin değerlendirmelerinde anlamlı farklılıklar belirlenmiştir ($p < .05$).

Genel görüşlerde, evli bireyler “Oldukça lezzetli” ($\bar{x} = 3,78$), “Damak tadı farklı” ($\bar{x} = 3,72$) ve “Kahvaltı açısından zengin” ($\bar{x} = 4,06$) ifadelerine bekâr bireylere kıyasla daha yüksek puan vermiştir (sırasıyla $p = .006$, $.030$, $.008$). Öte yandan, bekâr bireyler “Farklı baharat teknikleri” ($\bar{x} = 3,12$), “Lezzet farklılaşıyor” ($\bar{x} = 2,93$), “Farklı kültür” ($\bar{x} = 3,86$), “Besin değeri” ($\bar{x} = 3,86$), “Görünüş zenginliği” ($\bar{x} = 4,32$) ve “Doyuruculuk” ($\bar{x} = 4,32$) ifadelerine evlilere kıyasla anlamlı şekilde daha yüksek puan vermiştir (tüm $p < .01$).

Deneyimsel değerlendirmelerde, bekâr bireyler “Et yemekleri” ($\bar{x} = 4,55$), “Çorbalar” ($\bar{x} = 3,43$) ve “Etlili sebze yemekleri” ($\bar{x} = 4,13$) gibi yemekleri daha yüksek düzeyde takdir ederken; evli bireyler “Zeytinyağlılar” ($\bar{x} = 4,46$), “Mezeler” ($\bar{x} = 4,47$) ve “Balık yemekleri” ($\bar{x} = 3,57$) gibi ürünlere daha olumlu yaklaşmıştır. “Pilav ve salatalar” da bekâr bireylerce daha beğenilmiştir ($\bar{x} = 2,71$ vs $2,52$; $p = .013$). Diğer yandan, “Baklagiller”, “Börekler”, “Pideler” ve “Tatlılar” gibi kategorilerde medeni duruma göre anlamlı fark bulunmamıştır ($p > .05$).

Özel görüşlerde, “Temizlik” maddesinde evli bireyler daha yüksek duyarlılık göstermiştir ($\bar{x} = 2,06$ vs $1,74$; $p < .001$). “Tatlıların ileride sağlık sorunu yaratabileceği” ifadesinde ise bekâr

bireylerin daha yüksek ortalama verdiği görülmüştür ($\bar{x} = 3,36$ vs $3,21$; $p = .007$). “Kalori yüksekliği”, “yağ oranı” ve “herhangi bir görüşüm yok” ifadelerinde anlamlı bir fark saptanmamıştır.

Tablo 9. Eğitim Düzeyine Göre Türk Mutfağına İlişkin Genel, Deneyimsel ve Özel Görüşlerin Karşılaştırılması (Kruskal-Wallis Testi Sonuçları)

Türk Mutfağına İlişkin Genel, Deneyimsel ve Özel Görüşler	Eğitim Düzeyi												X ²	p
	İlkokul			Ortaokul			Lise			Üniversite				
	x̄	Ss	Med	x̄	Ss	Med	x̄	Ss	Med	x̄	Ss	Med		
Oldukça lezzetli	3,33	0,97	4,00	3,67	0,61	4,00	3,57	0,70	4,00	3,91	0,73	4,00	13,848	0,003*
Damak tadı oldukça farklı	3,33	0,97	4,00	3,70	0,66	4,00	3,59	0,52	4,00	3,80	0,62	4,00	10,613	0,014*
Kahvaltı açısından çok zengin	4,00	0,00	4,00	4,30	0,46	4,00	3,85	0,75	4,00	4,04	0,70	4,00	17,237	0,001*
Et sıklıkla kullanılıyor	4,44	0,51	4,00	4,33	0,48	4,00	4,04	0,67	4,00	4,31	0,51	4,00	17,407	0,001*
Her yöreye göre farklılık içeriyor	3,89	0,32	4,00	3,81	0,39	4,00	3,67	0,54	4,00	3,62	0,49	4,00	8,775	0,032*
Oldukça iştah açıcı	4,00	0,00	4,00	3,67	0,61	4,00	3,43	0,50	3,00	3,69	0,51	4,00	36,322	0,000*
Farklı baharatlar ve teknikler kullanılıyor	3,00	0,00	3,00	3,11	0,32	3,00	3,01	0,51	3,00	2,80	0,40	3,00	19,694	0,000*
Hiçbir yerde görmediğim farklı teknikler ile lezzet farklılaşıyor.	3,00	0,00	3,00	3,00	0,00	3,00	3,07	0,41	3,00	2,98	0,65	3,00	2,906	0,406
Geldiğim ülkedeki mutfak kültürü ile bambaşka kültüre sahip	4,00	0,00	4,00	4,00	0,00	4,00	3,63	0,51	4,00	3,69	0,47	4,00	34,011	0,000*
Besin değeri çok yüksek	4,00	0,00	4,00	4,00	0,00	4,00	3,63	0,51	4,00	3,69	0,47	4,00	34,011	0,000*
%100 organik	4,00	0,00	4,00	3,33	0,48	3,00	3,26	0,44	3,00	3,16	0,36	3,00	53,992	0,000*
Görünüş açısından oldukça zengin	4,89	0,32	5,00	4,15	0,36	4,00	4,00	0,56	4,00	3,98	0,15	4,00	61,594	0,000*
Dünya standartlarının üzerinde bir mutfak	3,00	0,00	3,00	3,59	0,50	4,00	3,60	0,49	4,00	3,49	0,50	3,00	24,692	0,000*
Doğurucu	5,00	0,00	5,00	4,00	0,82	4,00	3,98	0,56	4,00	4,24	0,48	4,00	57,498	0,000*
Çorbalar	3,89	0,32	4,00	3,22	0,42	3,00	3,30	0,46	3,00	3,31	0,47	3,00	28,976	0,000*
Et yemekleri	4,44	0,51	4,00	4,74	0,44	5,00	4,34	0,67	4,00	4,47	0,50	4,00	18,401	0,000*
Tavuk yemekleri	2,67	0,49	3,00	2,96	0,89	3,00	2,41	0,63	2,00	2,58	0,72	3,00	18,460	0,000*
Balık yemekleri	3,00	0,00	3,00	3,81	0,87	4,00	3,46	0,55	3,00	3,44	0,50	3,00	20,314	0,000*
Etl sebze yemekleri	4,56	0,51	5,00	4,11	0,79	4,00	4,12	0,53	4,00	3,69	0,47	4,00	46,820	0,000*
Baklagil içeren yemekler	2,33	0,49	2,00	2,89	0,74	3,00	2,74	0,60	3,00	2,67	0,79	3,00	10,449	0,015*
Zeytinyağlılar	3,67	0,69	4,00	4,00	0,61	4,00	4,63	0,48	5,00	4,18	0,68	4,00	67,943	0,000*
Börekler	4,67	0,49	5,00	4,41	0,63	4,00	4,04	0,71	4,00	4,02	0,81	4,00	24,596	0,000*
Pideler	4,67	0,49	5,00	4,41	0,63	4,00	4,04	0,71	4,00	4,02	0,81	4,00	24,596	0,000*
Pilav ve salatalar	2,89	0,58	3,00	2,96	0,89	3,00	2,46	0,67	2,00	2,58	0,72	3,00	17,689	0,001*
Özel içecekler	3,00	0,00	3,00	3,81	0,87	4,00	3,46	0,55	3,00	3,44	0,50	3,00	20,314	0,000*
Tatlılar	4,67	0,49	5,00	4,41	0,63	4,00	4,04	0,71	4,00	4,02	0,81	4,00	24,596	0,000*
Mezeler	3,67	0,69	4,00	4,00	0,61	4,00	4,65	0,48	5,00	4,18	0,68	4,00	70,520	0,000*
Sağlık yönünden iyileştirmeler yapılabilir çünkü kalori yok yüksek	3,67	0,49	4,00	2,96	0,33	3,00	3,52	0,67	4,00	3,42	0,69	3,00	42,544	0,000*
Temizliğe daha çok önem verilmeli	1,33	0,49	1,00	1,37	0,49	1,00	2,26	1,05	2,00	1,78	0,70	2,00	57,715	0,000*
Yağ oranları çok fazla	3,44	0,51	3,00	3,85	0,36	4,00	3,67	0,75	4,00	3,49	0,59	4,00	19,450	0,000*
Tatlılar ile ilgili yıllarda sağlık sorunlarına neden olabilir	3,67	0,69	4,00	2,81	1,03	3,00	3,37	0,51	3,00	3,31	0,51	3,00	35,809	0,000*
Herhangi bir görüşüm yok	1,78	1,06	1,00	2,44	1,11	2,00	2,09	0,72	2,00	2,27	0,96	2,00	12,037	0,007*

Katılımcıların eğitim düzeyine göre Türk mutfağına ilişkin değerlendirmelerinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ($p < .05$). Genel görüşler açısından, “Oldukça lezzetli” ifadesine üniversite mezunları en yüksek puanı vermiştir ($\bar{x} = 3,91$, $p = .003$), “Damak tadı oldukça farklı” ve “Kahvaltı zenginliği” ifadelerinde de anlamlı farklar gözlenmiştir. Özellikle ortaokul mezunları, kahvaltıya en yüksek değeri vermiştir ($\bar{x} = 4,30$). “Et sıklıkla kullanılıyor” ifadesinde ise ilkökul mezunları en yüksek ortalama sahiptir ($\bar{x} = 4,44$), bu grubun geleneksel mutfak algısına daha bağlı olduğu görülmektedir. “Görünüş zenginliği” ($\bar{x} = 4,89$) ve “%100 organik” ifadesinde ($\bar{x} = 4,00$) de ilkökul mezunlarının değerlendirmeleri dikkat çekici düzeyde yüksektir ($p < .001$).

Deneyimsel değerlendirmelerde, tüm yemek türlerine ilişkin anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. “Zeytinyağlılar” maddesinde üniversite mezunları yüksek puan vermiştir ($\bar{x} = 4,18$, $p < .001$), “Et yemekleri” ($\bar{x} = 4,74$) ve “Tatlılar” ($\bar{x} = 4,67$) gibi başlıklarda ise ortaokul mezunları öne çıkmıştır. “Etl sebze yemekleri” için ilkökul grubunda çok yüksek bir ortalama gözlenmiştir ($\bar{x} = 4,56$). Diğer yandan, “Pilav ve salatalar” gibi tamamlayıcı yemekler daha düşük ortalamalarla değerlendirilmiştir ancak yine de eğitim düzeyine göre anlamlı farklar sunmuştur ($p = .001$).

Özel görüşler bakımından da dikkat çekici sonuçlar elde edilmiştir. “Kalori yüksekliği” nedeniyle sağlık yönünden iyileştirme yapılması gerektiği ifadesine en yüksek katılım ilkökul mezunlarından gelmiştir ($\bar{x} = 3,67$, $p < .001$). “Temizlik” konusunda en yüksek kaygı lise

mezunlarında gözlenmiştir ($\bar{x} = 2,26$, $p < .001$), “Tatlıların sağlık riski oluşturabileceği” düşüncesi ise yine ilkökul grubunda baskındır ($\bar{x} = 3,67$). Bu bulgular, eğitim düzeyine bağlı olarak hem geleneksel mutfak öğelerine yüklenen anlamların hem de sağlık-hijyen duyarlılığının farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Tablo 10. Meslek Grubuna Göre Türk Mutfağına İlişkin Genel, Deneyimsel ve Özel Görüşlerin Karşılaştırılması (Kruskal-Wallis Testi Sonuçları)

Türk Mutfağına İlişkin Genel, Deneyimsel ve Özel Görüşler	Meslek Grubu															X ²	p
	Özel Sektör			Kamu Sektörü			Emekli			Öğrenci			Çalışmıyor				
	̄x	Ss	Med	̄x	Ss	Med	̄x	Ss	Med	̄x	Ss	Med	̄x	Ss	Med		
Oldukça lezzetli	3,74	0,89	4,00	3,67	0,64	4,00	3,89	0,51	4,00	3,63	0,74	4,00	3,35	0,93	3,00	8,806	0,066
Damak tadı oldukça farklı	3,55	0,67	4,00	3,66	0,54	4,00	3,84	0,44	4,00	3,67	0,67	4,00	3,29	0,47	3,00	12,441	0,014*
Kahvaltı açısından çok zengin	4,31	0,78	4,50	3,92	0,55	4,00	4,16	0,44	4,00	3,95	0,77	4,00	3,47	0,51	3,00	24,696	0,000*
Et sıklıkla kullanılıyor	4,38	0,58	4,00	4,27	0,58	4,00	4,32	0,53	4,00	4,06	0,65	4,00	4,00	0,50	4,00	14,648	0,005*
Her yöreye göre farklılık içeriyor	3,52	0,51	4,00	3,70	0,46	4,00	3,95	0,23	4,00	3,64	0,56	4,00	3,94	0,24	4,00	21,960	0,000*
Oldukça iştah açıcı	3,45	0,50	3,00	3,49	0,50	3,00	3,68	0,57	4,00	3,62	0,54	4,00	3,65	0,49	4,00	10,288	0,036*
Farklı baharatlar ve teknikler kullanılıyor	2,55	0,50	3,00	3,04	0,47	3,00	3,05	0,23	3,00	3,03	0,42	3,00	2,94	0,24	3,00	43,914	0,000*
Hiçbir yerde görmediğim farklı teknikler ile lezzet farklılaşıyor	3,38	0,62	3,00	2,99	0,44	3,00	3,00	0,00	3,00	2,99	0,40	3,00	2,82	0,53	3,00	32,161	0,000*
Geldiğim ülkedeki mutfak kültürü ile bambaşka kültüre sahip	3,31	0,47	3,00	3,67	0,47	4,00	3,87	0,41	4,00	3,84	0,39	4,00	3,88	0,33	4,00	50,973	0,000*
Besin değeri çok yüksek	3,31	0,47	3,00	3,67	0,47	4,00	3,87	0,41	4,00	3,84	0,39	4,00	3,88	0,33	4,00	50,973	0,000*
%100 organik	3,43	0,50	3,00	3,36	0,48	3,00	3,32	0,47	3,00	3,21	0,41	3,00	3,06	0,24	3,00	14,900	0,005*
Görünüş açısından oldukça zengin	4,12	0,40	4,00	4,08	0,58	4,00	4,16	0,49	4,00	4,00	0,43	4,00	4,24	0,44	4,00	6,611	0,158
Dünya standartlarının üzerinde bir mutfak	3,07	0,26	3,00	3,58	0,50	4,00	3,74	0,45	4,00	3,60	0,49	4,00	3,41	0,51	3,00	46,726	0,000*
Doğurucu	4,00	0,38	4,00	4,13	0,69	4,00	4,03	0,43	4,00	4,17	0,71	4,00	4,00	0,35	4,00	6,742	0,150
Çorbalar	3,24	0,43	3,00	3,37	0,48	3,00	3,26	0,45	3,00	3,38	0,49	3,00	3,00	0,00	3,00	12,971	0,011*
Et yemekleri	4,31	0,47	4,00	4,32	0,70	4,00	4,66	0,75	5,00	4,53	0,50	5,00	4,29	0,47	4,00	20,488	0,000*
Tavuk yemekleri	2,86	0,68	3,00	2,63	0,71	3,00	2,55	0,80	2,50	2,43	0,71	2,00	2,59	0,51	3,00	16,518	0,002*
Balık yemekleri	3,40	0,50	3,00	3,56	0,58	4,00	3,53	0,69	3,00	3,48	0,65	3,00	3,35	0,49	3,00	2,593	0,628
Etlı sebze yemekleri	3,90	0,48	4,00	4,01	0,55	4,00	4,08	0,54	4,00	4,03	0,70	4,00	4,24	0,44	4,00	4,049	0,399
Baklagil içeren yemekler	2,71	0,71	3,00	2,60	0,61	3,00	2,82	0,65	3,00	2,78	0,73	3,00	2,76	0,66	3,00	3,465	0,483
Zeytinyağlılar	4,69	0,47	5,00	4,34	0,72	4,00	4,13	0,53	4,00	4,26	0,65	4,00	4,76	0,44	5,00	27,425	0,000*
Börekler	4,21	0,52	4,00	3,93	1,01	4,00	3,97	0,75	4,00	4,29	0,55	4,00	4,00	0,35	4,00	9,679	0,046*
Pideler	4,21	0,52	4,00	3,93	1,01	4,00	3,97	0,75	4,00	4,29	0,55	4,00	4,00	0,35	4,00	9,679	0,046*
Pilav ve salatalar	2,90	0,69	3,00	2,68	0,73	3,00	2,55	0,80	2,50	2,47	0,75	2,00	2,59	0,51	3,00	16,039	0,003*
Özel içecekler	3,40	0,50	3,00	3,56	0,58	4,00	3,53	0,69	3,00	3,48	0,65	3,00	3,35	0,49	3,00	2,593	0,628
Tatlılar	4,21	0,52	4,00	3,93	1,01	4,00	3,97	0,75	4,00	4,29	0,55	4,00	4,00	0,35	4,00	9,679	0,046*
Mezeler	4,69	0,47	5,00	4,37	0,73	5,00	4,13	0,53	4,00	4,26	0,65	4,00	4,76	0,44	5,00	27,601	0,000*
Sağlık yönünden iyileştirmeler yapılabilir çünkü kalori yok yüksek	3,45	0,55	3,00	3,60	0,56	4,00	3,21	0,47	3,00	3,31	0,76	3,00	3,59	0,51	4,00	20,555	0,000*
Temizliğe daha çok önem verilmeli	1,86	0,72	2,00	2,12	0,92	2,00	1,58	0,64	1,50	1,94	1,06	2,00	1,71	0,59	2,00	13,010	0,011*
Yağ oranları çok fazla	3,52	0,51	4,00	3,59	0,62	4,00	3,87	0,34	4,00	3,63	0,78	4,00	3,71	0,47	4,00	12,021	0,017*
Tatlılar ilerleyen yıllarda sağlık sorunlarına neden olabilir	3,24	0,69	3,00	3,44	0,58	3,00	3,18	0,65	3,00	3,15	0,70	3,00	3,71	0,47	4,00	23,060	0,000*
Herhangi bir görüşüm yok	2,31	1,00	2,00	2,03	0,59	2,00	2,39	1,22	2,00	2,15	0,91	2,00	2,35	0,93	2,00	2,793	0,593

Meslek grupları bazında genel, deneyimsel ve özel görüşlerde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Genel görüşlerde, “Damak tadı oldukça farklı” ifadesi emeklilerce ($\bar{x}$ 3,84) daha yüksek değerlendirilmiş ($p=0,014$); “kahvaltı açısından çok zengin” görüşü en yüksek özel sektör çalışanlarınca ($\bar{x}$ 4,31), en düşük ise çalışmayan bireylerce ($\bar{x}$ 3,47) belirtilmiştir ($p<0,001$). “Et sıklıkla kullanılıyor” ve “her yöreye göre farklılık içeriyor” ifadelerinde özel sektör ve emekli grubu daha yüksek puanlar vermiştir ($p<0,01$). Özel sektör katılımcıları “farklı tekniklerle lezzet farklılaşıyor” ($\bar{x}$ 3,38) maddesinde diğer gruplardan belirgin şekilde ayrılmıştır ($p<0,001$). “Besin değeri çok yüksek” ve “gelen mutfak kültüründen çok farklı” ifadelerinde ise emekli ve çalışmayan katılımcılar (her biri $\bar{x} = 3,88$) en olumlu tutumu sergilemiştir ($p<0,001$).

Deneyimsel görüşlerde, “çorbalar”, “et yemekleri”, “tavuk yemekleri”, “zeytinyağlılar”, “börekler”, “pideler”, “tatlılar”, “pilav ve salatalar” ve “mezeler” gibi maddelerde meslek grupları arasında anlamlı farklar bulunmuştur ($p<0,05$). Özellikle zeytinyağlılar ($\bar{x} = 4,69$) ve mezeler ($\bar{x} = 4,69$) özel sektör çalışanları tarafından en yüksek düzeyde değerlendirilmiştir. Et yemeklerinde ise emekliler ($\bar{x} = 4,66$) ve öğrenciler ($\text{med}=5,00$) ön plana çıkmıştır. Diğer yandan, “balık yemekleri”, “etli sebze yemekleri”, “baklagiller” ve “özel içecekler” ifadelerinde fark saptanmamıştır ($p>0,05$).

Özel görüşlerde, “sağlık yönünden iyileştirmeler yapılabilir” ifadesine en yüksek katılım kamu sektörü çalışanlarından gelmiştir ($\bar{x}=3,60$; $p<0,001$). “Tatlılar ilerleyen yıllarda sağlık sorunlarına neden olabilir” maddesinde ise çalışmayan bireyler en yüksek ortalamaya ($\bar{x}=3,71$) sahiptir ($p<0,001$). “Temizliğe daha çok önem verilmeli” ve “yağ oranları çok fazla” gibi ifadelerde de meslek grupları arasında anlamlı farklar bulunmuştur. “Herhangi bir görüşüm yok” maddesinde ise fark anlamlı bulunmamıştır ($p=0,593$).

Tablo 11. Aylık Gelire Göre Türk Mutfağına İlişkin Genel, Deneyimsel ve Özel Görüşlerin Karşılaştırılması (Mann-Whitney U Testi Sonuçları)

Türk Mutfağına İlişkin Genel, Deneyimsel ve Özel Görüşler	Aylık Gelir Düzeyi							
	40001-60000			60001 lira ve üstü				
	$\bar{x}$	Ss	Med	$\bar{x}$	Ss	Med		
Oldukça lezzetli	3,76	0,79	4,00	3,59	0,66	4,00	11302,000	0,010*
Damak tadı oldukça farklı	3,73	0,62	4,00	3,58	0,60	4,00	11442,000	0,013*
Kahvaltı açısından çok zengin	3,97	0,56	4,00	4,00	0,80	4,00	12928,000	0,657
Et sıklıkla kullanılıyor	4,23	0,53	4,00	4,14	0,67	4,00	12480,000	0,293
Her yöreye göre farklılık içeriyor	3,74	0,49	4,00	3,65	0,50	4,00	11876,000	0,039
Oldukça iştah açıcı	3,60	0,52	4,00	3,54	0,55	4,00	12542,000	0,325
Farklı baharatlar ve teknikler kullanılıyor	3,01	0,49	3,00	2,93	0,40	3,00	12282,000	0,100
Hiçbir yerde görmediğim farklı teknikler ile lezzet farklılaşıyor.	3,06	0,40	3,00	3,00	0,49	3,00	12510,000	0,208
Geldiğim ülkedeki mutfak kültürü ile bambaşka kültüre sahip	3,72	0,48	4,00	3,74	0,44	4,00	12908,000	0,596
Besin değeri çok yüksek	3,72	0,48	4,00	3,74	0,44	4,00	12908,000	0,596
%100 organik	3,28	0,45	3,00	3,28	0,45	3,00	13256,000	0,995
Görünüş açısından oldukça zengin	4,12	0,58	4,00	4,02	0,38	4,00	12096,000	0,066
Dünya standartlarının üzerinde bir mutfak	3,54	0,50	4,00	3,53	0,50	4,00	13140,000	0,870
Doyurucu	4,19	0,60	4,00	4,04	0,64	4,00	11724,000	0,033*
Çorbalar	3,37	0,48	3,00	3,28	0,45	3,00	12074,000	0,086
Et yemekleri	4,58	0,50	5,00	4,33	0,66	4,00	10716,000	0,001*
Tavuk yemekleri	2,54	0,62	3,00	2,59	0,80	2,00	13226,000	0,965
Balık yemekleri	3,47	0,55	3,00	3,51	0,66	3,00	13034,000	0,764
Etlı sebze yemekleri	4,10	0,63	4,00	3,95	0,57	4,00	11628,000	0,025*
Baklagil içeren yemekler	2,73	0,68	3,00	2,72	0,70	3,00	13056,000	0,792
Zeytinyağlılar	4,31	0,65	4,00	4,39	0,65	4,00	12336,000	0,229
Börekler	4,18	0,70	4,00	4,08	0,77	4,00	12538,000	0,338
Pideler	4,18	0,70	4,00	4,08	0,77	4,00	12538,000	0,338
Pilav ve salatalar	2,59	0,65	3,00	2,61	0,82	2,00	13010,000	0,747
Özel içecekler	3,47	0,55	3,00	3,51	0,66	3,00	13034,000	0,764
Tatlılar	4,18	0,70	4,00	4,08	0,77	4,00	12538,000	0,338
Mezeler	4,31	0,65	4,00	4,40	0,66	4,00	12196,000	0,166
Sağlık yönünden iyileştirmeler yapılabilir çünkü kalori yok yüksek	3,41	0,67	3,00	3,41	0,64	3,00	13174,000	0,910
Temizliğe daha çok önem verilmeli	1,96	0,89	2,00	1,89	0,97	2,00	12256,000	0,189
Yağ oranları çok fazla	3,74	0,49	4,00	3,54	0,76	4,00	11256,000	0,005*
Tatlılar ilerleyen yıllarda sağlık sorunlarına neden olabilir	3,23	0,53	3,00	3,32	0,77	3,00	11828,000	0,051
Herhangi bir görüşüm yok	2,04	0,78	2,00	2,31	0,97	2,00	11298,000	0,007*

Aylık gelir düzeyine göre bazı genel, deneyimsel ve özel görüşlerde anlamlı farklar saptanmıştır. Genel görüşler kapsamında, 40001–60000 TL arası gelire sahip bireyler, “Oldukça lezzetli” ($\bar{x}=3,76$; $p=0,010$), “Damak tadı oldukça farklı” ($\bar{x}=3,73$; $p=0,013$), “Her yöreye göre farklılık içeriyor” ($\bar{x}=3,74$; $p=0,039$) ve “Doyurucu” ($\bar{x}=4,19$; $p=0,033$) ifadelerine, 60001 TL ve üzeri gelir grubuna kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek puan vermiştir. Bu durum, orta gelir grubunun Türk mutfağına karşı daha olumlu bir algıya sahip olduğunu düşündürmektedir.

Deneyimsel görüşlerde, “Et yemekleri” ifadesine 40001–60000 TL gelir grubundakiler daha yüksek bir ortalama ($\bar{x}=4,58$; med = 5,00) vermiştir ($p=0,001$). Benzer şekilde, “Etlı sebze yemekleri” de bu grup tarafından daha olumlu değerlendirilmiştir ($\bar{x}=4,10$; $p=0,025$). Diğer yemek türlerine ilişkin farklar anlamlı değildir ($p>0,05$).

Özel görüşler açısından, yalnızca iki maddede anlamlı fark tespit edilmiştir. “Yağ oranları çok fazla” ifadesine 40001–60000 TL arası gelir grubunun katılımı daha yüksek bulunmuştur ($\bar{x}=3,74$; $p=0,005$). Öte yandan, “Herhangi bir görüşüm yok” ifadesine 60001 TL ve üzeri gelir grubunun verdiği daha yüksek ortalama ($\bar{x}=2,31$; $p=0,007$), bu grubun kararsızlık düzeyinin daha yüksek olabileceğine işaret etmektedir.

Buna karşılık, “Kahvaltı açısından çok zengin”, “Besin değeri yüksek”, “%100 organik”, “Sağlık yönünden iyileştirmeler yapılabilir” ve benzeri birçok maddede gruplar arası anlamlı fark bulunmamıştır ($p > 0,05$).

Genel görüşlerde, “Kahvaltı açısından çok zengin” ifadesine Asya’dan gelen katılımcılar ($\bar{x} = 4,11$) en yüksek puanı verirken, Afrika’dan gelenler en düşük ortalamayı bildirmiştir ($\bar{x} = 3,50$, $p = 0,010$). “Oldukça iştah açıcı” değerlendirmesi Güney Amerikalılarca en olumlu biçimde puanlanmış ($\bar{x} = 3,75$), Okyanusya ve Afrika gruplarında ise bu değer anlamlı düzeyde düşüktür ($\bar{x} = 3,00$, $p < 0,001$).

“Farklı baharatlar ve teknikler kullanılıyor” ifadesine Afrika ($\bar{x} = 4,00$) ve Güney Amerika ($\bar{x} = 3,75$) yüksek, Asya düşük ($\bar{x} = 2,77$) puan vermiştir ($p < 0,001$). Yine, “Hiçbir yerde görmediğim farklı teknikler” ($p < 0,001$), “Mutfak kültürü çok farklı” ($p = 0,001$), “Besin değeri çok yüksek” ($p = 0,001$), “%100 organik” ($p = 0,001$), “Görünüş açısından zengin” ($p < 0,001$), “Dünya standartlarında” ($p < 0,001$) ve “Doyurucu” ($p < 0,001$) ifadelerinde anlamlı farklılıklar saptanmış; özellikle Okyanusya grubu doyuruculuğu ve görseelliği ortalama 5,00 ile en yüksek düzeyde değerlendirmiştir.

Tablo 12. Kıtaya Göre Türk Mutfağına İlişkin Genel, Deneyimsel ve Özel Görüşlerin Karşılaştırılması (Kruskal-Wallis Testi Sonuçları)

Türk Mutfağına İlişkin Genel, Deneyimsel ve Özel Görüşler	Türkiye'yi hangi kıtadan gelerek ziyaret edildiği																
	Avrupa			Asya			Güney Amerika			Afrika			Okyanusya			χ²	p
	x̄	Ss	Med	x̄	Ss	Med	x̄	Ss	Med	x̄	Ss	Med	x̄	Ss	Med		
Oldukça lezzetli	3,64	0,73	4,00	3,71	0,77	4,00	3,75	0,45	4,00	3,50	0,53	3,50	3,33	0,52	3,00	4,134	0,388
Damak tadı oldukça farklı	3,61	0,52	4,00	3,67	0,69	4,00	4,00	0,73	4,00	3,50	0,53	3,50	3,33	0,52	3,00	8,335	0,080
Kahvaltı açısından çok zengin	3,91	0,68	4,00	4,11	0,72	4,00	3,88	0,62	4,00	3,50	0,53	3,50	4,00	0,00	4,00	13,187	0,010
Et sıklıkla kullanılıyor	4,11	0,60	4,00	4,22	0,60	4,00	4,50	0,52	4,50	4,25	0,46	4,00	4,33	1,03	5,00	7,950	0,093
Her yöreye göre farklılık içeriyor	3,75	0,49	4,00	3,64	0,51	4,00	3,75	0,45	4,00	3,75	0,46	4,00	3,33	0,52	3,00	8,428	0,077
Oldukça iştah açıcı	3,61	0,52	4,00	3,56	0,55	4,00	3,75	0,45	4,00	3,00	0,00	3,00	3,00	0,00	3,00	21,267	0,000*
Farklı baharatlar ve teknikler kullanılıyor	3,01	0,26	3,00	2,77	0,42	3,00	3,75	0,45	4,00	4,00	0,00	4,00	3,33	0,52	3,00	122,658	0,000*
Hiçbir yerde görmediğim farklı teknikler ile lezzet farklılaşıyor.	2,91	0,37	3,00	3,18	0,51	3,00	2,88	0,34	3,00	3,00	0,00	3,00	3,00	0,00	3,00	29,496	0,000*
Geldiğim ülkedeki mutfak kültürü ile bambaşka kültüre sahip	3,80	0,43	4,00	3,62	0,49	4,00	3,88	0,34	4,00	4,00	0,00	4,00	4,00	0,00	4,00	18,914	0,001*
Besin değeri çok yüksek	3,80	0,43	4,00	3,62	0,49	4,00	3,88	0,34	4,00	4,00	0,00	4,00	4,00	0,00	4,00	18,914	0,001*
%100 organik	3,25	0,44	3,00	3,37	0,48	3,00	3,00	0,00	3,00	3,00	0,00	3,00	3,00	0,00	3,00	17,895	0,001*
Görünüş açısından oldukça zengin	4,08	0,56	4,00	4,00	0,33	4,00	3,88	0,34	4,00	5,00	0,00	5,00	4,67	0,52	5,00	46,298	0,000*
Dünya standartlarının üzerinde bir mutfak	3,63	0,49	4,00	3,41	0,49	3,00	3,38	0,50	3,00	4,00	0,00	4,00	4,00	0,00	4,00	27,814	0,000*
Doyurucu	4,03	0,69	4,00	4,15	0,49	4,00	3,88	0,81	4,00	4,75	0,46	5,00	5,00	0,00	5,00	28,649	0,000*
Çorbalar	3,29	0,46	3,00	3,25	0,43	3,00	3,75	0,45	4,00	4,00	0,00	4,00	4,00	0,00	4,00	46,874	0,000*
Et yemekleri	4,55	0,57	5,00	4,27	0,60	4,00	4,63	0,50	5,00	5,00	0,00	5,00	5,00	0,00	5,00	34,865	0,000
Tavuk yemekleri	2,64	0,69	3,00	2,45	0,76	2,00	2,88	0,34	3,00	2,50	0,53	2,50	2,67	1,03	2,00	10,328	0,035*
Balık yemekleri	3,55	0,70	3,00	3,38	0,52	3,00	3,50	0,52	3,50	4,00	0,00	4,00	4,00	0,00	4,00	18,409	0,001*
Etli sebze yemekleri	4,04	0,48	4,00	4,00	0,64	4,00	4,00	0,89	4,00	5,00	0,00	5,00	3,00	0,00	3,00	38,084	0,000*
Baklagil içeren yemekler	2,71	0,56	3,00	2,68	0,83	2,00	3,00	0,52	3,00	3,00	0,00	3,00	3,00	0,00	3,00	8,399	0,078
Zeytinyağlılar	4,32	0,64	4,00	4,33	0,69	4,00	4,25	0,45	4,00	5,00	0,00	5,00	5,00	0,00	5,00	17,056	0,002*
Börekler	4,08	0,78	4,00	4,21	0,66	4,00	3,50	0,73	3,00	5,00	0,00	5,00	4,00	0,00	4,00	30,991	0,000*
Pideler	4,08	0,78	4,00	4,21	0,66	4,00	3,50	0,73	3,00	5,00	0,00	5,00	4,00	0,00	4,00	30,991	0,000*
Pilav ve salatalar	2,69	0,71	3,00	2,48	0,78	2,00	2,88	0,34	3,00	2,50	0,53	2,50	2,67	1,03	2,00	10,166	0,038*
Özel içecekler	3,55	0,70	3,00	3,38	0,52	3,00	3,50	0,52	3,50	4,00	0,00	4,00	4,00	0,00	4,00	18,409	0,001*
Tatlılar	4,08	0,78	4,00	4,21	0,66	4,00	3,50	0,73	3,00	5,00	0,00	5,00	4,00	0,00	4,00	30,991	0,000*
Mezeler	4,33	0,64	4,00	4,33	0,69	4,00	4,25	0,45	4,00	5,00	0,00	5,00	5,00	0,00	5,00	16,696	0,002*
Sağlık yönünden iyileştirmeler yapılabilir çünkü kalori yok yüksek	3,56	0,60	4,00	3,36	0,58	3,00	3,75	0,45	4,00	2,00	0,00	2,00	2,00	0,00	2,00	58,254	0,000*
Temizliğe daha çok önem verilmeli	1,91	0,96	2,00	1,77	0,63	2,00	1,63	0,50	2,00	4,00	0,76	4,00	4,33	1,03	5,00	43,662	0,000*
Yağ oranları çok fazla	3,79	0,66	4,00	3,60	0,57	4,00	3,25	0,45	3,00	3,50	0,53	3,50	2,00	0,00	2,00	45,687	0,000*
Tatlılar ilerleyen yıllarda sağlık sorunlarına neden olabilir	3,29	0,76	3,00	3,23	0,54	3,00	3,75	0,86	3,50	3,00	0,00	3,00	3,00	0,00	3,00	10,675	0,030*
Herhangi bir görüşüm yok	2,15	0,81	2,00	2,26	1,00	2,00	2,25	0,68	2,00	1,50	0,53	1,50	1,67	0,52	2,00	9,461	0,051

Deneyimsel görüşlerde, “Çorbalar” ($p < 0,001$), “Et yemekleri” ($p < 0,001$), “Tavuk yemekleri” ($p = 0,035$), “Balık yemekleri” ($p = 0,001$), “Etli sebze yemekleri” ($p < 0,001$), “Zeytinyağlılar” ($p = 0,002$), “Börekler”, “Pideler” ve “Tatlılar” (her biri $p < 0,001$), “Pilav ve salatalar” ($p = 0,038$), “Özel içecekler” ($p = 0,001$) ve “Mezeler” ($p = 0,002$) ifadelerinde kıtalar arası anlamlı farklar vardır. Bu kapsamda, Afrika ve Okyanusya’dan gelenlerin çoğu yemeği maksimum ortalamalarla (genellikle $\bar{x} = 5,00$) değerlendirdiği görülmektedir.

Özel görüşlerde, “Kalori çok yüksek” ifadesinde Güney Amerikalılar en yüksek katılımı göstermiştir ($\bar{x} = 3,75$), Okyanusya ve Afrika’dan gelenlerde ise bu puan 2,00’de kalmıştır ($p < 0,001$). Temizlik hassasiyeti ($p < 0,001$), yağ oranı eleştirisi ($p < 0,001$) ve tatlıların sağlığa etkisi ($p = 0,030$) gibi konularda da anlamlı farklar bulunmuş; Afrika ve Okyanusya grupları hijyen ve yağ oranı gibi eleştirel başlıklarda daha duyarlıdır.

“Herhangi bir görüşüm yok” ifadesi ise anlamlılık sınırında kalmış olsa da ($p = 0,051$), gruplar arasında dikkat çekici bir fark göstermemiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Türk mutfağının özgün niteliklere sahip olmasından hareketle, turizm sektörünün de özgün bir hiyerarşisi ve perspektifleri bulunmaktadır. Bu konuda Türkiye turizm alanında özellikle 2000’li yıllardan oldukça iyi bir gelişme kaydetmiştir. Başarılı politikalar ve yasal düzenlemeler ile son on yılda turizm sektörü iyice gelişmiş ve Türkiye ekonomisi yadsınamayacak etkilere sahip olmuştur. Bu çerçevede turizm sektörü içerisinde belirli alanlar da ön plana çıkmaya başlamıştır. Araştırma kapsamında elde edilen bulgular, Türk mutfağının yabancı turistler tarafından genel olarak olumlu bir biçimde algılandığını ve literatürdeki önceki çalışmaların sonuçlarıyla tutarlılık gösterdiğini ortaya koymaktadır. Yabancı turistlerin Türk yemeklerine ilişkin pozitif tutumları, daha önce Mankan (2012), Arslan (2010) ve Birdir ve Akgöl (2015) tarafından yapılan çalışmalarda belirtilen yüksek memnuniyet düzeyleri ve tekrarlanan ziyaret niyetleri ile paralellik göstermektedir. Özellikle bu çalışmada katılımcıların %61,3’ünün Türk mutfağını tekrar seyahat nedeni olarak görmesi, literatürdeki benzer bulgularla uyumludur. Yemeklerin doyuruculuk (%88,3), görsel zenginlik (%91,4) ve lezzet açısından farklılık (%65) bakımından yüksek puan alması da Arslan (2010) ve Cömer ve Özata (2016) tarafından ifade edilen yöresel ürünlerin doğallığı ve çeşitliliğine yönelik tercih nedenleriyle örtüşmektedir. Ayrıca bu çalışmada, Solmaz (2018) tarafından vurgulanan Türk mutfağının kültürel temsil gücü, yemeklerin farklı tekniklerle hazırlanması ve diğer mutfaklardan farklı olması yönündeki yüksek katılımlı (%70 üzeri) görüşlerle doğrulanmaktadır.

Planlı Davranış Teorisi bağlamında değerlendirildiğinde turistlerin Türk mutfağına yönelik tutumları, sosyal normlar ve algılanan davranışsal kontrol unsurları tarafından şekillenmektedir. Bu doğrultuda turistlerin gıda tercihlerinde sadece bireysel beğenilerin değil, aynı zamanda çevresel etkilerin ve pratik koşulların da belirleyici olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim çalışmada elde edilen bulgular, bu psikolojik değişkenlerin demografik özelliklere göre farklılaştığını da göstermektedir. Bununla beraber Türk mutfağına ilişkin tutumların demografik özelliklere göre farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Dinç vd., (2022) ve Kara (2025) tarafından ortaya konulan bulgulara paralel olarak, bu çalışmada da cinsiyet (H1: Doğrulandı), medeni durum (H2: Doğrulandı), yaş grubu (H3: Doğrulandı), eğitim düzeyi (H4: Doğrulandı), meslek grubu (H5: Doğrulandı), kıta bazlı köken (H6: Doğrulandı) ve gelir düzeyi (H7: Kısmen Doğrulandı) değişkenlerine göre anlamlı farklılıklar saptanmıştır. Özellikle kadın katılımcıların görsel sunum, organiklik ve doyuruculuk gibi başlıklarda daha olumlu değerlendirmelerde bulunması, yaş ve eğitim düzeyi yükseldikçe geleneksel mutfak öğelerine yönelik takdirin artması ve düşük-orta gelir grubunun mutfağı daha olumlu algılaması gibi sonuçlar, literatürdeki benzer demografik analizlerle örtüşmektedir. Bu doğrultuda ise katılımcıların hijyen ve sağlık odaklı bazı eleştirel değerlendirmeleri de dikkate alınmalıdır. Temizlik konusunda yüksek oranda olumsuz görüş bildirilmesi, hijyen standartlarının yükseltilmesi gerektiğini işaret etmektedir. Ayrıca, tatlıların uzun vadeli sağlık etkilerine dair endişelerin belirgin olması da önemli bir bulgu olarak öne çıkmaktadır.

Elde edilen bulgular doğrultusunda geliştirilen öneriler ise Türk mutfağının uluslararası düzeyde daha etkin tanıtılması ve turistler nezdindeki olumlu algının sürdürülebilir kılınmasına yöneliktir. Aşağıda bu önerilere yer verilmiştir:

- Türk mutfağının tanıtımında sosyal medya ve dijital platformlar daha etkili bir şekilde kullanılmalı; özellikle turistlerin kişisel deneyimlerini paylaşabilecekleri interaktif içerikler ve videolar desteklenmelidir. Bu bağlamda, kanaat önderleri ve gastronomi influencerları ile iş birlikleri yapılmalıdır.
- Restoranlarda hijyen ve gıda güvenliği standartları artırılmalı; uluslararası turistlere yönelik işletmelerin hijyen sertifikası edinmeleri zorunlu hale getirilmelidir.
- Turistlerin sağlık ve beslenme hassasiyetleri dikkate alınarak, menülerde daha fazla sağlıklı ve düşük kalorili alternatif sunulmalıdır. Özellikle ileri yaş turistlerin taleplerini karşılayacak biçimde menü seçenekleri çeşitlendirilmelidir.
- Yöresel gastronomi etkinlikleri, yemek festivalleri ve yerel mutfak atölyeleri daha sık düzenlenmeli ve turistlerin uygulamalı deneyimlerle Türk mutfağını daha derinlemesine tanımaları sağlanmalıdır.
- Türk mutfağının özgünlüğünü ve kültürel çeşitliliğini vurgulayan özel tanıtım kampanyaları, UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi'ndeki Türk gastronomi öğeleri ile desteklenmeli ve uluslararası platformlarda tanıtılmalıdır.

Gelecekte yapılacak çalışmalara yönelik öneriler ise aşağıda belirtilmiştir:

- Gelecekteki araştırmalar farklı bölgelerde ve farklı konaklama türlerinde yapılmalı, bölgesel farklılıkların turist tutumları üzerindeki etkileri incelenmelidir.
- Hijyen ve sağlık konularında algılanan sorunların detaylı incelenmesi için kalitatif çalışmalar yapılmalı; turistlerin bu konularda spesifik beklenti ve kaygıları derinlemesine mülakatlar aracılığıyla araştırılmalıdır.
- Türk mutfağına yönelik tutumların dijital platformlarda temsil biçimleri ve bu temsilin turistlerin algıları üzerindeki etkileri, içerik analizi ve dijital etnografi yöntemleriyle incelenmelidir.
- Türk mutfağına yönelik gastronomik tutumların ekonomik etkileri, turist harcamaları ve destinasyon tercihleri üzerindeki yansımaları nicel yöntemlerle analiz edilerek, gastronomi turizminin ekonomik katkısı somut verilerle ortaya konulmalıdır.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Etik Onay: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Türk Turizm Araştırmaları Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

Etik Kurul Onayı: İstanbul Nişantaşı Üniversitesi Rektörlüğü Etik Kurulundan 22.04.2025 tarih ve 2025-04 sayılı karar numarası ile izin alınmıştır.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

KAYNAKÇA

- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314-324.
- Aktaş, M., ve Buyruk, L. (2024). Turistlerin Türk mutfağı imaj algılamalarının tekrar ziyaret etme niyetine etkisinin araştırılması: Antalya örneği, *Yüksek Lisans Tezi*, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi.
- Apuhan, A. K., ve Kement, Ü. (2022). Gastro-Turistlerin Yerellik ve Yiyecek Kişilik Özelliklerinin Yerel Yiyecek Satın Alma Niyetine Etkisi: Gaziantep İli Örneği. *Hitit Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(1), 211-236.
- Arslan, Ö. (2010). Yabancı Turistlerin Yiyecek İçecek İşletmeleri, Personeli ve Türk Mutfağına İlişkin Görüşlerinin Değerlendirilmesi: Alanya Örneği, *Yüksek Lisans Tezi*, Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Aydın, B., Erdoğan, B. Z., and Koç, E. (2022). The impact of novelty seeking on intention to visit a country: The mediating role of overall cuisine image. *Advances in Hospitality and Tourism Research*, 10(3), 480-500.
- Birdir, K., ve Akgöl, Y. (2015). Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi, *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3(2):57-68.
- Budak, N., ve Çiçek, B. (2002). Yabancı Turistlerin Ülkemizde Yemek Kültürlerine İlgileri ve Yemekler ile Servis Ortamlarına Bakışları, *Turizmde Sağlık ve Beslenme; Sorunlar ve Çözümler Sempozyumu Bildiriler Kitabı* içinde A. Halıcı (Editör), Alanya: Başkent Üniversitesi.
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for The Behavioral Sciences* (2nd ed.). Hillsdale, NJ:Lawrence Erlbaum Associates.
- Daşdemir, A., ve Madenci, A. B. (2021). Gastronomi turizmi kapsamında yerel yiyecek tüketim motivasyonlarının yerli turistlerin tekrar ziyaret etme niyetlerine etkisinin belirlenmesi: Van kahvaltısı örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(2), 155-176.
- Demirkıran, D. and Demir, A. F. (2023). Re-thinking gastronomy as a foreign policy instrument: Turkish cuisine and Turkey's gastrodiploacy activism. *Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (17), 1-19.
- Dinç, Y. Sarıoğlu, M. Bezirgan, M. ve Türkmen, B. M. (2022). Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı Hakkındaki Görüşleri. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 10(4), 3573-3592.
- Düzgün, E. ve Özkaya, F.D. (2015). Mezopotamya'dan Günümüze Mutfak Kültürü, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 3/1, 41-47.
- Erol, E. ve Ünalsoy, S. (2022). Gıda özgünlüğü, gıda kalitesi, hizmet kalitesi ve fiziksel çevrenin yöresel gıda deneyimlerinde tekrar ziyaret etme niyetine etkisi. *Journal of Gastronomy, Hospitality, and Travel*, 5(4), 1783-1794.
- Hasançebi, B. ve Keskin, E. (2024). Sürdürülebilir gastronomi turizmi bağlamında yerel gastronominin turist memnuniyeti ve davranış niyetlerine etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 12(2), 1049-1058.
- <https://www.rentechdigital.com/world-population/turkish-restaurants> [Erişim Tarihi: 10.06.2025].

- Kara, M. (2025). Uluslararası Öğrencilerin Türk Mutfağı Hakkındaki Görüşleri: Çankırı Karatekin Üniversitesi Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 13(1), 515-546.
- Kaya, Ü. C., Öztürk, B., ve Yaman, M. (2022). Yabancı Youtuberlar Türk Mutfağı Hakkında Ne Düşünüyor?. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 58-72.
- Kılıç, S. (2016). Cronbach'ın alfa güvenirlik katsayısı. *Journal of Mood Disorders (JMOOD)*, 6(1), 47-8.
- Lin, M. P., Marine-Roig, E., and Llonch-Molina, N. (2021). Gastronomy as a sign of the identity and cultural heritage of tourist destinations: A bibliometric analysis 2001–2020. *Sustainability*, 13(22), 12531.
- Mankan, E. (2012). Yabancı Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşleri: Ege Bölgesi Örneği, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Ankara: Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Örer, N. (1995). Turistlerde Görülen Besin Zehirlenme Sıklığı ile Otellerin Sanitasyon Şartlarının Etkileşimi ve Türk Mutfağının Turistlerin Ülkemize Tekrar Gelişlerindeki Etkisi, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Ankara: Hacettepe Üniversitesi.
- Özata, E., ve Cömert, M. (2016). Tüketicilerin Yöresel Restoranları Tercih Etme Nedenleri ve Karadeniz Mutfağı Örneği, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(42):1963-1973.
- Özkanlı, O., ve Ertopçu, İ. (2017). Yerli Turistlerin Yöresel Restoranları Tercih Etme Sebepleri Gaziantep İli Örneği, Detay Yayıncılık: 18. Ulusal Turizm Kongresi.
- Rızaoğlu, B., ve Tanrısevdi, A. (2001). Kuşadası'nı Ziyaret Eden Yabancıların İdeal Yemek Tercihleri ve Türk Yemeklerinin Bu Tercihlerdeki Yeri, 1. *Turizm İşletmeciliği Kongresi Bildirisi* içinde, Ankara: Başkent Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi.
- Serçeoğlu, N. (2014). Yöre Halkının Mutfak Kültürünü Tanıma Durumunun Tespit Edilmesi: Erzurum İli Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 2 (4), 36-46.
- Sivrikaya, K. K., and Pekerşen, Y. (2020). The impact of food neophobia and sensation seeking of foreign tourists on the purchase intention of traditional Turkish food. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 21, 1-8.
- Solmaz, Y. (2018). Türk Mutfak Kültürü ve Beslenme Alışkanlıkları Üzerine Bir Değerlendirme, *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 108-124.
- Sormaz, Ü. (2015). İstanbul'da Yiyecek İçecek Sektöründe Hizmet Veren İşletmelerin Türk Mutfağı Uygulamaları, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1): 48-54.
- Şen, A., ve Aktaş, N. (2017). Tüketicilerin Seyahatleri Sırasında Besin Seçimleri, Yöresel Gastronomi Davranışları ve Destinasyon Seçiminde Gastronomi Unsurlarının Rolü: Konya-Karaman Örneği, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 19(32): 65-72.
- Taş, M. (2025). Planlı Davranış Teorisi kapsamında geleneksel Türk yemeklerinin tüketimine yönelik turist davranışının değerlendirilmesinde güvenin düzenleyici rolü. *KSÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 569-582.
- World Food Travel Association. (2024). *2024 State of the Food & Beverage Tourism Industry Report*. WFTA.
- Yücecan, S. (1992). Türklerde Beslenme Kültürü. IV. *Milletlerarası Yemek Kongresi Bildiriler Kitabı*, Ankara, 291-297.



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2025, 9(3): 230-248.

DOI: [10.26677/TR1010.2025.1580](https://doi.org/10.26677/TR1010.2025.1580)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Yapay Zeka ve Turizm: Mevcut Durum Tespiti ve Gelecek Öngörüsü üzerine Bibliyometrik Bir Analiz

Dr. Öğr. Üyesi Dilara BAHTİYAR SARI, Gaziantep Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu, Gaziantep, e-posta: dsari@gantep.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0645-0585>

Öz

Yapay zeka, turizm literatüründe ve uygulamalarında oldukça büyük ilgi görmektedir. Bu çalışmanın amacı, yapay zeka ve turizmle ilgili olarak 1997-2025 yılları arasında yapılan araştırmaların yoğunlaştığı konular, coğrafya ve araştırmacılar belirlenerek yapay zeka ve turizmle ilgili literatüre bibliyometrik analiz katkısıyla yol gösterici olabilmektir. Veri kümesi, 12 Mart 2025 tarihinde, Web of Science veri tabanından çekilen 1997 ile 2025 yılları arasında yayınlanmış toplam 5111 çalışmadan oluşmaktadır. Verilerin analizinde VOSviewer 1.6.20 programından faydalanılmıştır. Çalışmanın bulgularına göre; yapay zeka ve turizm konulu çalışmaların yıllara göre artış göstererek devam ettiği aynı şekilde çalışma atıflarının yükseldiği, en çok atıf ağında güçlü olan çalışma yazarının Yogesh K. Dwivedi (711 atıf) olduğu görülmüştür. Yapay zeka ve turizm üzerine en fazla katkı sağlayan ülke sıralaması Çin (1331 yayın), Amerika Birleşik Devletleri (494 yayın), Güney Kore (577 yayın) şeklindedir. En çok finansman sağlayan kuruluş Avrupa Birliğidir. Atıf bakımından öne çıkan üniversiteler; Washington State Üniversitesi (927 atıf), Hong Kong Polytech Üniversitesi (917 atıf), Johannesburg Üniversitesi (894 atıf) şeklindedir.

Anahtar Kelimeler: Yapay Zeka, Turizm, Bibliyometrik Analiz, VOSviewer.

Makale Gönderme Tarihi: 23.05.2025

Makale Kabul Tarihi: 01.09.2025

Önerilen Atıf:

Bahtiyar Sarı, D. (2025). Yapay Zeka ve Turizm: Mevcut Durum Tespiti ve Gelecek Öngörüsü üzerine Bibliyometrik Bir Analiz, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9(3): 230-248.



Journal of Turkish Tourism Research

2025, 9(3): 230-248.

DOI: [10.26677/TR1010.2025.1580](https://doi.org/10.26677/TR1010.2025.1580)

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



RESEARCH PAPER

Artificial Intelligence and Tourism: A Bibliometric Analysis on Current Situation Assessment and Future Forecasting

Assistant Prof. Dr. Dilara BAHTİYAR SARI, Gaziantep University, Tourism and Hotel Management Vocational School, Gaziantep, e-mail: dsari@gantep.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0645-0585>

Abstract

Artificial intelligence has attracted considerable attention in tourism literature and applications. The aim of this study is to guide the literature on artificial intelligence and tourism by determining the topics, geographies and researchers on which research on artificial intelligence and tourism has focused between 1997-2025, through bibliometric analysis. The dataset consists of a total of 5111 studies published between 1997 and 2025, retrieved from the Web of Science database on March 12, 2025. The VOSviewer 1.6.20 program was used in the analysis of the data. According to the findings of the study; It was seen that studies on artificial intelligence and tourism continued to increase over the years and the study citations increased, and the study author with the most power in the citation network was Yogesh K. Dwivedi (711 citations). The countries that contributed the most to artificial intelligence and tourism were China (1331 publications), the United States (494 publications), and South Korea (577 publications). The organization that provided the most funding was the European Union. The universities that stood out in terms of citations were Washington State University (927 citations), Hong Kong Polytech University (917 citations), and the University of Johannesburg (894 citations).

Keywords: Artificial Intelligence, Tourism, Bibliometric Analysis, VOSviewer.

Received: 23.05.2025

Accepted: 01.09.2025

Suggested Citation:

Bahtiyar Sarı, D. (2025). Artificial Intelligence and Tourism: A Bibliometric Analysis on Current Situation Assessment and Future Forecasting, *Journal of Turkish Tourism Research*, 9(3): 230-248.

GİRİŞ

Yapay zeka (AI), zeka gösteren programları, algoritmaları ve makineleri ifade etmektedir (Shankar, 2018: 6). Yapay zeka diğer akıllı teknolojileri ve araçları, makine öğrenimini, Nesnelerin İnternetini, yapay sinir ağlarını, büyük verileri, akıllı robotları ve sanal ve artırılmış gerçeklik uygulamalarını içerir (Pereira vd., 2021). Yapay zeka, artan bilgi işlem gücü, büyük verilerin kullanılabilirliği ve makine öğrenimi algoritmaları ve modellerindeki gelişmeler nedeniyle önem kazanmaktadır. İnsanlar tarafından üstlenildiğinde akıllı çaba gerektiren birçok karmaşık görevi (örneğin, veri toplama, veri işleme ve veri analizi) tamamlamak için büyük verilere, işleme kapasitelerine ve algoritmalara güvenir. Bu görevler çok sayıda akıllı hizmet ve faaliyetin temelini oluşturur; hizmet sağlayıcı-müşteri etkileşimlerini etkiler ve hizmet, operasyonlar, yönetim ve pazarlama için birçok etkiye sahiptir (Buhalis vd., 2019).

Turizm alanı, teknolojik devrimlerden etkilenmiştir (Buhalis vd., 2019, Tussyadiah, 2020). Son yirmi yılda değer yaratmak, verimli hizmetler sunmak ve turistlerin seyahat öncesi, sırasında ve sonrasındaki deneyimlerini geliştirmek için birden fazla bilgi ve iletişim teknolojisi (BİT) benimsenmiştir. BİT'lerin entegrasyonu bir turist yolculuğunun tüm aşamalarında mevcuttur (Grundner ve Neuhofer, 2021). BİT'ler, fiziksel ve çevrimiçi/sanal unsurların entegrasyonunu kolaylaştırabilen yapay zekanın ortaya çıkmasıyla geliştirilmiştir. Tüm bu teknolojiler, turist deneyimlerinin kişiselleştirilmesine ve teknoloji destekli turist deneyimleri sunulmasına yardımcı olmuştur (Grundner ve Neuhofer, 2021). Örneğin, yapay zeka, otel ve restoranlarda müşteri katılımını geliştirmek için robotik uygulamaların kullanımını genişletmiştir (Doborjeh vd., 2021). Yapay zeka turistlerin karar verme süreçlerini iyileştirmek ve onlara daha iyi turizm deneyimleri sunmak için daha alakalı bilgiler bulmalarına yardımcı olur (Bulchand-Gidumal, 2020). Yapay zekanın turizm sektöründeki tam potansiyeli henüz gerçekleşmemiş olsa da, bu alanı halihazırda güçlü bir şekilde etkilemiştir (Ivanov vd., 2019; Tussyadiah, 2020).

YZ hakkındaki entelektüel çerçeveyi ve bilgi akışını anlamak, tematik evrimi yeniden gözden geçirmek ve gelecekteki araştırmalara yeni yollar önermek amacıyla mevcut ilgili araştırmaları gözden geçirmek önemlidir. Bu nedenle, bu bibliyometrik analizin aşağıdaki hedefleri vardır: (i) Turizm ve yapay zeka ile ilgili makalelerin üretim hacmini ölçmek ve bu alanda yayın yapan ana bilimsel dergileri, yazarları, ülkeleri ve kurumları ve en etkili makaleleri ve yazar ağlarını tanımlamak; (ii) en ilgili konuları belirlemek ve analiz etmek ve yapay zeka üzerine tematik bir araştırma haritası geliştirmek ve (iii) Turizm ve Yapay zeka için gelecekteki geliştirme alanlarını ve araştırma gündemini önermektir. Bu çalışma, yapay zeka ile ilgili araştırma bilgisinin durumunu yansıtan metrikleri, konuları ve eğilimleri belirleyerek ve daha fazla araştırmayı teşvik ederek turizm literatürüne katkıda bulunmaktadır.

LİTERATÜR TARAMASI

Zamanla, yapay zekanın tanımı bir tür zekaya sahip olmaktan, büyük miktarda veri üzerinde özerk bir şekilde hareket etme yeteneğine, daha iyi kararlar almak için geçmiş deneyimleri ve anıları kullanmaya doğru evrildi (Bulchand-Gidumal, 2020). Yapay zeka, son zamanlarda önemli iyileştirmeler yaşayan üç öğeye dayanır: algoritmalar, büyük veri ve işleme kapasiteleri. Büyük miktarda verinin depolanmasına ve işlenmesine olanak tanıyan daha güçlü sistemlerin geliştirilmesi, yapay zekanın rolünü artırmıştır (Bulchand-Gidumal, 2020). McCarthy (2007), yapay zekanın makinelerin karmaşık ve akıllı görevleri yerine getirmesine veya daha doğrusu geleneksel olarak akıl yürütme ve insan zekasıyla ilişkilendirilen birçok etkinliği gerçekleştirmesine olanak tanıdığını belirtmektedir.

Yapay zeka gelişmiş teknolojilere dayandığından, farklı alanlardaki birçok çalışma yapay zekayı ifade etmek için “*makine öğrenimi, derin öğrenme, sinir ağı, doğal dil, Nesnelerin İnterneti (IoT), robotik, otomasyon ve büyük veri*” gibi terimler kullanılmaktadır (Mustak vd., 2021: 390). Yapay zeka; üretim, depolama, lojistik, ulaştırma, tıp ve eğitim gibi birçok ekonomik sektörde uygulanmış ve entegre edilmiştir. Turizm sektörü, yapay zeka kullanımında üstel büyümeye tanık olmuştur. Yapay zeka teknolojileri, turizm sektöründeki hizmet sağlayıcıları için üretkenliği ve operasyon verimliliğini artırmak ve kullanışlı ve kişiselleştirilmiş hizmet deneyimleri yaratmak gibi çeşitli avantajlar sunabilir (Huang vd., 2022).

Turizm sektöründe birçok türde yapay zeka uygulaması bulunmaktadır (Doborjeh vd., 2021; Huang vd., 2022): (1) arama/rezervasyon motorları, (2) turizm talebi tahmini, (3) sanal acenteler/sohbet robotları, (4) robotlar ve otonom araçlar, (5) hizmet otomasyonu, (6) kiosklar/self-servis ekranları, (7) artırılmış gerçeklik (AR) ve (8) sanal gerçeklik (VR) cihazları sayılabilir. Son yıllarda turizm tahmini için yapay zeka modellerinin kullanımına özel bir ilgi duyulmaktadır. Bu yapay zeka tahmin yöntemleri arasında yapay sinir ağları, bulanık zaman serisi teorisi, gri teori, kaba küme teorisi, destek vektör makineleri ve genetik algoritmalar bulunmaktadır (Huang vd., 2022; Bulchand-Gidumal, 2020). Sohbet robotları veya konuşma acenteleri rezervasyon süreçleri için kullanılmaktadır. COVID-19'un yayılmasıyla katalize edilen robotlar ve otonom makineler, turistlere yardımcı olmak, giriş ve çıkışları yönetmek, yemek siparişi vermek ve teslim etmek, yemek pişirmek, turistik noktaları devriye gezmek ve yoğun zamanlarda müşterileri eğlendirmek dahil olmak üzere turizmde artan ilgi ve çeşitli uygulamalar sunmaktadır. AR (çoğunlukla mobilde kullanılır) ve VR (sıklıkla başa takılan bir cihazla kullanılır) turistik yerleri (örneğin müzeler, eğlence yerleri, hayvanat bahçeleri, parklar vb.), otel konumlarını ve tesislerini (örneğin 3D videolar biçiminde otel sanal turlarını kullanmak) belirlemek için kullanılmaktadır.

Turizm literatüründe yapay zekaya ilişkin benzer çalışmalar; Mariani vd., (2018) veri tabanı olarak WoS + Scopus yıl kriteri 2000–2016 yılları arasında 173 makale ile sistematik literatür taraması, Johnson & Samakovlis (2019) WoS veri tabanında 2000–2018 yılları arasında 247 makale ile bibliyometrik analiz, Loureiro vd., (2020) WoS + Scopus veri tabanlarından 1995–2019 yılları arasında 381 makale ile bibliyometrik analiz, Doborjeh vd., (2021) 14 seçilmiş dergi üzerinden 2010–2021 yılları arasında 146 makale ile sistematik inceleme gerçekleştirmiştir (Knani vd., 2022).

Misafirperverlik ve turizm firmaları, tüketici deneyimini dinamik bir şekilde geliştirmek için akıllı teknolojiyi kullanmaktadır (Buhalis ve Sinarta, 2019). Akıllı misafirperverlik ve turizm, firmalara operasyonlarını ve üretkenliklerini artırma fırsatları sunarak, daha kaliteli ürünler ve müşterilere hizmet sunmak için daha iyi süreçler ortaya çıkarmaktadır. Hizmet otomasyonu tüketici tercihlerini etkileyebilir (Van Doorn vd., 2017; Grewal vd., 2017). Akıllılık, bir ekosistem oluşturmak ve tüm üyeleri dinamik olarak birbirine bağlamak için güçlü ağlar geliştirebilir. Ancak ekosistemi birbirine bağlamak zorlu bir görevdir çünkü uygulayıcılar arasında bir standardizasyon yoktur ve BİT geliştirme ve uygulama düzeyleri farklılık gösterir (Buhalis ve Leung, 2018).

Robotik hizmet, misafirperverlik ve turizm alanına giren en yeni yapay zeka gelişmelerinden biridir (Tussyadih vd., 2020; Parkı, 2020). Uluslararası Robotik Federasyonu bunu "endüstriyel otomasyon uygulaması olmadan insanlar veya ekipman için görevler gerçekleştiren bir robot" olarak tanımlamaktadır. Misafirperverlik ve turizm ortamlarında, robotik uygulamalar öncelikle otellerde, restoranlarda ve havaalanı operasyonlarında daha iyi üretim yönetimi ve müşteri katılımı için kullanılmaktadır (Noone ve Coulter, 2012; Borghi ve Mariani, 2020). Turizm ve misafirperverlik endüstrilerinde robotik uygulamalarının faydaları arasında hizmet kalitesinin artırılması, işçilik maliyetlerinin düşürülmesi ve otel operasyonlarının verimliliğinin artırılması yer almaktadır (Ivanov vd., 2019; Zemke vd., 2020). Sanal gerçeklik (VR) teknolojisi genellikle üç

boyutlu (3D) ve dijital ortamlarda sanal bir deneyimi simüle eden bir sanal gerçeklik başlığı kullanılmaktadır (Yung ve Khoo-Lattimore, 2019). Turizm ve otelcilik sektöründe sanal gerçeklik teknolojisi giderek popülerlik kazanmaktadır (Han vd., 2014; Loureiro vd., 2020). Bu endüstriler, müşteriler için "sanal seyahat", "otel turu" ve "rezervasyon arayüzü" deneyimleri yaratmak amacıyla 3 boyutlu videolar sunmaktadır (Guttentag, 2010). Örneğin, sanal otel turlarında tüketiciler otel atmosferi ve olanaklarıyla 3 boyutlu görselleştirmeler ve videolar şeklinde karşılaşmaktadır.

Bir chatbot veya VA, kullanıcılarla doğal bir dilde etkileşim kuran bir yazılım programıdır. Schneider (2017) tarafından hazırlanan bir rapora göre, 2025 yılına kadar müşterilerin %85'inin şirketlere insan olmadan bağlanacağı tahmin edilmektedir. Goasduff (2017)'a göre, sohbet robotları aynı zamanda misafirperverlik ve turizm sektörünün de aktif bir parçası olmuştur. Oteller veya diğer turizm şirketleri, yılın 365 günü, 7/24 hizmet veren sosyal medya veya anlık mesajlaşma uygulamalarında sohbet robotlarına sahiptir (Samala vd., 2020). Chatbot'ların şu anda ağırlıklı olarak kullanıldığı turizm sektörleri "seyahat chatbot'ları", "ses tabanlı chatbot'lar" ve "duygu tabanlı chatbot'lardır" (Lv vd., 2021). Ses tabanlı sohbet robotları, yiyecek servisi siparişi, taksi servisi, not okuma, görev ve randevu ayarlama, alarm ayarlama, oda servisi, temizlik hizmeti, otel tesisleri hakkında bilgi verme vb. gibi tüketicilerin sorularını yanıtlamak için tasarlanmıştır (Pillai ve Sivathanu, 2020). Son zamanlarda programcılar, müşterilerin davranışlarını, duygularını ve niyetlerini algılayabilen ve daha iyi anlayabilen bir sohbet robotu yaratmak için programcı merkezli olmaktan çok müşteri merkezli olan sohbet robotu platformunu geliştiriyorlar (Pillai ve Sivathanu, 2020). Buna duyguyla ilgili sohbet robotu denir. Son yıllarda, duyguyla ilgili sohbet robotlarının arkasındaki teknoloji, VA'nın duyguları iletmesine olanak tanıyacak şekilde ilerledi. Seyahat sohbet robotları uygulamasında, seyahat sohbet robotları araca yerleştirilebildiği ve her yeri tanımlayabildiği için, gezginler rehber olmadan seyahat sohbet robotlarını kullanarak araç kullanabilirler.

Turizmde ChatGPT'nin özellikle turist deneyimini geliştirici etkisi en önemli yararlarından biri olarak dikkat çekmektedir. Bunun yanında ortaya çıkabilecek dil sorunlarını çözmesi, erişilebilirliğin yüksek olması, diğer turistik hizmetlerle entegrasyonunun olması, seçenek sunması ve kişiselleştirme özellikleri gibi unsurlar ChatGPT'nin en önemli faydalarıdır (Küçükyaman vd., 2024). ChatGPT bireyler için seyahat programı oluşturabilir, bu programlara bağlı olarak konaklama ve restoran gibi rezervasyonlar yapabilir, bir işletme sahibi tarafından girilen basit dile yanıt verebilir ve takvim ayarlayabilir. Google haritalar sayesinde kuşbakışı mesafe gösterebilir, trafik yoğunluğu bilgisi verebilir. Sağlanan tüm bu kolaylıkların ChatGPT'e olan talebi artıracığı öngörülmektedir.

YÖNTEM

Geniş literatür miktarından en ilgili belgeleri ayırmak çok zaman almaktadır. Miktar hala artmakta olup, özellikle disiplinlerarası alanlarda bir disiplinin evrimini geleneksel yöntemlerle takip etmeyi giderek zorlaştırmaktadır (Zou ve Vu, 2019). Bu nedenle, bu çalışmada bibliyometrik analiz kullanılmıştır. Bibliyometrik yaklaşım, çok miktarda veriden bir araştırma alanının özünü türetmeyi sağladığı için değerlidir. Bibliyometrik analiz, bir araştırma alanının evrimini ve bir bilimsel alanın entelektüel yapısını yansıtan bir harita oluşturur. Bilim ve teknolojinin sınırlarını takip etmek, bilimsel keşif yönlerini göstermek ve araştırmacıların karar almalarına yardımcı olmak için değerli bir rehberdir. Bilimin en dikkat çekici yönleri, bilim tarafından bilinenleri haritalayarak, araştırmacılara madencilikte yardımcı olarak, bilgileri ve karşılıklı ilişkileri analiz ederek ve göstererek görselleştirmektir. Araştırma metodolojisi, Börner (2010) tarafından önerildiği gibi aşağıdaki aşamaları kapsayacak şekilde planlanmıştır. Bu

aşamalar; veri toplama ve analizi, haritalama aracı seçimi, görselleştirme, bulguların sunumu, yorumlanması ve tartışılması şeklindedir.

Bibliyometrik metodoloji, nicel tekniklerin (bibliyometrik analiz -örneğin, atıf analizi) bibliyometrik veriler (örneğin, yayın ve atıf birimleri) üzerinde uygulanmasını kapsamaktadır. Yapay zeka ve turizm arasındaki ilişkinin bibliyometrik analizi literatüre iki açıdan katkıda bulunur. Birincisi, bibliyografik yaklaşım önceki nitel çalışmaları tamamlar. Önceki incelemelere göre daha önemli bir belge örneğine sahip olmak için daha geniş bir kapsam ele alınmaktadır (Torresen, 2018). Daha kapsamlı, nesnel bir tarih ve geçmiş evrim yapay zeka-turizm tartışmasının incelenmesiyle sonuçlanmaktadır. İkinci olarak, bibliyometrik yaklaşım, turizm araştırmalarında yapay zeka geleceğinin daha doğru bir şekilde değerlendirilmesine olanak tanır. Yapay zeka-turizm tartışmasının devam eden evrimi için mevcut ve gelecekteki geliştirme alanlarını vurgulayarak geleneklerden gelecekteki eğilimlere doğru bir paradigma değişimi yaratılmak amaçlanmıştır. Bu inceleme, yapay zeka ve turizm arasındaki karşılıklı ilişkileri; teorinin veya bilimsel uygulamanın uzak ve bağlantısız bakış açılarını birbirine bağlamak için nasıl kullanılabileceğini; yeni çalışma alanlarının daha gelişmiş olanlardan nasıl faydalanacağını; yapay zeka ve turizm gelişim konularının neler olduğunu ve bunların 21. yüzyılda nasıl daha da teşvik edileceğini göstermektedir. Yapay zeka ve turizm çalışmalarında en güncel ilerlemeleri ve sınır noktalarını dahil etmek ve bir bilgi haritası oluşturmak için ilgili literatürde nicel analiz yapmak amacıyla VOSviewer tercih edilmiştir. Bunların daha fazla araştırma için rehber ve temel olarak hizmet etmesi amaçlanmaktadır.

Çalışmanın amacı Web of Science veri tabanında yer alan yapay zeka ve turizm kavramlarına yönelik dokümanların bibliyometrik özelliklerini incelemek ve bu özelliklere yönelik ağ haritalarını oluşturmaktır. Bu araştırmada cevap aranan sorular şunlardır:

Web of Science veri tabanında;

- Yapay zeka ve turizm kavramlarına yönelik yapılan yayınların yılları hangi aralıktadır, en çok hangi yıllarda yayın yapılmıştır ve yıllar itibarıyla atıflar nasıldır?
- Yapay zeka ve turizm kavramlarına yönelik yapılan yayınların kategorilerinin dağılımı nelerdir ve bu kategoriler nelerdir?
- Yapay zeka ve turizm kavramlarına yönelik yapılan yayınların sürdürülebilir kalkınma hedeflerine göre dağılımı nasıldır?
- Yapay zeka ve turizm kavramlarına yönelik yapılan yayınları hangi kurum ya da kuruluşlar tarafından gerçekleştirilmiştir ve ağ grafik haritası nasıldır?
- Yapay zeka ve turizm kavramlarına yönelik hangi ülkelerden yayın yapılmıştır ve ülkelerin atıf miktarına göre ağ grafiği nasıldır?
- Yapay zeka ve turizm kavramlarına yönelik yapılan yayınların yayın dilleri ve tarandığı indeksler nelerdir?
- Yapay zeka ve turizm kavramlarına yönelik yapılan yayınların yer aldığı kaynaklar hangileridir ve bu kaynakların aldıkları atıf miktarına göre dergi yayın ağı haritası nasıldır?
- Yapay zeka ve turizm kavramlarına yönelik yapılan yayınların en çok atıf alan yazarlar kimlerdir, dokümanlar hangileridir ve bunların aldıkları atıf miktarına göre doküman atıf ağı haritası ve yazar atıf ağı haritası nasıldır?
- Yapay zeka ve turizm kavramlarına yönelik yapılan yayınların yazar anahtar kelimeleri nelerdir ve bu kelimelerin birlikte bulunması durumunun anahtar sözcük birlikteliği haritası nasıldır?

Bilimsel Haritalama Tekniği

Bu çalışmada Web of Science veri tabanından toplanan literatürün nicel bibliyometrik analizini yapmak için VOSviewer bilimsel haritalama sistemi kullanılmıştır (Van Eck ve Waltman, 2010). Önceki çalışmalarda, arama motorlarında ilgili konuların yaygınlığını ve akademik olarak az ilgi gören alanları haritalamak için bibliyometrik analiz kullanılmıştır (Klarin, 2019). VOSviewer araçları (Van Eck ve Waltman, 2013) seçilen ilgili makalelerin bibliyometrik analizleri için kullanılmıştır.

VOSviewer, kullanım kolaylığı ve çok sayıda özelliği (özel kümeleme ve doğal dil işleme algoritmaları dahil) sayesinde bilimölçüm topluluğunda ve bilimsel haritaların kullanıldığı diğer alanlarda popüler hale gelmiştir (Orduña-Malea ve Costas, 2021). Bibliyometrik haritalama için kullanılan diğer bilgisayar araçlarının aksine, VOSviewer grafiksel gösterime önem vermektedir (Van Eck ve Waltman, 2010). VOSviewer'ın literatürü sistematik olarak analiz etmek için bir bibliyometrik araç olarak kullanılması, benzeri görülmemiş kapsamlı araştırmalar yürütmemize olanak tanıyan kapsamlı bir literatür analizi de dahil olmak üzere çeşitli faydalar sağlamaktadır (Markoulli vd., 2017). Bir dizi analiz biriminden güvenilir veri çıkarmak için bir dizi araçtır (Cobo vd., 2011) ve tekrarlanabilir titiz bir süreçle sunulan şeffaf bir sonuç kümesi elde edilmektedir. VOSviewer bibliyometrik haritalama yazılımı, seçilen konularda kullanılan en yaygın terimlerin yapay zeka ile turizm arasındaki bağlantının bir ağ görselleştirmesini oluşturmak için uygulanmıştır.

Bilimsel haritalama, araştırma bileşenleri arasındaki ilişkileri incelemektedir (Baker vd., 2021, Cobo vd., 2011). Analiz, araştırma bileşenleri arasındaki entelektüel etkileşimler ve yapısal bağlantılarla ilgilidir. Bilimsel haritalama teknikleri arasında atıf analizi, ortak atıf analizi, bibliyografik eşleştirme, ortak kelime analizi ve ortak yazarlık analizi yer alır. Bu tür teknikler, ağ analizi ile birleştirildiğinde, araştırma alanının bibliyometrik yapısını ve entelektüel yapısını sunmada etkilidir (Donthu vd., 2021). Tüm bu bilgiler ışığında, Tablo 1'de kullanımlarına ve veri değerlendirmelerine odaklanarak bilimsel haritalama için farklı tekniklerin bir özeti sunulmaktadır.

Tablo 1 - Bilimsel Haritalama Teknikleri ile Kullanımları, Analiz Birimleri ve Veri Gereksinimleri

Teknik	Kullanım	Analiz birimi	Veri gereksinimleri
Atıf analizi	Bir araştırma alanındaki en etkili yayımları belirleyerek yayımlar arasındaki ilişkileri analiz etmek.	Belgeler	Yazar adı Atıflar Başlık Dergiler DOI Referanslar
Ortak alıntı analizi	Bir araştırma alanındaki temel temaların gelişimini anlamak için atıf yapılan yayımlar arasındaki ilişkileri analiz etmek.	Belgeler	Referanslar
Bibliyografik bağlantı	Bir araştırma alanındaki temaların süreli veya güncel gelişimini anlamak için atıf yapan yayımlar arasındaki ilişkileri analiz etmek.	Belgeler	Yazar adı Başlık Dergiler DOI Referanslar
Co-word analizi	Bir araştırma alanındaki konular arasındaki mevcut veya gelecekteki ilişkileri, yayının yazılı içeriğine odaklanarak keşfetmek.	Kelimeler	Başlık Özet Yazar anahtar sözcükleri Dizin anahtar sözcükleri Tam metin
Ortak yazarlık analizi	Yazarlar arasındaki sosyal etkileşimleri veya ilişkileri ve bunların bağlılıklarını ve araştırma alanının gelişimi üzerindeki eşdeğer etkilerini incelemek.	Yazar Bağlantıları	Yazar Bağlantısı (kurum ve ülke)

Kaynak: Donthu vd., 2021

Verilerin Toplanması

Bibliyografik veri tabanlarına göre avantajları nedeniyle bibliyografik verileri çıkarmak için Web of Science çekirdek koleksiyonu kullanılmıştır. Konu başlığı ve anahtar kelime olarak yapay zeka ve turizm (Artificial Intelligence and Tourism) şeklinde, yıl sınırlaması ve belge türü olmadan,

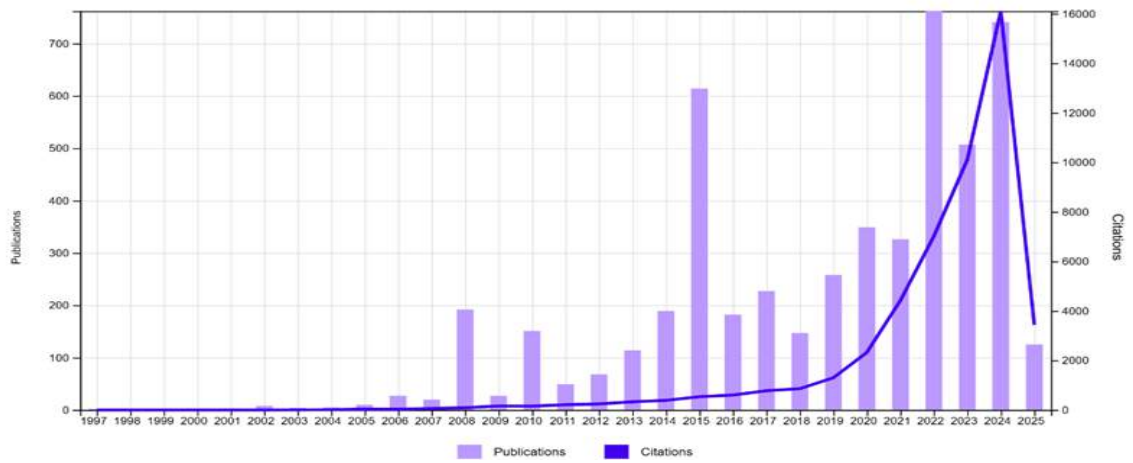
veri kümesi 12 Mart 2025 tarihinde Web of Science (WoS) çekirdek koleksiyonundan 5111 çalışma çekilerek oluşturulmuştur. Bu bağlamda ikincil veri kaynakları kullanılmış olup etik kurul izni almayı gerektirmeyen bir çalışma olmuştur.

BULGULAR

Bu bölüm, VOSviewer kullanılarak yapılan veri analizini ve görselleştirme ve yorumlama dahil sonuçları sunmaktadır. Her analizin sonuçları daha hızlı anlaşılması için tablolarda sunulmuş ve ardından görselleştirme amacıyla şekillerde gösterilmiştir. Çalışma kapsamında incelenen Web of Science veri tabanında ‘artificial intelligence and tourism’ şeklinde arama yapılmış olup yapay zeka ve turizm alanında kaleme alınan çalışmaların yıllara göre dağılımları Tablo 2’de sunulmuştur. YZ ve turizm konusunda yapılan çalışmaların yıllara göre dağılımına bakıldığında; 1997 yılında 2 çalışma, 2007 yılında 20 çalışma, 2017 yılında 227 çalışma, 2024 yılında 741 çalışma olarak sayılarının arttığı görülmüştür.

Tablo 2 - Yapay Zeka ve Turizm Konusunda Yapılan Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı

Çalışmanın Yılı	Çalışmanın Sayısı	5.111 Yayın İçinde Yüzde (%)
2025	125	2.446
2024	741	14.498
2023	507	9.920
2022	762	14.909
2021	326	6.378
2020	349	6.828
2019	258	5.048
2018	147	2.876
2017	227	4.441
2016	182	3.561
2015	614	12.013
2014	189	3.698
2013	114	2.230
2012	68	1.330
2011	49	0.959
2010	151	2.954
2009	27	0.528
2008	192	3.757
2007	20	0.391
2006	27	0.528
2005	10	0.196
2004	5	0.098
2003	4	0.078
2002	8	0.157
2001	3	0.059
2000	3	0.059
1999	1	0.020
1997	2	0.039



Şekil 1. Yıllara Göre Yapay Zeka ve Turizm Konusunda Çalışma ve Atıf Sayıları (1997-2025*)

*9 Mart 2025 tarihi itibarıyla

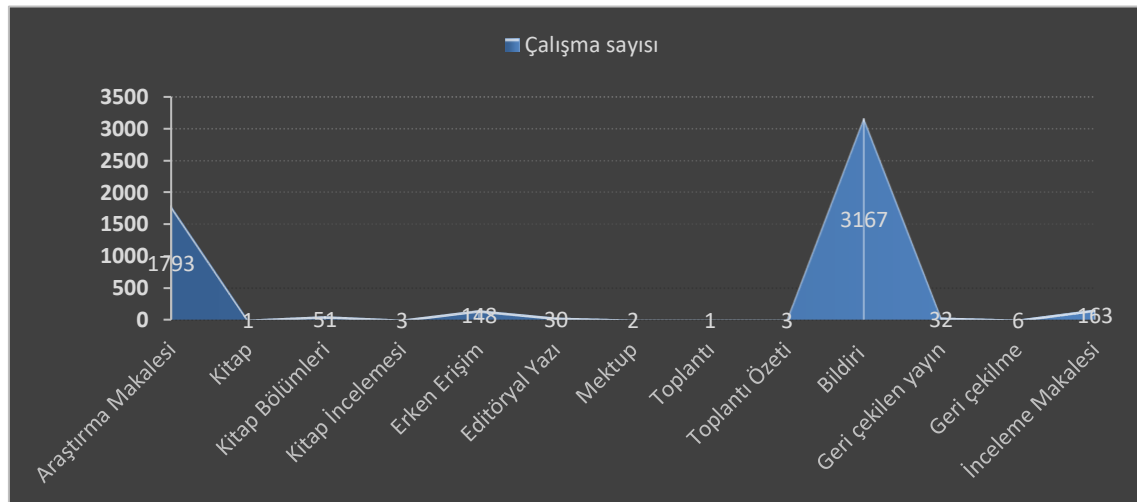
Şekil 1’de yıllara göre, yapay zeka ve turizm konusunda yayınlanan çalışma sayılarına ve atıf sayılarına yer verilmiştir. Yapay zeka ve turizm konusunda yayınlanan çalışma sayılarının ve atıf sayılarının doğru orantılı olarak 2017 yılından itibaren düzenli olarak artış gösterdiği tespit edilmiştir. Bu artışta yapay zeka ve turizm alanında en fazla atıfa sahip ilk beş çalışmanın sıralaması aşağıdaki gibidir. 2025 yılında çalışma sayısının ve atıf sayısının az olmasının nedeni yılın henüz tamamlanmamış olmasından kaynaklanmaktadır. Araştırma verileri geçmişten günümüze 2025 yılının çeyrek dönemine kadar olan zaman serisinden oluşmaktadır.

Tablo 3’de Web of Science veri tabanında turizm ve yapay zeka konu alanında en fazla atıf alan araştırmacılardan önde gelenin Dwivedi olduğu, ardından diğer üretken araştırmacılar Hughes, Williams, Kshetri, Wamba, Ismagilova, Wang, Gursoy, Chi, Nunkoo şeklinde devam ettiği görülmüştür. Turizm ve yapay zeka üzerinde en fazla atfın yapıldığı derginin “International Journal of Information Management” olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 3 – En Fazla Atıfa Sahip İlk Beş Çalışmanın Künyesi

Yıl	Araştırmacı(lar)	Çalışmanın başlığı	Dergi adı
2012	Dwivedi, YK; Hughes, L; (...); Williams, MD	Artificial Intelligence (AI): Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy	International Journal of Information Management
2023	Dwivedi, YK; Kshetri, N; (...); Wright, R	So what if ChatGPT wrote it? Multidisciplinary perspectives on opportunities, challenges and implications of generative conversational AI for research, practice and policy	International Journal of Information Management
2022	Dwivedi, YK; Hughes, L; (...); Wamba, SF	Metaverse beyond the hype: Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy	International Journal of Information Management
2021	Dwivedi, YK; Ismagilova, E; (...); Wang, YC	Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions	International Journal of Information Management
2019	Gursoy, D; Chi, OHX; (...); Nunkoo, R	Consumers acceptance of artificially intelligent (AI) device use in service delivery	International Journal of Information Management

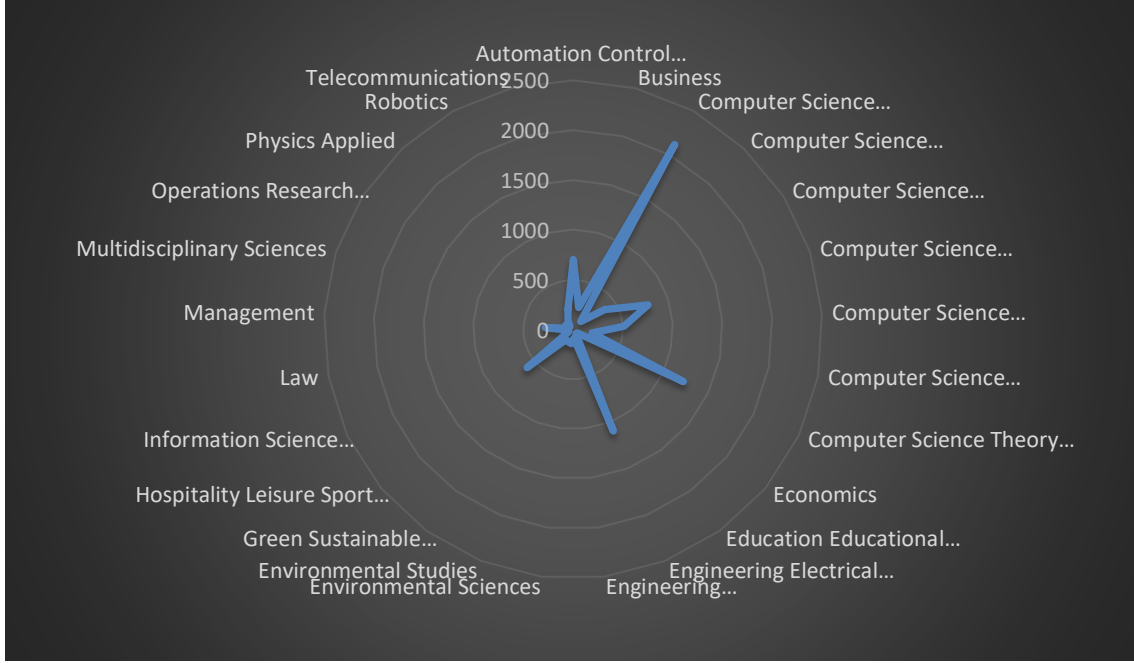
Şekil 2’de yapay zeka ve turizm konusunda yapılan çalışmaların türlerine yer verilmiştir. Web of Science belge türü kategorilerine göre kısıtlama yapılmaksızın; araştırma makalesi, inceleme makalesi, kitap, kitap bölümü, kitap incelemesi, erken erişim, editöryal yazı, mektup, toplantı ve özeti, bildiri, geri çekilen yayın ve geri çekilme başlıklı tüm elde edilen veriler sunulmuştur. Belge türü bakımından 5111 kayıt sayısı olan çalışmaların %62’si bildiri, %35’i araştırma makalesi, %3’ü inceleme makalesidir. Turizm ve yapay zeka alanına yönelik 30 editöryal yazı, 1 kitap, 1 toplantı ve 3 toplantı özeti tespit edilmiştir.



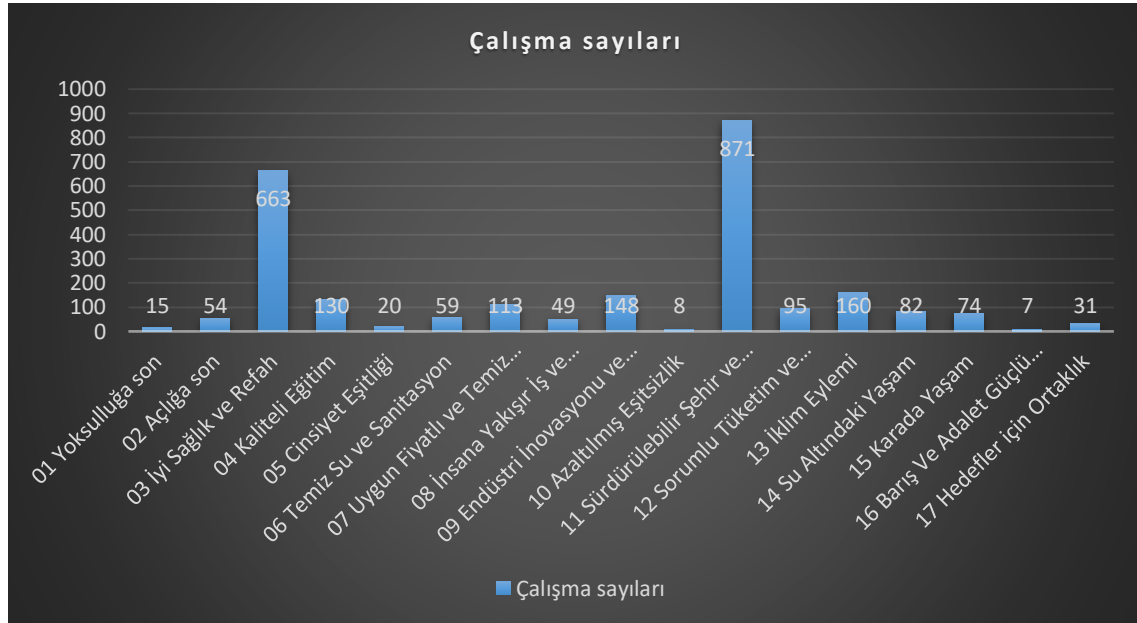
Şekil 2. Yapay Zeka ve Turizm Konusunda Yapılan Çalışmaların Türü

Şekil 3’te yer alan çalışmaya yönelik web of science kategorisinde yer alan grafik sunulmuştur. Konuya ilişkin misafirperverlik eğlence spor turizm kategorisinde 598 yayın, yönetim kategorisinde 282 yayın, bilgisayar bilimi yapay zeka kategorisinde 2118 yayın, ekonomi

kategorisinde 54 yayın, çevre bilimleri kategorisinde 142 yayın, sosyoloji kategorisinde 23 yayın, telekomünikasyon kategorisinde 41 yayın, hukuk kategorisinde 48 yayın yer almaktadır. Bilgisayar Bilimi kendi içinde Bilgisayar Bilimi Yapay Zeka (2118 yayın), Bilgisayar Bilimi Siberetik (108 yayın), Bilgisayar Bilimi Bilgi Sistemleri (792 yayın), Bilgisayar Bilimi Donanım Mimarisi (378 yayın), Bilgisayar Bilimi Disiplinlerarası Uygulamalar (512 yayın), Bilgisayar Bilimi Yazılım Mühendisliği (196 yayın), ve Bilgisayar Bilimi Teori Yöntemleri (1223 yayın) olmak üzere Şekil 3'te görüldüğü gibi 7 kategoriye ayrılmaktadır.



Şekil 3. Yapay Zeka ve Turizm Konulu Çalışmaların Web of Science Kategorisi



Şekil 4. Yapay Zeka ve Turizm Konulu Çalışmaların Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine Göre Dağılımı

Şekil 4’te yapay zeka ve turizm konulu çalışmaların sürdürülebilir kalkınma hedeflerine göre dağılımına yer verilmiştir. Yapay zeka ve turizm konulu çalışmaların sürdürülebilir kalkınmanın hedeflerinden en çok 11. hedef olan sürdürülebilir şehir ve topluluk üzerinde 871 yayın ile yoğunluk kazandığı (%17) tespit edilmiştir. Ardından sürdürülebilir kalkınmanın hedeflerinden 3. sırada yer alan iyi sağlık ve refah 663 yayın (%13), 13. hedef iklim eylemi 160 yayın (%3) ile gelmektedir. Diğer sürdürülebilir kalkınma hedefleriyle ilişkili olarak turizm ve yapay zeka konulu çalışmaların dağılımı aşağıda sunulmuştur.

Çalışma kapsamında incelenen yapay zeka ve turizm alanındaki yayınların en fazla yapıldığı ilk on kurum/kuruluş isimlerine, çalışma sayılarına ve yüzdeliklerine Tablo 5’te yer verilmiştir. Tablo 5’e göre, konuyla ilgili en fazla çalışmayı (105 yayın) destekleyen kuruluş Avrupa Birliğidir (European Union EU). İkinci en çok yayına katkı sağlayan kurum Institute For Information Communication Technology Planning Evaluation Iitp Republic of Korea olarak ortaya çıkmıştır (103 yayın). Genel itibarıyla turizm ve yapay zeka ile yayınları destekleyen kuruluşların Uzak Doğu Asya ülkelerine ait kuruluşlar olduğu söylenilebilir.

Tablo 4. Yapay Zeka ve Turizm Konulu Çalışmalara Katkı Sağlayan Kurum ve Kuruluşlar

Kurum/Kuruluş adı	Çalışma sayısı	Yüzde (%)
Australian Research Council	28	0.548
China Postdoctoral Science Foundation	23	0.450
European Union Eu	105	2.054
Federal Ministry of Education Research Bmbf	31	0.607
Fundacao Para A Ciencia E A Tecnologia Fct	40	0.783
Fundamental Research Funds For The Central Universities	36	0.704
Grants In Aid for Scientific Research Kakenhi	47	0.920
Institute For Information Communication Technology Planning Evaluation Iitp Republic of Korea	103	2.015
Japan Society For the Promotion of Science	52	1.017
Korea Creative Content Agency Kocca	60	1.174

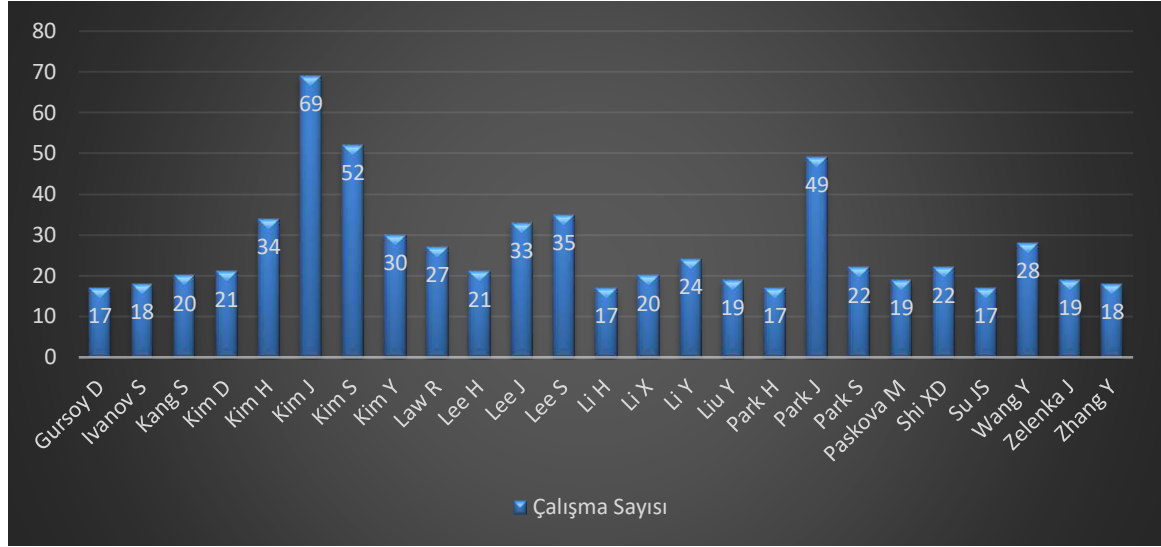
Çalışma kapsamında incelenen yapay zeka ve turizm alanındaki yayınlara en fazla katkı sağlayan ülkelere, çalışma sayılarına ve yüzdeliklerine Tablo 5’te yer verilmiştir. Tablo 5’e göre, yapay zeka ve turizm üzerine en fazla katkı sağlayan ülke Çin (1331 yayın) gelmektedir. İkinci sıraya Amerika Birleşik Devletleri (494 yayın), üçüncü sıraya ise Güney Kore (577 yayın) gelmektedir. Web of Science veri tabanında turizm ve yapay zeka konulu yayın üzerine 118 ülke girişi yapılmış olup aşağıda ilk 25 ülke gösterilmiştir. Türkiye 66 yayın ile ilk 25 ülke sıralamasında yer almaktadır.

Tablo 5. Yapay Zeka ve Turizm Konulu Çalışmalara Katkı Sağlayan Ülkeler

Ülke	Çalışma sayısı	Yüzde (%)
Amerika Birleşik Devletleri	494	9.665
Avustralya	289	5.654
Avusturya	59	1.154
Brezilya	65	1.272
Kanada	85	1.663
Kıbrıs	62	1.213
İngiltere	253	4.950
Fransa	154	3.013
Almanya	192	3.757
Yunanistan	170	3.326
Hindistan	188	3.678
İtalya	158	3.091
Japonya	396	7.748
Malezya	294	5.752
Hollanda	57	1.115
Çin	1331	26.042
Portekiz	139	2.720
Suudi Arabistan	69	1.350
Singapur	72	1.409
Güney Kore	577	11.289
İspanya	317	6.202
Tayvan	180	3.522
Tayland	62	1.213
Türkiye	66	1.291

Şekil 5’te yapay zeka ve turizm konularında en fazla çalışma yapan araştırmacıların dağılımına yer verilmiştir. Yapay zeka ve turizm üzerinde katkı sağlayan en üretken araştırmacılar sırasıyla; Kim J (69 yayın), Park J (49 yayın), Kim S (52 yayın), Lee S (35 yayın), Lee J (33 yayın) şeklinde devam etmektedir. Araştırma sonucunda turizm ve yapay zeka konusunda en üretken araştırmacı sıralamasına Türk araştırmacılardan Gürsoy, D. 17 çalışma ile ilk 25 araştırmacı içine

girmiştir. Yapay zeka ve turizm konularında toplam 14.247 araştırmacı bulunduğu tespit edilerek ilk 25 araştırmacının dağılımına aşağıda yer verilmiştir.



Şekil 5- Yapay Zeka ve Turizm Konularında En Fazla Çalışma Yapan Araştırmacıların Dağılımı

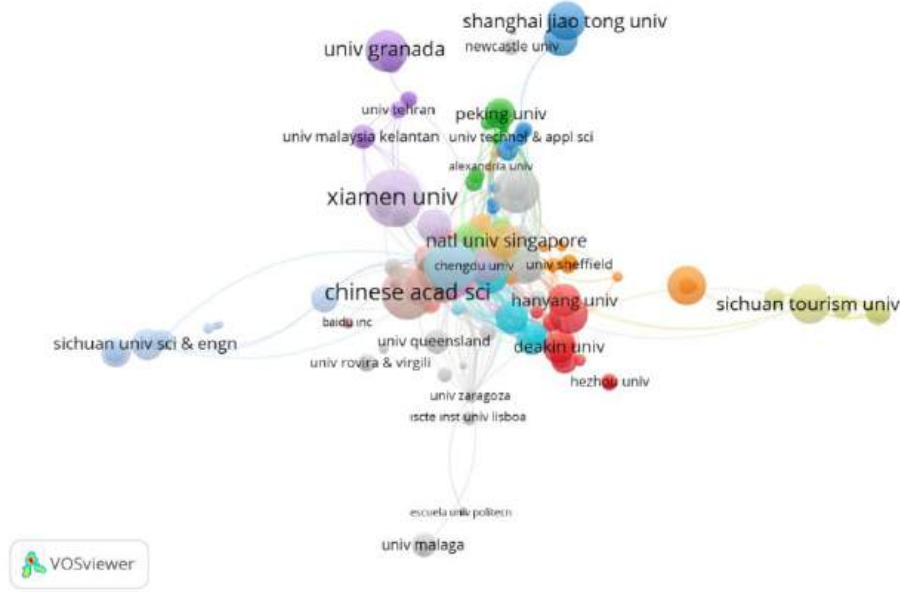
Tablo 6'ya göre, YZ ve turizm konularında yapılan 5.111 çalışmanın büyük bir çoğunluğunun yazım dilinin İngilizce (5066) olduğu, ardından Çekçe (17 çalışma) ve İspanyolca (14 yayın) geldiği tespit edilmiştir. Bu sıralamaya 4 çalışma ile Türkçe de girmiştir. YZ ve turizm konuları Türkiye'de araştırmacılar için önemli bir araştırma alanı oluşturmuştur.

Tablo 6. Yapay Zeka ve Turizm Konularında Yapılan Çalışmaların Yazım Dili

Diller	Kayıt Sayısı	Yüzde (%)
Çince	5	0.098
Çekçe	17	0.333
İngilizce	5066	99.120
Almanca	1	0.020
İtalyanca	2	0.039
Portekizce	4	0.078
Rusça	1	0.020
İspanyolca	14	0.274
Türkçe	4	0.078

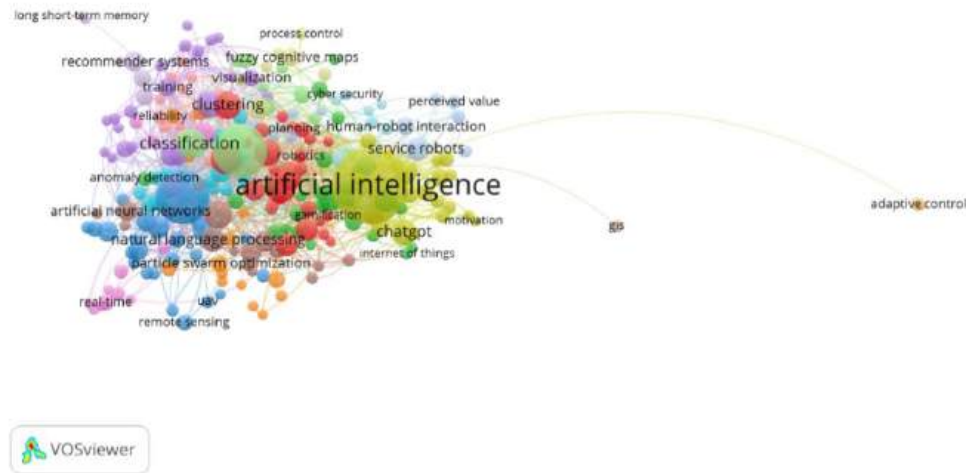
Yazarların ortak yazarlık analizine göre, en fazla bağlantılı ve iş birliği yapan yazarları tespit etmek üzere en az 1 yayın ve en az 1 atıf kriteri belirlenerek ağ haritası oluşturulmuştur. Ortak yazar analizine ait ağ Şekil 5'te sunulmuştur. En çok atıf alan yazarların 711 atıfla Yogesh K. Dwivedi, 709 atıfla Elvira Ismagilova ortaya çıkmıştır ve en bağlantılı yazarlar olmadığı görülmektedir.

Şekil 6'ya göre en fazla atıf alan ülkeler Çin (10.653 atıf), Amerika Birleşik Devletleri (7748), İngiltere (5801) olmuştur. Toplam bağlantı gücü açısından bu ülkeler ilk üçte yer almaktadır. Eser sayısı olarak ise sıralama Çin (939 yayın), Güney Kore (482 yayın) ve Amerika Birleşik Devletleri (370 yayın) şeklindedir.



Şekil 7. Kurumların Atıf Analizi (Citation of Organizations)

Şekil 7'de kurumların atıf analizine göre; en fazla belgeye sahip olan kurumlar Teknol Malaysia Üniversitesi (86 yayın), Xiamen Üniversitesi (58), Chinese Acad Sci (48 yayın), Hong Kong Polytech Üniversitesi (48 yayın) şeklindedir. Atıf bakımından öne çıkan üniversiteler sıralaması şu şeklidedir; Washington State Üniversitesi (927 atıf), Hong Kong Polytech Üniversitesi (917 atıf), Johannesburg Üniversitesi (894 atıf), Nevada Üniversitesi (829).



Şekil 8. Anahtar Sözcük Analizi (Co-occurrence of All Keywords)

Yapay zeka ve turizm ile ilgili yayınlarda en sık kullanılan anahtar sözcüklere Şekil 8'de bakıldığında 244 ile artificial intelligence (yapay zeka), 124 ile deep learning (derin öğrenme), 123 ile machine learning (makine öğrenimi), 41 ile tourism (turizm) ve 41 ile data mining (veri madenciliği) ifadeleri başı çekmektedir. Toplam bağlantı gücü açısından en güçlü ifadeler artificial intelligence, machine learning ve deep learning şeklindedir.

SONUÇ

Bilgi teknolojilerinin son zamanlardaki gelişimi ve kullanımı turizm sektörünün hemen hemen her aşamasını devrim niteliğinde değiştiren ve otomatikleştiren yeniliklere olanak sağlamıştır. Bu değişikliklere yanıt verebilmek için akıllı turizm konsepti ortaya çıkmış, gerçek zamanlı çözümler, gelişmiş analizler turist deneyimini geliştirmeye katkı sunmuştur. Öte yandan yapay zeka ve turizm araştırmacılar için de merak ve araştırma konusu olmuştur.

Son yıllarda turizm ve yapay zeka üzerine yapılan araştırmalar artmıştır. Bu makalenin araştırma gövdesi bibliyometrik bir inceleme ve analizini içermektedir. Bu çalışma, turizm ve yapay zeka hakkında bilgi sağlayarak ve gelecekteki araştırmalara bilgi vererek mevcut araştırmalara katkıda bulunmaktadır. İlk olarak, alanda yayınlanmış belgelerle ilgili ana göstergeleri nicelleştirir, etkili yazarlar, üniversiteler, ülkeler ve dergiler gibi temel katkıda bulunanları sıralar; ikinci olarak, çalışma anahtar kelime oluşumunu ortaya çıkarmakta üçüncüsü, gelecekteki perspektifleri ve araştırma yollarını önermektedir.

Veri kümesi, 12 Mart 2025 tarihinde çekilen, Web of Science veri tabanından 1997 ile 2025 yılları arasında yayınlanmış toplam 5111 çalışmadan oluşmaktadır. Verilerin analizinde VOSviewer 1.6.20 programından faydalanılmıştır.

Yapay zeka ile turizm konulu çalışmaların yıllara göre artış göstererek devam ettiği aynı şekilde çalışma atıflarının yükseldiği, en çok atıf ağında güçlü olan çalışma yazarının Yogesh K. Dwivedi (711 atıf) olduğu görülmüştür. Yapay zeka ve turizm üzerinde katkı sağlayan en üretken araştırmacılar sırasıyla; Kim J (69 yayın), Park J (49 yayın), Kim S (52 yayın) gelmektedir. Turizm ve yapay zeka üzerinde en fazla atıfın yapıldığı derginin "International Journal of Information Management" olduğu tespit edilmiştir.

Web of Science belge türü kategorilerine göre kısıtlama yapılmaksızın; araştırma makalesi, inceleme makalesi, kitap, kitap bölümü, kitap incelemesi, erken erişim, editöryal yazı, mektup, toplantı ve özeti, bildiri, geri çekilen yayın ve geri çekilme başlıklı tüm elde edilen veriler sunulmuştur. Belge türü bakımından 5111 kayıt sayısı olan çalışmaların %62'si bildiri, %35'i araştırma makalesi, %3'ü inceleme makalesidir. Turizm ve yapay zeka alanine yönelik 30 editöryal yazı, 1 kitap, 1 toplantı ve 3 toplantı özeti tespit edilmiştir.

Yapay zeka ve turizm konulu çalışmaların sürdürülebilir kalkınmanın hedeflerinden en çok 11. hedef olan sürdürülebilir şehir ve topluluk üzerinde 871 yayın ile yoğunluk kazandığı (%17) tespit edilmiştir. Ardından sürdürülebilir kalkınmanın hedeflerinden 3. sırada yer alan iyi sağlık ve refah 663 yayın (%13), 13. hedef iklim eylemi 160 yayın (%3) ile gelmektedir.

Yapay zeka ve turizm üzerine en fazla katkı sağlayan ülke Çin (1331 yayın) gelecektir. İkinci sıraya Amerika Birleşik Devletleri (494 yayın), üçüncü sıraya ise Güney Kore (577 yayın) gelmektedir. Web of Science veritabanında turizm ve yapay zeka konulu yayın üzerine 118 ülke girişi yapılmış olup aşağıda ilk 25 ülke gösterilmiştir. Türkiye 66 yayın ile ilk 25 ülke sıralamasında yer almaktadır. En fazla atıf alan ülkeler Çin (10.653 atıf), Amerika Birleşik Devletleri (7748), İngiltere (5801) olmuştur. Toplam bağlantı gücü açısından bu ülkeler ilk üçte yer almaktadır. Eser sayısı olarak ise sıralama Çin (939 yayın), Güney Kore (482 yayın) ve Amerika Birleşik Devletleri (370 yayın) şeklindedir. Yapılan iş birliklerine göre Çin ve Amerika

Birleşik Devletleri'nde konuların oldukça trend haline geldiği görülmüştür. Yapay zeka ve turizm üzerine en fazla katkı sağlayan ülke Çin (1331 yayın), en çok finansman sağlayan kuruluş Avrupa Birliğidir.

Yapay zeka ve turizm ile ilgili yayınlarda ağ analizlerine göre en sık kullanılan anahtar sözcüklere bakıldığında 244 tekrar ile artificial intelligence (yapay zeka), 124 tekrar ile deep learning (derin öğrenme), 123 tekrar ile machine learning (makine öğrenimi), 41 tekrar ile tourism (turizm) ve 41 tekrar ile data mining (veri madenciliği) ifadeleri gelmektedir.

Gelecek öngörüsü üzerine, yapay zekanın gelişimi turizm alanyazında güncel bir konu olarak önemini taşıırken uygulamada da turizm sektöründe büyük öneme sahiptir. Önümüzdeki yıllarda bir turistin yolculuğunun tüm aşamalarında her yerde mevcut hale gelecektir. Bu kaçınılmaz olarak yenilikçi hizmetlerin geliştirilmesine, değerin ortak yaratılmasına ve fiziksel ve sanal unsurların entegrasyonu yoluyla turist deneyiminin iyileştirilmesini sağlayacaktır. Anahtar sözcük olarak ortaya çıkan 124 tekrar ile deep learning (derin öğrenme), 123 tekrar ile machine learning (makine öğrenimi) uygulamada örneğin, makine öğrenimi tekrarlayan turistik görevleri için alternatifler sunabilir ve turizm çalışanlarının daha anlamlı ve keyifli görevleri sürdürmelerine olanak tanıyabilir. Başarılı olmak için, turizm işletmeleri çalışanlarıyla çok yönlü bir etkileşim geliştirmeli ve yeni yapay zeka yöntemlerini ve uygulamalarını benimseme konusunda gelişmiş yetenek ve istek geliştirmelidir. Ancak, teknolojinin çalışanların refahı üzerinde olumsuz etkileri olabileceği gerçeğini göz ardı etmemelidirler. Bu olumsuz etkilerin üstesinden gelmek, çalışanların katılımını ve bağlılığını artırmaya yönelik ilk adım olabilir. Benzer şekilde turizm işletmeleri, kullanıcılar için değer yaratmak amacıyla teknolojik yenilikleri ve otomasyonu benimseyerek ürünlerini ve hizmetlerini yeniden tasarlayabilir. Örneğin, biyometri, yüz tanıma ve sesli asistanlar, otomatik veri toplama, kişiselleştirilmiş hizmetler sağlama, ayarlamalar yapma ve düzeltici eylemler başlatma kapasitelerini artıracakı öngörülmektedir.

Çalışmanın sınırlılığı, veri kümesi olarak 12 Mart 2025 tarihinde çekilen, Web of Science veri tabanından 1997 ile 2025 yılları arasında yayınlanmış toplam 5111 çalışma oluşturmaktadır.

Araştırma sonuçlarının turizm ve yapay zekaya ilişkin ulusal literatüre katkı sağlayacağı ve araştırmacılara yeni fikir vereceği düşünülmektedir. Çalışma, yapay zeka ve turizm ile ilgili uluslararası çalışmaların ağ analizi ile kapsamlı bir şekilde inceleyen ve görsel olarak haritalandıran girişimlerden biridir. Gerçekleşen çalışmada yapay zekanın umut verici potansiyeline odaklanılmaktadır ancak yapay zekanın olumsuz gelişimi olumsuz sonuçlara yol açabilir. Araştırma ağlarının görselleştirmelerinin sunulduğu ve araştırmanın entelektüel yapısının ortaya konulduğu çalışmada gelecekteki araştırmalar için dört temel konu başlığı belirlenmiştir bu konu başlıkları; yapay zekanın turizm işletmeleri üzerinde etkisi, yapay zeka kullanımına ilişkin gizlilik endişeleri ve bilgi ifşası, akıllı turizm deneyimleri, otomasyon ve robotiğin turistlerin deneyimleri üzerindeki etkileri şeklindedir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Çıkar çatışması yoktur.

Etik Onay: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Türk Turizm Araştırmaları Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

Etik Kurul Onayı: Çalışma kamuya açık ikincil verilerin kullanılmasıyla oluşturulmuştur.

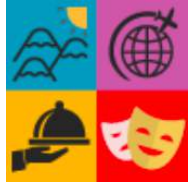
Araştırmacıların Katkı Oranı: Çalışma tek yazarlı olup katkı oranı %100'dür.

KAYNAKÇA

- Baker, H. K., Kumar, S. and Pattnaik, D. (2021). Twenty-five years of the journal of corporate finance: a scientometric analysis. *Journal of Corporate Finance*, 66, 101572.
- Borghi, M. and Mariani, M. (2020). Service robots in online reviews: an empirical study of online robotic discourse. *Annals of Tourism Research*, 87(C), 103036, doi: 10.1016/j.annals.2020.103036.
- Börner, K. (2010). *Atlas of Science: Visualising What we Know*, MIT Press, Cambridge, MA.
- Buhalis, D., Harwood, T., Bogicevic, V., Viglia, G., Beldona, S., and Hofacker, C. (2019). Technological disruptions in services: lessons from tourism and hospitality. *Journal of Service Management*, 30(4), 484-506.
- Buhalis, D. and Leung, R. (2018). Smart hospitality-interconnectivity and interoperability towards an ecosystem. *International Journal of Hospitality Management*, 71(April), 41-50.
- Buhalis, D. and Sinarta, Y. (2019). Real-time co-creation and nowness service: lessons from tourism and hospitality. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(5), 563-582.
- Bulchand-Gidumal, J. (2022). Impact of artificial intelligence in travel, tourism, and hospitality. In *Handbook of e-Tourism* (pp. 1943-1962). Cham: Springer International Publishing.
- Cobo, M.J., López-Herrera, A.G., Herrera-Viedma, E. and Herrera, F. (2011). Science mapping software tools: review, analysis, and cooperative study among tools. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 62(7), 1382-1402.
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N. and Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285-296.
- Doborjeh, Z., Hemmington, N., Doborjeh, M., and Kasabov, N. (2022). Artificial intelligence: a systematic review of methods and applications in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(3), 1154-1176.
- Goasduff, L. (2019). Chatbots will appeal to modern workers, Gartner, www.gartner.com/smarterwithgartner/chatbots-will-appeal-to-modern-workers Erişim Tarihi: 07.03.2025.
- Grewal, D., Roggeveen, A.L. and Nordfält, J. (2017). The future of retailing. *Journal of Retailing*, 93(1), 1-6.
- Grundner, L. and Neuhofer, B. (2021). The bright and dark sides of artificial intelligence: A futures perspective on tourist destination experiences. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100511.
- Guttentag, D.A. (2010). Virtual reality: applications and implications for tourism. *Tourism Management*, 31(5): 637-651, doi: 10.1016/j.tourman.2009.07.003.
- Han, H., Hwang, J. and Woods, D.P. (2014). Choosing virtual–rather than real–leisure activities: an examination of the decision–making process in screen-golf participants. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(4), 428-450, doi: 10.1080/10941665.2013.764333.
- Huang, A., Chao, Y., de la Mora Velasco, E., Bilgihan, A., and Wei, W. (2022). When artificial intelligence meets the hospitality and tourism industry: an assessment framework to inform theory and management. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 5(5), 1080-1100.
- Ivanov, S., Gretzel, U., Berezina, K., Sigala, M. and Webster, C. (2019). Progress on robotics in hospitality and tourism: a review of the literature. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10(4), 489-521, doi: 10.1108/JHTT-08-2018-0087.

- Knani, M., Echchakoui, S. and Ladhari, R. (2022). Artificial intelligence in tourism and hospitality: Bibliometric analysis and research agenda. *International Journal of Hospitality Management*, 107, 103317.
- Küçükayman, M.A., Güçlütürk Baran, G. ve Alabacak, C.H. (2024). Güncel Bir Araç: ChatGPT Üzerine Sistematik Bir Literatür Taraması ve Turizm için Çıkarımlar. *Journal of Vocational and Social Sciences of Turkey*, 6(16), 57-70.
- Klarin, A. (2019). Mapping product and service innovation: a bibliometric analysis and a typology. *Technological Forecasting and Social Change*, 149, 119776.
- Loureiro, S.M.C., Guerreiro, J. and Ali, F. (2020). 20 Years of research on virtual reality and augmented reality in tourism context: a text-mining approach. *Tourism Management*, 77, 104028, doi: 10.1016/j.tourman.2019.104028.
- Lv, X., Liu, Y., Luo, J., Liu, Y. and Li, C. (2021). Does a cute artificial intelligence assistant soften the blow? The impact of cuteness on customer tolerance of assistant service failure. *Annals of Tourism Research*, 87, 103114, doi: 10.1016/j.annals.2020.103114.
- Markoulli, M.P., Lee, C.I., Byington, E. and Felps, W.A. (2017). Mapping human resource management: reviewing the field and charting future directions. *Human Resource Management Review*, 27(3), 367-396.
- McCarthy, J. (2007). *What is artificial intelligence?* <http://jmc.stanford.edu/articles/whatisAI/whatisAI.pdf> Erişim Tarihi: 07.03.2025.
- Mustak, M., Salminen, J., Plé, L., and Wirtz, J. (2021). Artificial intelligence in marketing: Topic modeling, scientometric analysis, and research agenda. *Journal of Business Research*, 124, 389-404.
- Noone, B.M., and Coulter, R.C. (2012). Applying modern robotics technologies to demand prediction and production management in the quick-service restaurant sector. *Cornell Hospitality Quarterly*, 53(2), 122-133.
- Pauna, V.H., Picone, F., Le Guyader, G., Buonocore, E. and Franzese, P.P. (2018). The scientific research on ecosystem services: a bibliometric analysis. *Ecological Questions*, 29(3), 53-62.
- Park, S. (2020). Multifaceted trust in tourism service robots. *Annals of Tourism Research*, 81, 102888, doi: 10.1016/j.annals.2020.102888.
- Pereira, V., Hadjielias, E., Christofi, M. and Vrontis, D. (2023). A systematic literature review on the impact of artificial intelligence on workplace outcomes: A multi-process perspective. *Human Resource Management Review*, 33(1), 100857.
- Pillai, R. and Sivathanu, B. (2020). Adoption of AI-based chatbots for hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(10), 3199-3226, doi: 10.1108/IJCHM-04-2020-0259.
- Samala, N., Katkam, B.S., Bellamkonda, R.S. and Rodriguez, R.V. (2020). Impact of AI and robotics in the tourism sector: a critical insight. *Journal of Tourism Futures*, 8(1), 73-87.
- Schneider, C. (2017). 10 reasons why AI-powered, automated customer service is the future, IBM, <https://www.ibm.com/blogs/watson/2017/10/10-reasons-AI-powered-automated-customer-service-future/> Erişim Tarihi: 08.03.2025.
- Shankar, V. (2018). How artificial intelligence (AI) is reshaping retailing. *Journal of Retailing*, 94(4), vi-xi.

- Tussyadiah, I. (2020). A review of research into automation in tourism: Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on Artificial Intelligence and Robotics in Tourism. *Annals of Tourism Research*, 81, 102883, <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102883>.
- Tussyadiah, I.P., Zach, F.J. and Wang, J. (2020). Do travelers trust intelligent service robots? *Annals of Tourism Research*, 81, 102886, <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102886>.
- Torresen, J. (2018). A review of future and ethical perspectives of robotics and AI. *Frontiers in Robotics and AI*, 4, 75, doi: 10.3389/frobt.2017.00075.
- Orduña-Malea, E. and Costas, R. (2021). Link-based approach to study scientific software usage: the case of VOSviewer. *Scientometrics*, 126(9), 8153-8186.
- Van Eck, N.J. and Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523-538.
- Van Eck, N.J. and Waltman, L. (2013). VOSviewer manual. *Leiden: Univeriteit Leiden* 1(1), 1-53.
- Van Doorn, J., Mende, M., Noble, S.M., Hulland, J., Ostrom, A.L., Grewal, D. and Petersen, J.A. (2017). Domo arigato Mr. Roboto: emergence of automated social presence in organizational frontlines and customers' service experiences. *Journal of Service Research*, 20(1), 43-58.
- Valderrama-Zurián, J.C., Aguilar-Moya, R., Melero-Fuentes, D. and Aleixandre-Benavent, R. (2015). A systematic analysis of duplicate records in Scopus. *Journal of Informetrics*, 9(3), 570-576.
- Yung, R. and Khoo-Lattimore, C. (2019). New realities: a systematic literature review on virtual reality and augmented reality in tourism research. *Current Issues in Tourism*, 22(17), 2056-2081.
- Zemke, D.M.V., Tang, J., Raab, C. and Kim, J. (2020). How to build a better robot ... for quick-service restaurants. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 44(8), 1235-1269, [10.1177/1096348020946383](https://doi.org/10.1177/1096348020946383).
- Zou, X. and Vu, H.L. (2019). Mapping the knowledge domain of road safety studies: a scientometric analysis. *Accident Analysis & Prevention*, 132, 105243.
- Zou, X., Yue, W.L. and Le Vu, H. (2018). Visualization and analysis of mapping knowledge domain of road safety studies. *Accident Analysis & Prevention*, 118, 131-145.



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2025, 9(3): 249-273.

DOI: [10.26677/TR1010.2025.1581](https://doi.org/10.26677/TR1010.2025.1581)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Doğa Temelli Göllerin Sürdürülebilir Turizmdeki Rolü: Bolu Örneği

Hakan UZUNÇAKMAK, Yüksek Lisans Öğrencisi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Bolu, e-posta: hane.uzuncakmak@hotmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-1408-5845>

Prof. Dr. Aliye ÇILAN AKIN, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Bolu, e-posta: aliye.akin@ibu.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8589-7547>

Öz

Bolu ili sahip olduğu çok sayıdaki doğa temelli gölleri ile Türkiye'nin önemli bir doğa temelli turizm destinasyonudur. Çalışmada Bolu ilindeki doğa temelli göllerin sürdürülebilir turizm kapsamında değerlendirilmesi hedeflenmiştir. Bu doğrultuda, göllerin sahip olduğu doğal, kültürel ve sosyo-ekonomik değerlerin belirlenmesi, bu değerlerin turizm potansiyelinin ortaya konulması ve korunmasına yönelik uygulamalar ve girişimlerin incelenerek sürdürülebilir turizmin sağlanması için gerekli önerilerin geliştirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç kapsamında çalışmada nitel veri araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılmış olup amaçlı örneklem kapsamında ildeki kamu kurumları, belediyeler ve sivil toplum kuruluşları temsilcileri ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Toplamda 32 katılımcı ile yapılan görüşmelerden elde edilen veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. Buna göre Bolu'daki göllerin hem doğal ekosistem hem de turizm potansiyeli açısından önemli alanlar olduğu, ancak insan etkisi, altyapı yetersizlikleri ve paydaşlar arası koordinasyon eksikliği nedeniyle bu potansiyelin sürdürülebilir şekilde yönetilemediği belirlenmiştir. Bolu'daki göllerin doğa temelli turizm açısından sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesinin, çevresel koruma, ekonomik fırsatların adil dağılımı, paydaşlar arası koordinasyon ve çevre bilinci artırıcı faaliyetlerin bütüncül bir şekilde ele alınması ile mümkün olacağı saptanmıştır.

*Bu çalışma, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda 2025 yılında savunulmuş "Bolu'daki Doğa Temelli Göllerin Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Değerlendirilmesi" adlı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bolu, Doğa Temelli Göller, Doğa Temelli Turizm, Sürdürülebilir Turizm.

Makale Gönderme Tarihi: 23.06.2025

Makale Kabul Tarihi: 04.09.2025

Önerilen Atıf:

Uzunçakmak, H. ve Çılan Akın, A. (2025). Doğa Temelli Göllerin Sürdürülebilir Turizmdeki Rolü: Bolu Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9(3): 249-273.



Journal of Turkish Tourism Research

2025, 9(3): 249-273.

DOI: [10.26677/TR1010.2025.1581](https://doi.org/10.26677/TR1010.2025.1581)

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



RESEARCH PAPER

The Role of Nature Based Lakes in Sustainable Tourism: The Example of Bolu

Hakan UZUNÇAKMAK, MSc. Student, Bolu Abant İzzet Baysal University, Institute of Graduate Programs, Bolu, e-mail: hane.uzuncakmak@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-1408-5845>

Prof. Dr. Aliye ÇİLAN AKIN, Bolu Abant İzzet Baysal University, Faculty of Tourism, Bolu, e-mail: aliye.akin@ibu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8589-7547>

Abstract

Bolu province is an important nature-based tourism destination in Turkey with its many nature-based lakes. The aim of the study is to evaluate the nature-based lakes in Bolu province within the scope of sustainable tourism. In this context, it is aimed to determine the natural, cultural and socio-economic values of the lakes, to reveal the tourism potential of these values and to develop the necessary suggestions for ensuring sustainable tourism by examining the practices and initiatives aimed at protecting them. Within the scope of this purpose, the interview technique, one of the qualitative data research methods, was used in the study and face-to-face interviews were conducted with representatives of public institutions, municipalities and non-governmental organizations in the province within the scope of purposeful sampling. Data obtained from interviews with a total of 32 participants were subjected to content analysis. Accordingly, it has been determined that the lakes in Bolu are important areas in terms of both natural ecosystem and tourism potential, but this potential cannot be managed sustainably due to human impact, inadequate infrastructure and lack of coordination between stakeholders. It has been determined that sustainable management of the lakes in Bolu in terms of nature-based tourism will be possible by considering environmental protection, fair distribution of economic opportunities, coordination between stakeholders and environmental awareness-raising activities in a holistic manner.

Keywords: Bolu, Nature Based Lakes, Nature Based Tourism, Sustainable Tourism.

Received: 23.06.2025

Accepted: 04.09.2025

Suggested Citation:

Uzunçakmak, H. and Çılan Akın, A. (2025). The Role of Nature Based Lakes in Sustainable Tourism: The Example of Bolu, *Journal of Turkish Tourism Research*, 9(3): 249-273.

GİRİŞ

Değişen tüketici eğilimleriyle birlikte kitle turizmine olan ilgi azalırken, alternatif turizm türleri önem kazanmaya başlamıştır. Bu durum, dünya turizm pazarında yeni bir dönem başlatmış ve ülkeleri alternatif turizm potansiyellerini değerlendirmeye yöneltmiştir (Doğan ve Yıldız, 2008). Alternatif turizm türlerinden biri olan doğa temelli turizm, turizmde sürdürülebilirlik hedefleriyle uyumlu olması nedeniyle bu dönüşümün merkezinde yer almaktadır. Turizm sektörünün geleceği için oldukça önemli olan sürdürülebilir turizm anlayışı, doğal ve kültürel kaynakları koruyarak, yerel topluluklara fayda sağlayarak ve gelecek nesiller için turizmi sürdürerek, turizm sektörünün uzun vadeli başarısını hedefleyen bir yaklaşımdır (Şahin, 2022).

Doğa temelli turizm, doğal güzellikleri keşfederek, doğayla bütünleşerek ve doğanın sunduğu keyifleri yaşayarak hem ziyaretçilere hem de çevreye fayda sağlayan bir turizm anlayışıdır (Erdoğan, 2010). Doğa temelli göller ise doğal güzellikleri ve rekreasyonel değerleri ile önemli bir doğa temelli turizm arzu oluşturmaktadır. Bu alanlar, rekreasyonel faaliyetlerin yanı sıra su kaynaklarının korunması, iklim düzenlemesi gibi ekosistem hizmetleri de sunmaktadır. Artan çevre bilinci ve doğa turizmine olan talep, göllerin ekonomik ve sosyal önemini daha da artırmıştır (Mangan ve Lohano, 2015). Göller, sadece biyoçeşitliliğin merkezi değil, aynı zamanda insanlık tarihinin ve kültürünün izlerini taşıyan değerli doğal ve kültürel miraslardır. Bu eşsiz ekosistemlerin korunması, gelecek nesillere aktarılması ve sürdürülebilir turizm potansiyellerinin değerlendirilmesi hem ekolojik sürdürülebilirlik hem de sosyo-ekonomik kalkınma açısından büyük önem taşımaktadır. Göllerin korunması ve sürdürülebilir turizme kazandırılması, bölgesel kalkınmayı desteklerken aynı zamanda küresel biyoçeşitlilik hedeflerine de katkı sağlayacaktır (Karaman ve Çiçekdağı, 2023).

Türkiye, eşsiz doğal güzellikleriyle öne çıkan yüzlerce gölüyle, dünya genelinde önemli bir doğa turizmi potansiyeline sahiptir. Kamu ve özel sektörün ortak çabalarıyla bu göllerin çevresel ve sosyal sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda iyileştirilmesi, geliştirilmesi ve turizme kazandırılması mümkündür. Bu durum kalkınmaya katkı sağlayacağı gibi ülkede turizm çeşitliliğinin artmasına destek olabilecektir.

Yaklaşık 200 göl ve gölete ev sahipliği yapan Bolu ili ise, Türkiye'nin en önemli doğa turizmi destinasyonlarından biri olma potansiyeline sahiptir. Batı Karadeniz Bölgesinde yer alan Bolu ili, İstanbul ve Ankara gibi büyük şehirlere yakınlığı sayesinde ulaşım açısından avantajlı bir konumda bulunmaktadır (Kök ve Akyurt Kurnaz, 2020: 68). Kolay ulaşımı, yemyeşil doğası, doğal ve yapay gölleri ile yaz ve kış turizmine uygun tesisleri, Bolu'yu hem yurt içinden hem de yurt dışından pek çok ziyaretçi için cazip kılmaktadır. Bolu'nun doğal güzellikleri incelendiğinde göllerin önemli bir yer tuttuğu görülmektedir (Berik, 2018).

Bolu ilinin sahip olduğu su kaynakları, hem yerel halkın yaşam kalitesini artıracak hem de turistler için eşsiz deneyimler sunabilecek değerli varlıklardır. Bu kapsamda çalışmanın amacı Bolu ilindeki doğa temelli göllerin sahip olduğu doğal, kültürel ve sosyo-ekonomik değerlerin belirlenmesi, bu değerlerin turizm potansiyelinin ortaya konulması ve korunmasına yönelik uygulamalar ve girişimlerin incelenerek sürdürülebilir turizmin sağlanması için gerekli önerilerin geliştirilmesidir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Doğa Temelli Turizm

Turizmin önemli bir ihracat endüstrisi olduğu birçok ülkede, doğa temelli turizm ana gelir kaynağı haline gelmiştir (Alaeddinoglu ve Can, 2011: 199). Doğa, turizm endüstrisi için önemli

bir çekim unsuru olup doğa temelli turizmin en hızlı büyüyen sektörlerden biri olduğu görülmektedir (Elmahdy vd., 2017: 15). Türkiye’de doğa temelli turizm, kitle turizmine alternatif olarak gelişen ve turizm çeşitlendirilmesi kapsamında önem verilen alternatif turizm türlerinden biridir (Zengin vd., 2019: 253). Doğa temelli turizm ile ilgili literatürde net bir tanım olmamakla birlikte, eko turizm, doğa turizmi, kırsal turizm, yeşil turizm, doğaya dayalı turizm, doğa odaklı turizm gibi kavramların kullanıldığı görülmektedir. Literatürde yapılan tanımlara bakıldığında ortak noktanın doğa temelli kaynaklardan yararlanmak olduğu ve bu kaynakların korunması ve sürdürülebilir şekilde kullanılması gerektiği görülmektedir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından uygulanması önerilen ve sürdürülebilir turizmin geliştirilmesinde önemli bir yere sahip olan (Lewis ve Fok, 2014), doğada eğlenmenin yanında doğanın yapısına zarar vermeyen (Valentine, 1992) doğa temelli turizm, Erdoğan (2010)’a göre kitle turizmine alternatif olarak ortaya çıkan, doğayı anlama ve tanıma, doğadan keyif alma ve doğayı koruma amacıyla gerçekleştirilen turizm faaliyeti olarak tanımlanmaktadır.

Sürdürülebilir Turizm

Turizm, dünyanın en büyük ve en hızlı büyüyen sektörlerinden biridir. Bu büyüme, doğal ve kültürel kaynaklarımız üzerinde önemli bir baskı oluşturmaktadır. Sürdürülebilir turizm, bu baskıyı en aza indirmeyi ve gelecek nesiller için sağlıklı bir dünya bırakmayı amaçlayan bir yaklaşımdır. Turizm yönetiminde doğal ve kültürel çevreye karşı bilinç ve farkındalık oluşturmak, turizmde sürdürülebilirlik için hayati önem taşımaktadır. Sürdürülebilir turizm, çevreye duyarlı bir anlayışla geliştirilmiş yeni bir turizm modelidir. Bu model, gelecek nesiller için doğal ve kültürel mirasın korunmasını göz önünde bulundurarak, bugünkü turistlerin ve ev sahibi bölgelerin ihtiyaçlarını dengeli bir şekilde karşılamayı amaçlamaktadır (Uğurlar, 2017: 118). Birleşmiş Milletler Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu’nun yayınladığı ‘Brundtland Raporu’ndaki sürdürülebilirlik tanımının turizme uygulanmasından hareketle yapılan sürdürülebilir turizm tanımı “*turistlerin, turizm endüstrisinin ve ev sahibi toplulukların, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılayabilme yeteneğine zarar vermeden, kendi ihtiyaçlarını karşılama biçimidir*” şeklindedir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü tarafından ise sürdürülebilir turizm, bölgede yaşam standartlarını yükselten, turistlere nitelikli deneyimler yaşatan ve hem ziyaretçiler hem de bölgede yaşayanlar için çevre sağlığını gözetten bir yaklaşım olarak tanımlanmaktadır (Kara vd., 2020: 16).

Bolu’daki Doğa Temelli Göller

Dünyadaki en önemli ekosistemler arasında yer alan göller ve sulak alanlar, rekreasyon hizmetleri de dahil olmak üzere çok sayıda ürün ve hizmet sunmaktadır (Mangan ve Lohano, 2015: 1). Bolu ili, sahip olduğu doğal güzellikleri ile öne çıkan bir turizm destinasyonudur. Bu güzellikler arasında yer alan göller, bölgenin önemli turizm potansiyelini oluşturmaktadır. Türkiye’nin korunan alanları arasında bulunan 49 milli parktan 2’si Bolu’da bulunmaktadır. Bolu’da bulunan milli parklar Abant Gölü Milli Parkı ve Yedigöller Milli Parkı’dır (Tarım ve Orman Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü [DKMPGM], 2024a). Türkiye’nin korunan alanları arasında bulunan 265 tabiat parkından 11’i de Bolu’dadır. Bu 11 tabiat parkından 7 tanesi göl temelli olup önemli rekreasyonel değere sahiptir. Bu tabiat parkları; Gölçük Tabiat Parkı, Sünnet Gölü Tabiat Parkı, Sülüklügöl Tabiat Parkı, Göksu Tabiat Parkı-Aladağ Göleti, Karagöl Tabiat Parkı, Karaca Tabiat Parkı ve Deregöl Tabiat Parkı’dır (Tarım ve Orman Bakanlığı, DKMPGM, 2024b). Ayrıca korunan alanlardan ‘Sulak Alanlar’ statüsünde bulunan “Ulusal Öneme Haiz Sulak Alan” olarak korunan Yeniçağa Gölü de Bolu’da bulunan

doğa temelli göllerden biridir (Tarım ve Orman Bakanlığı, DKMPGM, 2024c). Korunan alanlar dışında Bolu ilinde rekreasyonel faaliyetlerin yapılabileceği göller ise, Çubuk Gölü, Seben Gölü, Gököy Baraj Gölü ve Şirinyazı Göleti' dir.

Abant Gölü Milli Parkı: Mudurnu ilçe sınırları içerisinde yer alan Abant Gölü Milli Parkı, Mudurnu'ya 18, Bolu'ya 33 kilometre uzaklıktadır (Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2024). Türkiye'nin en kalabalık iki büyükşehri olan İstanbul ve Ankara'nın arasında yer alan ve korunan alan statüsündeki Abant Gölü, ulaşım kolaylığı ve doğal güzellikleriyle Bolu ili içerisinde ve il dışında yoğun olarak ziyaretçi çekmektedir. Milli Park, korunan alan statüsüyle ziyaretçiler için birçok rekreasyonel aktivitenin bir arada yapılabileceği bir kaynak konumundadır. Alan sahip olduğu flora, fauna ve su kaynakları ile zengin bir biyolojik çeşitlilik sunmaktadır (Yılmaz ve Okan, 2021: 197-198).

Yedigöller Milli Parkı: Bolu'ya 42, Ankara'ya 226, İstanbul'a 299 kilometre mesafede bulunmaktadır (Bolu Valiliği, 2024a). 29 Nisan 1965 yılında Türkiye'nin 6. milli parkı olarak ilan edilen Yedigöller, ülkenin en bilinen milli parklarından biridir (Tarım ve Orman Bakanlığı, 9. Bölge Müdürlüğü, 2024a). 1623 hektar büyüklüğündeki milli park Türkiye'nin zengin doğal güzelliklerini bünyesinde bulunduran, su, kuş ve rüzgar seslerinin ormanla iç içe olduğu gürültü kirliliğinden uzak Bolu ilinin önemli korunan alanlarından biridir (ekotaban.tarimorman.gov.tr, 2024a). Milli park, ismini içinde bulunan 7 adet heyelan set gölünden almaktadır (Beşkardeş, 2009: 58; www.kulturportali.gov.tr, 2024a). Bu göller kuzeyden güneye doğru "Seringöl, Büyüköl, Deringöl, Nazlıöl, Kurugöl, İnceöl ve Sazlıöl" olarak sıralanmıştır (Tarım ve Orman Bakanlığı, 9. Bölge Müdürlüğü, 2024a). Yedigöller, benzersiz doğal güzelliği, kaynak değerleri, manzara bütünlüğü ve rekreasyon imkanları ile yerli ve yabancı birçok turistini ilgisini çekmektedir (Yıldırım, 2023: 44).

Gölcük Tabiat Parkı: Bolu ilinin Merkez ilçe sınırlarında yer alan Gölcük Tabiat Parkı, Bolu'ya 13, Ankara'ya 200, kilometre İstanbul'a 270 kilometre uzaklıktadır. Türkiye'nin 265 Bolu'nun 11 tabiat parkından biri olan Gölcük Tabiat Parkı Ankara ve İstanbul'un etki alanında, yoğun olarak rekreasyon amaçlı kullanılmaktadır (Aksoy vd., 2023: 172). Gölcük, hem şehir merkezine olan yakın mesafesi hem ziyaretçilerin güzel vakit geçirmelerine imkan veren orman dağ ve göl doğal peyzaj değerleri hem de rekreasyonel faaliyet alanlarının varlığı ile yerli ve yabancı vatandaşlar tarafından sıkça tercih edilen Bolu'nun önemli bir turistik destinasyonudur (Tarım ve Orman Bakanlığı, 9. Bölge Müdürlüğü, 2024b).

Sünnet Gölü Tabiat Parkı: Yaklaşık olarak bağlı olduğu Göynük ilçesine 25, Bolu'ya 85, Ankara'ya 220 ve İstanbul'a 240 kilometre mesafededir. Sünnet Gölü Tabiat Parkı, Bolu, Sakarya ve Ankara gibi il merkezlerine yakınlığı ve kolay ulaşımı ile doğa severler için ideal bir destinasyondur. Göl ve orman peyzajının sunduğu eşsiz manzaralar ve rekreasyonel imkanlar sayesinde, her yıl özellikle hafta sonları birçok ziyaretçiyi cezbetmektedir (ekotaban.tarimorman.gov.tr, 2024b).

Sülüklügöl Tabiat Parkı: Heyelan sonucu oluşmuş bu göl, Bolu ve Sakarya illeri sınırları içerisinde yer almaktadır. Bolu'ya 85, İstanbul'a 210, Ankara'ya 250 kilometre mesafe uzaklıkta bulunan bu göl, eşsiz manzaraları ve doğal güzellikleri ile ziyaretçilerini büyülemektedir. (Kanoğlu, Aksoy ve Kaya, 2016: 20). Rekreasyonel faaliyetler için ideal bir ortam sunan parkta doğa yürüyüşü, flora ve fauna gözlemi, manzara seyri, bisiklet turları, olta balıkçılığı, piknik, kamp ve spor gibi birçok aktivite yapılabilmektedir (ekotaban.tarimorman.gov.tr, 2024c).

Göksu Tabiat Parkı: Bolu'nun güneyinde, merkez ilçeye 35 kilometre uzaklıkta yer alan Göksu Tabiat Parkı ve Aladağ Göleti yaklaşık olarak Ankara'ya 188, İstanbul'a 295 kilometre uzaklıktadır. 1400 metre rakıma sahip Göksu Tabiat Parkı, eşsiz doğal güzelliği ve kültürel zenginliğiyle, bilimsel araştırmalara, eğlenceye, dinlenmeye, su sporlarına, kamp yapmaya ve kısa süreli tatillere imkan sunan bir doğa harikasıdır (ekotaban.tarimorman.gov.tr, 2024d).

Karagöl Tabiat Parkı: Kıbrısık ilçesi sınırlarında bulunan Karagöl Tabiat Parkı, Ankara'ya 132, İstanbul'a 343 kilometre mesafe uzaklıktadır. Karagöl, sahip olduğu orman ve göl manzaralarıyla ziyaretçilere doğal bir güzellik ve rekreasyonel imkanlar. Karagöl Tabiat Parkı şuan atıl durumda olmasına rağmen içerisindeki çok sayıda piknik alanı ve günübirlik kullanım alanlarının yeniden düzenlenmesi ve geliştirilmesiyle rekreasyonel turizm potansiyelini daha da etkin bir şekilde kullanabilecektir (ekotaban.tarimorman.gov.tr, 2024e; Kıbrısık Kaymakamlığı, 2024).

Karaca Tabiat Parkı: Bolu'nun doğal güzellikleri ve rekreasyon potansiyeli ile öne çıkan önemli bir turizm merkezi olarak düşünülen alanda çeşitli tesisler yapılması planlanmıştır. Yaklaşık olarak Ankara'ya 200, İstanbul'a 260 kilometre, uzaklıkta bulunan parka asfalt yoldan kolayca ulaşılabilir (Tarım ve Orman Bakanlığı, 9. Bölge Müdürlüğü, 2024c).

Deregöl Tabiat Parkı: 2023 yılında Tabiat Parkı olarak ilan edilmiş olup, doğal güzelliği ve rekreasyon potansiyeli ile önemli bir turizm lokasyonu olacağı düşünülmektedir. Yeniçağa İlçesi'ne bağlı bulunan park yaklaşık olarak, Bolu'ya 50, Ankara'ya 160, İstanbul'a 300 kilometre uzaklıktadır (Tarım ve Orman Bakanlığı, 9. Bölge Müdürlüğü, 2024d).

Yeniçağa Gölü: Bolu'ya 37, Ankara'ya 155, İstanbul'a 297 kilometre mesafede yer alan Türkiye'nin en popüler amatör balıkçılık alanlarından biri olan Yeniçağa Gölü, Bolu'da doğanın sunduğu eşsiz bir güzelliklerden biridir. Kuş gözlemciliği, bitki ve kelebek gözlemi, fotoğraf safarisini, doğa yürüyüşü, bisiklet turları ve su sporları gibi çeşitli aktivitelere ev sahipliği yapan göl, her yaştan ziyaretçiye hitap etmektedir (Tarım ve Orman Bakanlığı, 9. Bölge Müdürlüğü, 2024e).

Çubuk Gölü: Yaklaşık olarak Bolu il merkezine 100, Ankara'ya 243, İstanbul'a 250 kilometre mesafede bulunmaktadır. Çubuk Gölü, doğal güzelliği, etrafında bulunan çam ormanları ve çevresindeki tarihi köyle birlikte ziyaretçilere huzurlu bir ortam sunmaktadır. Göl etrafında önceki yıllarda bir dizi çekimi için inşa edilen yel değirmenleri göle ayrı bir görsellik katmakta ve fotoğrafçılar açısından harika manzara resimleri çekme fırsatı sunmaktadır (www.kulturportali.gov.tr, 2024b).

Seben Gölü: 1440 rakımlı bir alanda konumlanan, 833 hektarlık genişliğiyle Batı Karadeniz Bölgesi'nin en büyük göllerinden biri olma özelliği taşıyan Seben Gölü, son yıllarda yapılan düzenlemelerle turizme kazandırılmıştır (Berik, 2018: 159-160). Bolu'ya 32, Ankara'ya 220, İstanbul'a 300 kilometre mesafede bulunan gölün tanıtımı ile daha çok ziyaretçi çekerek, Seben'in turizm açısından kısa sürede gözde mekanı hale geleceği düşünülmektedir (Seben Belediyesi, 2024).

Gölköy Baraj Gölü: Bolu ovasını sulamak ve balıkçılık faaliyetleri yapmak amacıyla inşa edilen göl, 2011 yılından bu yana Bolu ilinin içme suyu olarak da kullanılmaktadır (Bayındır, 2013: 6). Gölköy Baraj Gölü yaklaşık olarak Ankara'ya 210, İstanbul'a 255 kilometre mesafe uzaklıktadır. Gölün şehir merkezine çok yakın olması ve kolay ulaşım sağlanması sebebiyle piknik yapmak ve balık tutmak isteyenlerin özellikle yaz mevsiminde sıklıkla tercih ettiği yerlerden biridir (Bolu Valiliği, 2024b).

Karamurat Gölü: Karamurat Gölü yaklaşık olarak Bolu'ya 80, Ankara'ya 260, İstanbul'a 210 kilometre mesafe uzaklıktadır. Etrafı çam ve köknar ağaçlarıyla çevrili Karamurat Gölü trekking gibi rekreasyonel etkinlikler için uygun bir destinasyondur (Öztürk ve Öztürk, 2018: 83). Göl ve çevresinde kampçılık, piknik yapma, sportif olta balıkçılığı ve kuş gözlemi gibi aktiviteler yapılabilir (www.yaz-tatili.com).

Şirinyazı Göleti: Mengen ilçesinde yer alan, Bolu'ya 80, Ankara'ya 200, İstanbul'a 370 kilometre uzaklıkta bulunan bu gölet (www.kampp.in), yöre halkının mesire ve piknik yeri olarak tercih ettiği bir alan haline gelmiştir. Gölde amatör olta balıkçılığı yapılmakta, gölet çevresinde kamp alanları bulunmaktadır (Mengen Kaymakamlığı, 2024).

Doğa temelli turizmin kaynaklarından olan göller ve sulak alanlar ülkelerde sürdürülebilir turizm için ana kaynaklardan biridir (Doğan ve Yıldız, 2008). Türkiye, yüzlerce gölüyle göl turizmi açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Kamu ve özel sektör iş birliğiyle göller ve çevrelerinin iyileştirilmesi durumunda bu potansiyelin önemli bir sürdürülebilir turizm kaynağına dönüştürüleceği düşünülmektedir (Karaman ve Çiçekdağı, 2023). Bolu ili ise sahip olduğu yaklaşık 200 göl ve göleti ile önemli bir göl turizmi potansiyeline sahiptir. Sanayisi gelişmemiş olan Bolu'da, tavukçuluktan sonra en önemli gelir kaynağını orman içi dinlenme alanları, doğa temelli göller, göletler ve yaylalar oluşturmaktadır. Bolu'daki göller, göletler ve tabiat parkları, hem yerel halk hem de turistler için büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle, yerel yönetimler tarafından tabiat parklarının ve göllerin sürdürülebilir kullanımı için acil eylem planları hazırlanmıştır (Bayramoğlu Karşı, 2017). Bu bağlamda Bolu'daki doğa temelli göllerin sürdürülebilir turizm kapsamında değerlendirilmesi büyük önem arz etmektedir.

YÖNTEM

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Çalışmada Bolu ilindeki doğa temelli göllerin sürdürülebilir turizm kapsamında değerlendirilmesi hedeflenmiştir. Bu doğrultuda, göllerin sahip olduğu doğal, kültürel ve sosyo-ekonomik değerlerin belirlenmesi, bu değerlerin turizm potansiyelinin ortaya konulması ve korunmasına yönelik uygulamalar ve girişimlerin incelenerek sürdürülebilir turizmin sağlanması için gerekli önerilerin geliştirilmesi amaçlanmıştır. Bu çalışma, Bolu'daki göller ve çevresinde doğa temelli turizmin sürdürülebilirliğini artırmak amacıyla yapılacak proje ve uygulamalara yönelik somut adımlar sunduğundan önemlidir. Bu yönüyle çalışma göllerin korunmasına ilişkin mevcut uygulamaların değerlendirilmesi ve sürdürülebilir turizmin sağlanmasına yönelik politika önerilerinin geliştirilmesi, yönetsel ve stratejik yaklaşımların çeşitlendirilmesine katkı sunmaktadır. Ayrıca, doğa temelli göl turizmine yönelik literatürdeki boşluğu dolduracağı ve benzer destinasyonlar için karşılaştırmalı analizlere zemin hazırlayacağı için de önem arz etmektedir.

Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma, sosyal dünyanın karmaşık yapısını anlamak için bireylerin deneyimlerini, düşüncelerini ve perspektiflerini derinlemesine inceleyen bir yöntemdir. Bu yöntem, yazılı metinler, görsel materyaller ve gözlemler gibi çeşitli veri kaynaklarından yararlanarak, sosyal olguların anlamını ve bağlamını ortaya çıkarmayı hedeflemektedir (Özdemir, 2010: 325-326; Kozak, 2014: 30-32). Çalışma kapsamında, doğa temelli turizm, sürdürülebilir turizm ve Bolu ilindeki doğa temelli göllerle ilgili literatür taraması yapılarak kavramsal çerçeve oluşturulmuştur. Araştırmada, derinlemesine bilgi toplamak amacıyla görüşme yöntemi tercih edilmiştir. Görüşme, nitel araştırmanın temel veri toplama araçlarından biri olup, sosyal olguların karmaşık yapısını derinlemesine anlamak için bireylerle yüz yüze etkileşim kurmayı sağlamaktadır. Katılımcıların deneyimlerini, düşüncelerini ve algılarını kendi sözleriyle ifade etmelerine olanak tanıyarak, araştırma konusuna ilişkin zengin ve ayrıntılı veriler elde edilmesini mümkün kılmaktadır (Dömbekci ve Erişen, 2022: 143). Bu kapsamda görüşmeler Bolu'daki doğa temelli göllerin korunması ve sürdürülebilir turizm kapsamında daha etkili kullanılması için yapılan ya da yapabilecek çalışmaları ortaya koymak için Bolu ilinde faaliyet gösteren kamu kurumları, belediyeler ve Sivil Toplum Kuruluşları'nın (STK) yönetici ve çalışanları ile yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak 15 Mayıs – 15 Ekim 2024 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Görüşme formu için Bolu Abant İzzet Baysal

Üniversitesi Sosyal Bilimlerde İnsan Araştırmaları birimine 2024/149 protokol numarası ile etik kurul onayı başvurusu yapılmış ve Görüşme Formu kurul tarafından 02.05.2024 tarih ve 2024/04 sayılı toplantıda incelenerek etik açıdan uygun bulunmuştur. Görüşme formu 'demografik sorular' ve 'alan ile ilgili sorular' olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır. Katılımcılara yöneltilen alan ile ilgili görüşme soruları şu şekilde sıralanmıştır.

- Bolu'daki göllerin turizm için bir değer olduğunu düşünüyor musunuz?
- Bolu'daki göllerin doğal, kültürel ve sosyo-ekonomik etkileri hakkında neler düşünüyorsunuz?
- Bolu'daki göller en çok hangi amaçla ziyaret edilmektedir?
- Bolu'daki göllerden turizm kapsamında nasıl ve ne düzeyde faydalanılmaktadır?
- Göllerin potansiyelinin artırılması için çevresel faktörlerde göz önünde bulundurularak hangi tür rekreatif faaliyetler yapılabilir?
- Göllerin korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması amacıyla neler yapılmaktadır?
- İleriye dönük sürdürülebilirliğin sağlanması amacıyla kurum olarak hedefleriniz ve planlarınız nelerdir?
- Kurum olarak bu amaç kapsamında ayrılan bir bütçe bulunuyor mu?
- Doğa temelli turizm için akreditasyon ya da tescil çalışmaları yapılıyor mu?
- Bolu'daki doğa temelli göllerin tanınırlığının artırılması ve daha geniş hedef kitlelerin bölgeye çekilmesi için neler yapılmalıdır?
- Bölgede göl turizmi açısından sürdürülebilirliği olumsuz etkileyen faktörler sizce nelerdir?

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evreni Bolu ili ve ilçelerindeki kamu kurum ve kuruluşları, yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşlarından oluşmaktadır. Araştırmanın örnekleminde ise çalışmanın amacından hareketle 'amaçlı örneklem' yöntemi tercih edilmiştir. Nitel araştırmalarda yaygın olarak kullanılan amaçlı örnekleme, araştırmacıların katılımcıları belirli kriterlere göre seçtiği bir yöntemdir. Bu yöntemde, katılımcılar genellikle araştırma konusuyla ilgili deneyim, bilgi veya uzmanlık gibi özel niteliklere sahip olmaları nedeniyle belirlenmektedir (Başkale, 2016: 26). Buna göre araştırmanın örneklemini, çalışma konusuyla (turizm, çevre, doğa) ilgili alanda görev yapan Bolu Belediyesi, Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Bolu Orman Bölge Müdürlüğü, Bolu Doğa Koruma ve Milli Parklar Müdürlüğü ve Bolu iline bağlı ilçelerden içerisinde turizm kapsamında değerlendirilebilecek göller bulunan; Göynük, Mudurnu, Seben, Kıbrısık, Yeniçağa ve Mengen ilçelerinin belediye ve kaymakamlıkları ile Bolu ilinde faaliyet gösteren STK'lar (Bolu Doğa ve Turizm Derneği, Seben Gölü ve Dedeler Yaylası Güzelleştirme ve Koruma Derneği, Kıbrısık Köroğlu Turizm ve Tanıtım Derneği, Abant ve Çevresi Turizm Tanıtma ve Geliştirme Derneği, Bolu Turizm Tanıtma ve Kalkınma Vakfı) oluşturmaktadır.

Nitel araştırmalarda örneklem büyüklüğünün belirlenmesi konusunda çeşitli yaklaşımlar bulunmaktadır. Örneğin, Bertaux (1981) en az 15 katılımcının uygun olabileceğini belirtirken, Charmaz (2006) bu sayının en az 25 olması gerektiğini savunmaktadır. Mason (2010), doktora tezlerini incelediği araştırmasında, görüşmeler için yaygın bir örneklem büyüklüğünün 20 ila 30 kişi arasında olduğunu belirtmektedir. Benzer şekilde, Green ve Thorogood (2018) ise minimum 20 katılımcının gerekliliğine dikkat çekmektedir. Bu çerçevede araştırmada 32 katılımcı ile görüşme yapılmış olup bu sayının örneklem büyüklüğü açısından yeterli olduğu düşünülmektedir. Ayrıca nitel araştırmalarda, araştırmacının benzer veya örtüşen yorumları sıklıkla duymaya başlaması, veri doygunluğuna işaret etmektedir. Doygunluk ilkesi, nitel araştırmalarda veri toplama ve analiz süreçlerinin ne zaman sonlandırılacağına dair önemli bir ölçüt olarak kabul edilmektedir (Yağar, 2023:138). Buna göre görüşmelerde verilen cevaplar

birbirini tekrar etmeye başladığından doygunluğa ulaşıldığına karar verilerek 32 katılımcı sonunda görüşmeler sonlandırılmıştır.

Verilerin Analizi

Katılımcılar ile yapılan görüşmelerden elde edilen veriler katılımcıların isimleri kullanılmadan MAXQDA Analytics Pro'24 programına aktararak içerik analizine tabi tutulmuştur. Katılımcıların anonimliğini sağlamak amacıyla her bir katılımcıya Katılımcı 1'den Katılımcı 32'ye kadar kodlar atanmış ve katılımcıların demografik verileri incelenmiştir. Nitel araştırmalarda veri analizi için en sık kullanılan yöntemlerden biri de içerik analizidir. Nitel araştırmada içerik analizi, temel olarak araştırma sürecinde elde edilen yazılı metinler, görseller, ses kayıtları veya gözlem notları gibi çeşitli kaynaklardan elde edilen verilerin derinlemesine ve anlamlı bir şekilde incelenmesini ifade etmektedir. Bu analiz sürecinde, araştırmacılar elde ettikleri verilerin içeriğini dikkatlice tarayarak, tekrar eden temaları, kategorileri ve kalıpları çeşitli analiz programlarından faydalanarak belirlemeye çalışmaktadır (Saldamlı ve Can, 2016: 87).

BULGULAR

Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırma sürecine toplamda 32 katılımcı dâhil edilmiştir. Katılımcıların cinsiyet dağılımı incelendiğinde, erkek katılımcı sayısının belirgin şekilde fazla olduğu görülmektedir (Tablo 1). Katılımcıların 26'sı (%81) erkek, 6'sı (%19) kadındır. Özellikle yönetim pozisyonlarında erkeklerin daha fazla yer aldığı dikkati çekmektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Bilgileri

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Düzeyi	Kurum	Çalışma Süresi (Yıl)
Katılımcı 1	Erkek	65	Lise	Sivil Toplum Kuruluşu	8
Katılımcı 2	Erkek	33	Lisans	Sivil Toplum Kuruluşu	10
Katılımcı 3	Kadın	50	Yüksek Lisans	Belediye	16
Katılımcı 4	Erkek	46	Lise	Belediye	7
Katılımcı 5	Erkek	58	Yüksek Okul	Sivil Toplum Kuruluşu	6
Katılımcı 6	Erkek	54	Doktora	Kamu	32
Katılımcı 7	Erkek	38	Doktora	Kamu	11
Katılımcı 8	Erkek	74	Lisans	Sivil Toplum Kuruluşu	6
Katılımcı 9	Erkek	42	Yüksek Lisans	Kamu	18
Katılımcı 10	Erkek	50	Lisans	Kamu	26
Katılımcı 11	Erkek	58	Ön Lisans	Sivil Toplum Kuruluşu	9
Katılımcı 12	Erkek	40	Lisans	Kamu	14
Katılımcı 13	Erkek	68	Yüksek Okul	Belediye	6
Katılımcı 14	Erkek	45	Lisans	Kamu	16
Katılımcı 15	Kadın	34	Lisans	Kamu	3
Katılımcı 16	Kadın	50	Lisans	Kamu	25
Katılımcı 17	Erkek	55	Lisans	Kamu	32
Katılımcı 18	Kadın	45	Yüksek Lisans	Kamu	12
Katılımcı 19	Erkek	39	Lisans	Kamu	8
Katılımcı 20	Erkek	32	Lisans	Belediye	8
Katılımcı 21	Erkek	43	Yüksek Lisans	Belediye	25
Katılımcı 22	Kadın	34	Lisans	Kamu	2
Katılımcı 23	Erkek	43	Lisans	Kamu	17
Katılımcı 24	Erkek	53	Yüksek okul	Kamu	12
Katılımcı 25	Erkek	39	Lisans	Kamu	8
Katılımcı 26	Erkek	45	Lisans	Kamu	25
Katılımcı 27	Erkek	41	Lisans	Belediye	10
Katılımcı 28	Erkek	43	Lisans	Kamu	7
Katılımcı 29	Erkek	54	Lisans	Kamu	19
Katılımcı 30	Erkek	44	Lisans	Kamu	15
Katılımcı 31	Erkek	59	Lisans	Belediye	25
Katılımcı 32	Kadın	34	Lisans	Belediye	9

Eğitim düzeyi açısından değerlendirildiğinde, katılımcıların büyük bir kısmı lisans mezunudur. Katılımcı sayısı, 20 lisans (%62,5), 4 yüksek lisans (%12,5), 3 yüksekokul (%9,38), 2 doktora (%6,25), 2 lise (%6,25), 1 ön lisans (% 3,12) mezunu olarak dağılım göstermektedir. Katılımcıların meslekleri incelendiğinde, çalışma alanları arasında belirgin bir ayrım göze çarpmaktadır. Katılımcılardan 5'i STK (%15,6), 8'i belediye (%25), 19'u kamu (%59,4) çalışandır. Özellikle doğa

koruma, turizm ve orman yönetimi gibi alanlarda çalışanlar dikkat çekmektedir. Yönetim pozisyonlarında bulunanların sayısı da oldukça yüksektir. Çalışma süresi açısından değerlendirildiğinde, katılımcıların büyük bir kısmının uzun yıllardır görev yaptığı anlaşılmaktadır. 20 yıl ve üzeri deneyime sahip olanların 7 kişi (%21,9), 10-20 yıl arası deneyime sahip olanların 12 kişi (% 37,5), 5-10 yıl arasındaki deneyime sahip olanların 11 kişi (% 34,35), 5 yıldan az deneyimi olanların 2 kişi (% 6,25) olduğu görülmektedir.

Katılımcı Cevaplarının Analizi Sonucu Elde Edilen Temalara İlişkin Bulgular

Katılımcılardan elde edilen ifadeler doğrultusunda toplamda 277 kod belirlenmiştir. Bu kodlar, nitel verilerin detaylı bir şekilde incelenmesi ve analiz edilmesiyle ortaya çıkarılmıştır. Kodlar arasında benzerlik ve ilişkiler değerlendirilerek, ortak özellikler gösterenler bir araya getirilmiş ve kategoriler oluşturulmuştur. Daha sonra, bu kategoriler arasındaki tematik bağlar incelenmiş, ilişkili kategoriler birleştirilerek daha üst düzey yapılar olan temalar yapılandırılmıştır. Bu süreç sonunda, araştırmanın amacını karşılayan ve elde edilen verileri kapsamlı bir şekilde yansıtan; *“Doğal Güzellikler ve Ekosistem Değerleri”*, *“Turizm ve Rekreatif Kullanım”*, *“Yerel Ekonomiye ve Halk Katılımına Etkiler”*, *“Sürdürülebilirlik ve Yönetim Stratejileri”* ve *“Yasal ve Kurumsal Düzenlemeler”* olmak üzere beş ana tema belirlenmiştir.

Doğal Güzellikler ve Ekosistem Değerleri

Doğal güzellikler ve ekosistem değerleri teması, göllerin çevresel, ekolojik ve toplumsal açıdan taşıdığı önemi kapsamlı bir şekilde ele almaktadır. Bu tema altında, *ekosistemin rolü*, *doğal çekicilik unsurları* ve *çevresel sorunlar* olmak üzere üç kategori bulunmaktadır. Her bir kategori, göllerin bölgesel ekosistem dengesine katkılarının, estetik ve turistik çekiciliğine, aynı zamanda çevresel tehditlere kadar geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. Tablo 2’de bu temaya ilişkin kod matrisi incelendiğinde, belediyelerin *“ekosistemin rolü”* kategorisine yoğun vurgu yaptığı, kamu kurumlarının ise *“doğal çekicilik unsurları”* ve *“çevresel sorunlar”* üzerinde daha fazla durduğu görülmektedir. *Ekosistemin rolü* kategorisinde, göllerin biyolojik çeşitlilik üzerindeki etkisi ve insan müdahalelerinin doğaya olan olumsuz sonuçları ele alınmıştır. *Doğal çekicilik unsurları* kategorisi, göllerin manzaraları, sunduğu huzurlu atmosfer ve doğa aktivitelerine uygunluğu ile turizme olan katkılarını vurgulamaktadır. *Çevresel sorunlar* kategorisi ise; kirlilik, bilinçsiz kullanım ve altyapı yetersizliğinden kaynaklanan tehditleri tartışmaktadır. Bu kategoriler, göllerin yalnızca doğal birer kaynak değil, aynı zamanda bölgesel kalkınma ve sürdürülebilirlik açısından da kritik bir rol oynadığını göstermektedir.

Tablo 2. Araştırmanın “Doğal Güzellikler ve Ekosistem Değerleri” Temasının Kod Matrisi

Kod Sistemi	Belediye	Kamu Kurumları	Sivil Toplum Kuruluşları
▼ Doğal Güzellikler ve Ekosistem Değerleri			
▼ Ekosistemin Rolü			
Göllerin bölgenin ekosistem dengesi için kritik önemi	■	■	
Ekosistemin biyolojik çeşitlilik üzerindeki etkisi	■	■	
İnsan müdahalelerinin doğaya etkisi		■	■
▼ Doğal Çekicilik Unsurları			
Göllerin manzarası ve görsel estetiği		■	
Ziyaretçilere sunduğu olumlu atmosfer		■	■
Göllerin doğa aktivitelerine uygunluğu	■	■	
▼ Çevresel Sorunlar			
Kirlilik ve atık problemleri		■	
Bilinçsiz kullanımın ekolojik zararları		■	
Çevresel sorunlara yönelik çözüm önerileri		■	

Bu tema altında yer alan kategorilere göre katılımcıların verdikleri cevaplardan bazıları şu şekildedir:

“Bolu’da bulunan göllerin Bolu ve ülkemiz için büyük bir değer olduğunu düşünüyorum.” (Katılımcı 10, kamu).

“Bolu’daki göllerimizin doğal yaşama etkileri yadsınamaz şüphesiz. Birçok yabani hayvan ve nice doğal bitki türlerine ev sahipliği yapan göllerimiz.” (Katılımcı 28, belediye).

“Bizim dernek olarak öncelikli hedefimiz Bolu’nun düzgün bir şekilde tanıtılması ve buraları kullanacak insanların öncelikle koruma kullanma bağlamında eğitilmesi ve bilinçlendirilmesidir.” (Katılımcı 11, STK).

“Artan turist sayısı ve buna bağlı olarak çöp, atık su ve diğer kirleticilerin göllere bırakılması, doğal yaşamın bozulmasına neden olabilir.” (Katılımcı 14, kamu).

“Göl turizminin sürdürülebilirliğini olumsuz etkileyen altyapı eksiklikleri, çevre kirliliği ve aşırı ziyaretçi yoğunluğudur.” (Katılımcı 26, kamu).

Turizm ve Rekreasyonel Kullanım

Bu tema altında göllerin turistik çekiciliği, tanıtım ve pazarlama eksiklikleri ve sorunlar ve engeller olmak üzere üç kategori bulunmaktadır. Bolu’daki göller, doğal güzellikleri ve rekreasyonel faaliyetlere elverişliliği ile bölgenin turizm açısından en önemli varlıkları arasında yer almaktadır. Göllerin doğal ve turistik değerlerini vurgulayan kamu kurumları, bu alanların yalnızca yerel değil, ulusal ve uluslararası düzeyde de önem taşıdığını ifade etmiştir. Bununla birlikte, bölgedeki tanıtım ve pazarlama eksikliklerinin göllerin sahip olduğu turizm değerlerinin görünürlüğünü sınırladığı belirlenmiştir. Kamu kurumları ve belediyeler, tanıtım faaliyetlerinin artırılmasının gerekliliğini vurgulamış ve modern pazarlama stratejilerinin bölgenin marka

değerini güçlendireceğini ifade etmiştir. Göllerin turistik potansiyelini ortaya koymasının önündeki en önemli engellerin altyapı yetersizlikleri, erişim zorlukları ve yüksek fiyat politikaları olduğu görülmüştür. Ayrıca, aşırı ziyaretçi yoğunluğunun çevresel dengeyi tehdit ettiği ve mevcut altyapının bu yükü taşıyamadığı ifade edilmiştir. Bu zorlukların çözümüne yönelik kamu kurumları, belediyeler ve STK'lar çeşitli öneriler geliştirmiştir. Tüm bu kategoriler, göllerin turizm değerinin artırılması ve sürdürülebilir bir şekilde korunması için farklı aktörlerin ortak çaba göstermesi gerektiğini işaret etmektedir.

Tablo 3. Araştırmanın “Turizm ve Rekreatiyonel Kullanım” Temasının Kod Matrisi

Kod Sistemi	Belediye	Kamu Kurumları	Sivil Toplum Kuruluşları
▼ Turizm ve Rekreatiyonel Kullanım			
▼ Göllerin Turistik Çekiciliği			
Doğal güzellikler ve manzara turizmi			
Bölgenin tarihi ve kültürel zenginlikleri			
Piknik, bisiklet, yürüyüş gibi popüler aktiviteler			
Foto safari, kuş gözlemciliği gibi tematik etkinlikler			
Göllerde su sporları ve macera turizmi olanakları			
Sezonluk etkinliklerin düzenlenmesi			
▼ Tanıtım ve Pazarlama Eksiklikleri			
Göllerin ulusal ve uluslararası tanıtım eksiklikleri			
Sosyal medya ve modern tanıtım araçlarının yetersiz kullanımı			
▼ Sorunlar ve Engeller			
Yetersiz altyapı (tuvaletler, yürüyüş yolları vb.)			
Fahiş fiyat politikaları			
Erişim engelleri			

Bu tema altında yer alan kategorilere göre katılımcıların verdikleri cevaplardan bazıları şu şekildedir:

“Bolu ilinin turizmin en önemli değerleri Gölcük Tabiat Parkı, Abant Gölü Milli Parkı ve Yedigöller Milli Parkı’dır.” (Katılımcı 22, kamu).

“Örneğin Seben Gölü konumu ve büyüklüğünden dolayı ülkemizde su sporlarının merkezi haline getirilerek, balıkçılık ve karavan turizmi açısından desteklenebilir. Seben Gölü’nde 2017 yılında Türkiye Kano Federasyonu tarafından kano yarışları düzenlenmişti.” (Katılımcı 27, belediye)

“Tanınırlığı az olan göller ile ilgili tanıtım faaliyetleri yapılarak buralarda rekreatif faaliyet alanları oluşturulabilir.” (Katılımcı 30, kamu).

“Reklam kampanyaları ve tanıtım broşürlerinin hazırlanarak yaygın bir şekilde kitlelere ulaştırılması sağlanmalıdır.” (Katılımcı 5, STK)

Yerel Ekonomiye ve Halk Katılımına Etkiler

Bolu'daki göllerin bölge halkı için önemli bir ekonomik kaynak sunduğu görülmüştür. Bu tema altında, *yerel halkın ekonomik kazanımları*, *halkın turizme katılımı*, *turizm ve kültürel değerler*, *yerel halk ve yönetim arasındaki ilişkiler* ve *yerel halkın karşılaştığı sorunlar* olmak üzere beş kategori yer almaktadır. Kamu kurumları, göllerin ekonomik sürdürülebilirlik ve yerel kalkınma açısından taşıdığı değeri vurgulamış ve bu alanların ekonomik katkısının daha geniş gelir gruplarına yayılması gerektiğine dikkat çekmiştir. Tablo 4 incelendiğinde, “*yerel halkın ekonomik kazanımları*” kategorisinde kamu kurumlarının yoğun bir şekilde görüş bildirdiği, “*halkın turizme katılımı*” kategorisi başta olmak üzere, “*turizm ve kültürel değerler*” ve “*yerel halk ve yönetim arasındaki ilişkiler*” kategorilerinde belediye çalışanlarının ağırlıklı görüş bildirdiği görülmektedir. “*Yerel halkın karşılaştığı sorunlar*” kategorisinde ise belediye ve sivil toplum kuruluşlarının görüşlerinin öne çıktığı dikkat çekmiştir.

Tablo 4. Araştırmanın “Yerel Ekonomiye ve Halk Katılımına Etkiler” Temasının Kod Matrisi

Kod Sistemi	Belediye	Kamu Kurumları	Sivil Toplum Kuruluşları
Yerel Ekonomiye ve Halk Katılımına Etkiler			
Yerel Halkın Ekonomik Kazanımları			
Turizmin bölge halkına gelir sağlayan etkileri			
Göller sayesinde gelişen yerel iş fırsatları			
Turizmin yerel tarım ve hayvancılıkla entegrasyonu			
Yerel halkın gelir elde etme olanaklarını artırması			
Turizmin oteller, restoranlar ve yerel işletmelere etkisi			
Turizm faaliyetlerinin ekonomik sürdürülebilirliği			
Halkın Turizme Katılımı			
Yerel halkın turizm etkinliklerine katılım düzeyi			
Turizm faaliyetlerinin halk tarafından sahiplenilmesi			
Halkın turizm süreçlerindeki rolü ve engeller			
Turizm ve Kültürel Değerler			
Göllerin kültürel ve toplumsal bağlamdaki önemi			
Turizmin yerel kültüre olumlu ve olumsuz etkileri			
Turizm ile geleneksel faaliyetlerin sürdürülmesi			
Yerel Halk ve Yönetim Arasındaki İlişkiler			
Yönetim ve yerel halk iş birliğinin düzeyi			
Yerel halkın turizmle ilgili yönetim kararlarına etkisi			
Belediyelerin yerel halkı destekleyici politikaları			
Yerel Halkın Karşılaştığı Sorunlar			
Halkın turizmden yeterince pay alamaması			
Yerel halkın turizm faaliyetlerinde yaşadığı zorluklar			
Halkın turizm konusunda bilinçlendirilme eksikliği			

Bu tema altında yer alan kategorilere göre katılımcıların verdikleri cevaplardan bazıları şu şekildedir:

“Göllerden genel olarak yakın ve çevre köylerinin yöresel ürün satışı yapılması, büyük, orta ve küçük ölçekli turizm tesislerinde konaklama imkanı sunulması şeklinde yararlanılmaktadır.” (Katılımcı 30, kamu).

“Faaliyetler açısından reklamların daha iyi yapılabilmesi için fotoğraf yarışmaları, kısa film yarışmaları düzenlenebilir, bunun yanında öncelikle yerel halkın katılımının sağlanacağı faaliyetlerin yapılması çok önemlidir.” (Katılımcı 21, belediye).

“Göllerin doğal ve kültürel anlamda mutlaka etkileri olduğu kanaatindeyim.” (Katılımcı 21, belediye).

“Kıbrısık ilçe merkezinde bulunan göllerin şu an hiçbiri belediyeye ait olmadığı için çalışma yapılamamakta olup iki adet gölün belediyeye devri düşünülmektedir.” (Katılımcı 13, belediye).

“Özellikle Abant gölü tesisleri sadece üst gelir gruplarına hitap etmektedir. Göllerde alt gelir grupları için de faaliyetler gerçekleştirilmelidir.” (Katılımcı 1, STK).

Sürdürülebilirlik ve Yönetim Stratejileri

Araştırmanın sürdürülebilirlik ve yönetim stratejileri teması, göllerin doğal yapısının korunması ve ekolojik dengenin sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesi üzerinde yoğunlaşmaktadır. Tema, Tablo 5’de görüldüğü üzere beş kategoriye ayrılmıştır. Matriste, “sürdürülebilirlik ihtiyacı” kategorisinin kamu kurumları, STK’lar ve belediye çalışanları tarafından ortak bir şekilde ele alındığı; “yönetim planları ve stratejileri” ile “bilgilendirme ve farkındalık çalışmaları” kategorilerinde STK çalışanlarının ağırlıkta olduğu; “çevresel koruma önlemleri” ve “sürdürülebilir turizm önerileri” kategorilerinde ise belediye çalışanlarının daha fazla görüş bildirdiği dikkat çekmektedir.

Tablo 5. Araştırmanın “Sürdürülebilirlik ve Yönetim Stratejileri” Temasının Kod Matrisi

Kod Sistemi	Belediye	Kamu Kurumları	Sivil Toplum Kuruluşları
▼ Sürdürülebilirlik ve Yönetim Stratejileri			
▼ Sürdürülebilirlik İhtiyacı			
Göllerin aşın kullanım sonucu karşılaştığı tehditler		■	
Sürdürülebilirlik için gerekli ekolojik denge çalışmaları	■	■	■
İnsan faaliyetlerinin doğaya olan etkilerinin sınırlandırılması	■	■	
▼ Yönetim Planları ve Stratejileri			
Uzun devreli gelişim ve yönetim planlarının uygulanması		■	
Koruma ve kullanım dengesi sağlama stratejileri			■
Alanların kapasite yönetimi ve ziyaretçi sınırlamaları		■	■
▼ Bilgilendirme ve Farkındalık Çalışmaları			
Ziyaretçilere yönelik eğitim ve bilinçlendirme faaliyetleri		■	
Çevre bilinci oluşturma projeleri		■	■
Halkın sürdürülebilirlik konusunda bilinçlendirilmesi		■	■
▼ Çevresel Koruma Önlemleri			
Atık yönetimi ve çevre temizliği çalışmaları	■	■	
Ekosistemi koruma odaklı yasaklar ve uygulamalar	■	■	
Doğal alanların korunması için yasal düzenlemeler	■		
▼ Sürdürülebilir Turizm Önerileri			
Doğaya zarar vermeyen turizm modellerinin geliştirilmesi	■	■	
Ziyaretçi sayılarını optimize edecek randevu sistemleri		■	
Yerel ve ulusal ölçekte iş birliği ve kaynak planlaması	■		

Bu tema altında yer alan kategorilere göre katılımcıların verdikleri cevaplardan bazıları şu şekildedir:

“Göl turizminin sürdürülebilirliğini olumsuz etkileyen altyapı eksiklikleri, çevre kirliliği ve aşırı ziyaretçi yoğunluğudur.” (Katılımcı 26, kamu).

“Bilinçlenmenin erken yaşlarda sağlanması temelinde, gençlere bu alanlarda sorumluluk ve yetki vererek bilinçlendirme çalışmaları yapmak.” (Katılımcı 8, STK)

“Göllerin korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması için göl çevrelerinde bulunan işletmelerin arıtma sistemine dahil edilmesi çalışmaları yapılmaktadır.” (Katılımcı 3, belediye).

“Doğallıkları bozulmadan çevreyi koruyucu tedbirler alınarak ziyaretçilerin ihtiyaçlarını sağlayacak yer veya alanlar yapılabilir.” (Katılımcı 30, kamu)

Yasal ve Kurumsal Düzenlemeler

Bolu'daki göllerin korunması ve sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla hukuki ve kurumsal düzenlemelerin etkisi bu tema altında değerlendirilmiştir. Bu tema altında, *yasal düzenlemelerin etkililiği* ve *kurumsal sorumluluklar* kategorileri bulunmaktadır. Tablo 6'daki kod matrisi incelendiğinde, yasal düzenlemelerle ilgili sorunların STK çalışanları tarafından daha fazla vurgulandığı, kurumsal sorumluluklar konusunda ise belediye ve kamu çalışanlarının daha sık görüş bildirdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 6. Araştırmanın “Yasal ve Kurumsal Düzenlemeler” Temasının Kod Matrisi

Kod Sistemi	Belediye	Kamu Kurumları	Sivil Toplum Kuruluşları
▼ Yasal ve Kurumsal Düzenlemeler			
▼ Yasal Düzenlemelerin Etkililiği			
Korunan alan statülerinin göller üzerindeki etkisi		■	
Mevcut yasa ve yönetmeliklerin yetersizlikleri			■
Hukuki düzenlemelerin uygulanabilirlik sorunları	■		■
▼ Kurumsal Sorumluluklar			
Göllerin yönetiminde belediyelerin rolü	■		
Doğa ve Milli Parklar Şube Müdürlüğü'nin sorumlulukları	■	■	
Tarım ve Orman Bakanlığı'nın göllerin korunmasındaki sorumlulukları		■	
Kurumlar arası iş birliği ve koordinasyon eksiklikleri	■	■	■

Bu tema altında yer alan kategorilere göre katılımcıların verdikleri cevaplardan bazıları şu şekildedir:

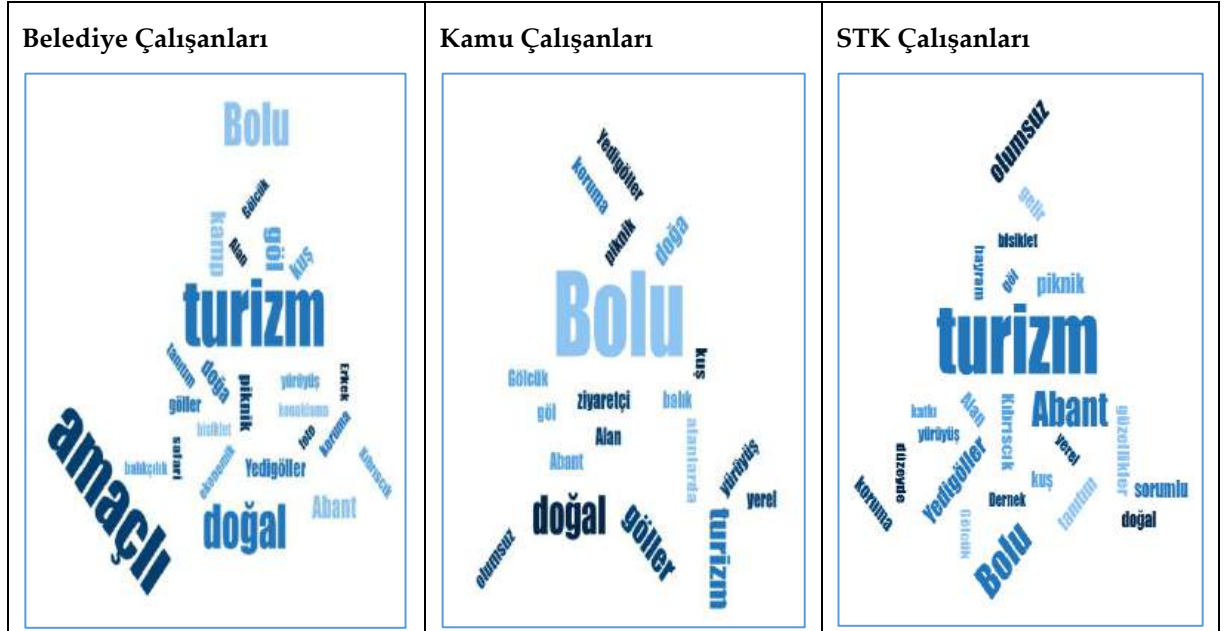
“Göllerin farklı birimlere bağlı olması sürdürülebilirliği olumsuz etkilemektedir. Örneğin Abant ve Yedigöller, Milli Parklar’ın sorumluluğunda iken Gölcük, belediyenin, Seben Gölü de valiliğin sorumluluğundadır. Bu durum gelişim ve sürdürülebilirlik için olumsuz bir faktördür.” (Katılımcı 1, STK).

“Sınırlarımız içerisindeki göllerin turizme kazandırılması için kurumsal bazda koruma, temizlik ve güvenlik faaliyetlerinin yürütülmesi gereklidir.” (Katılımcı 21, belediye).

“Göllerin korunması ve kullanılması yetkisi kurumumuzda olmadığı için biz bir çalışma yapamıyoruz.” (Katılımcı 16, kamu).

Katılımcıların Cevapları Arasındaki Farklara İlişkin Bulgular

Katılımcılar, kamu kurumları, belediye ve sivil toplum kuruluşlarında çalışanlar şeklinde gruplandırılmıştır. Katılımcılar arasındaki farklara ilişkin kelime bulutları oluşturulmuş ve Şekil 1’de sunulmuştur.



Şekil 1. Belediye, Kamu ve STK Çalışanlarının Cevaplarında Ortaya Çıkan Kelime Bulutu Farklılıkları

Kelime bulutlarında öne çıkan ifadeler, gruplar arasında belirgin farklılıklar olduğu gibi bazı ortak noktaların da bulunduğunu göstermektedir. Bu üç grup arasındaki temel farklar, göllerin değerlendirilmesine dair önceliklerin farklılaşmasından kaynaklanmaktadır. Belediye çalışanlarının odak noktası, turizm faaliyetlerini artırarak ekonomik kalkınmayı teşvik etmek olurken, kamu çalışanları daha çok doğal kaynakların korunması ve ziyaretçi yönetimine yönelik düzenlemelere ağırlık vermektedir. Buna karşın, STK çalışanlarının yaklaşımı, koruma ve turizmi bir arada ele alan daha bütüncül bir perspektifi yansıtmaktadır. Bu farklılıklar, her grubun kendi sorumluluk alanları ve öncelikleri doğrultusunda hareket ettiğini ortaya koymaktadır.

Bu farklı yaklaşımlar bazı ortak noktalar da barındırmaktadır. Üç grupta da “doğal” ve “turizm” kelimelerinin öne çıkması, göllerin hem ekosistem hem de ekonomik kalkınma açısından büyük bir öneme sahip olduğuna işaret etmektedir. Aynı zamanda, “Abant”, “Yedigöller” ve “Gölcük” gibi belirli alanların her üç grup tarafından da sıklıkla anılması, bu bölgelerin doğal ve turistik değerlerinin tüm paydaşlar için ortak bir öncelik olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda,

paydaşlar arasındaki iletişim ve iş birliğinin artırılması, bu alanların korunması ve verimli bir şekilde kullanılması için kritik öneme sahiptir.

TARTIŞMA

Doğa temelli turizm hem ekonomik kalkınmayı destekleyen hem de doğal ve kültürel mirası korumayı hedefleyen bir turizm yaklaşımı olarak öne çıkmaktadır. Ancak, bu turizm türünün sürdürülebilir bir şekilde yürütülebilmesi, ekosistem dengelerinin korunması, yerel halkın sürece aktif katılımı ve etkili bir yönetim anlayışının benimsenmesi ile mümkündür. Bu çalışmanın bulguları, Bolu'daki göller çevresinde gerçekleştirilen turizm faaliyetlerinin hem fırsatlar hem de çeşitli zorluklar barındırdığını ortaya koymuştur. Göllerin sunduğu doğal çekicilik, bölgeye önemli bir turistik değer katarken, plansız turizm akışı, yetersiz altyapı ve paydaşlar arası koordinasyon eksikliği gibi unsurlar, bu değerlerin uzun vadede korunmasını zorlaştırmaktadır. Akıncı ve Kasalak (2016), ekonomik, insani, doğal ve kültürel kaynaklarını sürdürülebilir şekilde yöneten ülkelerin, turizm sektöründe önemli avantajlar elde edeceğini belirtmiştir. Korkmaz ve Gürbüz (2008) turizm için kaynak olan doğa temelli göllerin de planlı bir şekilde yönetilmesinin sürdürülebilir turizm için büyük önem taşıdığını vurgulamıştır. Rinne ve Saastamoinen'in (2005) Finlandiya'nın Kuhmo bölgesinde yaptığı çalışmada da belirtildiği gibi, ekosistem koruma ve turizm yönetimi arasındaki dengenin sağlanması hem doğal alanların korunmasına hem de turizmin ekonomik faydalarının artırılmasına katkı sağlamaktadır. Literatürdeki bu ve benzeri çalışmalar incelendiğinde; Bolu'daki göllerde sürdürülebilir turizminin sağlanabilmesi için ekolojik, ekonomik ve yönetsel boyutlarda bütüncül bir yaklaşıma ihtiyaç duyulduğu anlaşılmaktadır. Bulgular bu çerçevede ele alınarak aşağıda tartışılmıştır.

Doğa ve ekosistem değerlerinin sürdürülebilirliği kapsamında katılımcılar, insan müdahalelerinin ekosistemin dengesini bozduğunu ve bu durumun göllerin doğal yapısını tehdit ettiğini belirtmiştir. Bu bulgular, Hatipoğlu'nun (2021) Ordu iline yönelik yaptığı çalışmada da benzer şekilde ifade edilmiştir. Karanth ve DeFries'in (2011) Hindistan'daki korunan alanlara yönelik yaptığı çalışmada, turistik faaliyetlerin plansız gelişmesinin çevresel tehditleri artırdığı ortaya konmuştur. Bolu'daki göllerde de benzer şekilde, düzensiz turizm akışının ve yetersiz altyapının ekosistemi tehdit ettiği gözlemlenmiştir. Bu bulgu, Fredman ve Margaryan'ın (2021) doğa temelli turizmin sürdürülebilirliği için yerel yönetimlerin, çevresel koruma politikalarıyla turizm gelişimini dengelemesi gerektiğine dair vurgularıyla da örtüşmektedir. Bolu'daki göllerin sunduğu çekicilik, turizm faaliyetlerini artırırken, aynı zamanda ekosistem üzerinde baskı yaratma potansiyeline de sahiptir. Elmahdy, Haukeland ve Fredman (2017), doğa temelli turizmin başarısının, bu tür doğal alanların korunmasına bağlı olduğunu vurgulamıştır. Bu durum, Bolu'daki göllerin turistik cazibesinin sürdürebilmesi için ekosistem dengesini koruyacak stratejilere ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir. Batman ve Demirel'in (2015) Altındere Vadisi'nde gerçekleştirdiği çalışmada, doğa temelli turizm etkinliklerinin plansız gelişmesinin çevre üzerinde olumsuz etkiler yarattığı ve bu durumun, atık yönetimi ve altyapı eksiklikleri ile daha da kötüleştiği belirtilmiştir. Benzer şekilde, Bolu'daki göller çevresinde de ziyaretçilerin yoğun olduğu dönemlerde atık toplama sistemlerinin yetersiz kaldığı ve bu durumun hem su kalitesini hem de biyolojik çeşitliliği olumsuz etkilediği katılımcı görüşlerinde dile getirilmiştir.

Turizm ve yerel ekonomi ilişkisi bakımından bulgular incelendiğinde, Bolu'daki göller çevresinde ekonomik faydaların daha geniş kitlelere yayılabilmesi için, yerel halkın doğrudan katılımını teşvik edecek programların hayata geçirilmesi gerektiği anlaşılmaktadır. Aynı şekilde Yıldız ve Topuz'un (2023) Kayseri Gesi Koruma Bölgesi üzerine yaptığı araştırmada turizmin, yerel halk için ekonomik fırsatlar yaratırken bu fırsatların dağılımındaki dengesizliklerin, sosyal

adaletsizliklere yol açabileceği belirtilmiştir. Fredman ve Margaryan'ın (2021) çalışması da, doğa temelli turizmin sürdürülebilirliğinin, ekonomik kazançların adil dağılımına bağlı olduğunu belirtmiştir. Sandbrook'un (2010) yerel ekonomik etkiler üzerine yaptığı çalışmada da belirtildiği gibi, kültürel sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için, turizm faaliyetlerinin yerel halkın kültürel değerlerini destekleyecek şekilde tasarlanması gerekmektedir. Bolu'daki göller örneğinde, yerel festivallerin, el sanatları pazarlarının ve geleneksel mutfak sunumlarının turistik etkinliklerle entegrasyonu hem kültürel mirasın korunmasına hem de ekonomik faydanın artırılmasına katkı sağlayacaktır. Karanth ve DeFries'in (2011) Hindistan'daki korunan alanlar üzerine yaptığı çalışmada da vurgulandığı gibi, doğa temelli turizmin başarıya ulaşabilmesi, sadece çevresel korumaya değil, aynı zamanda yerel kültürel kimliğin korunmasına yönelik stratejilerin benimsenmesine bağlıdır.

Yönetim ve sürdürülebilirlik stratejileri açısından bulgulara bakıldığında, Bolu'daki göllerin farklı yöneticiler altında bulunması, bütüncül yönetim yaklaşımının uygulanmasını zorlaştırmakta ve sürdürülebilir turizm hedeflerine ulaşılmasını engellemektedir. Rinne ve Saastamoinen'in (2005) Finlandiya'nın Kuhmo bölgesindeki doğa temelli turizm yönetimine dair yaptığı araştırmada da, yerel ve ulusal paydaşların uyum içinde çalışmasının, turizm faaliyetlerinin hem ekonomik fayda hem de çevresel sürdürülebilirlik açısından olumlu sonuçlar doğurduğu belirtilmiştir. Bolu'daki göllerde sürdürülebilir turizmin sağlanabilmesi için, yerel yönetimlerin, kamu kurumlarının ve turizm paydaşlarının iş birliği ile çevre dostu altyapı yatırımlarının hayata geçirilmesi, hem ziyaretçi memnuniyetini artıracak hem de doğal alanların korunmasına katkıda bulunacaktır. Huybers ve Bennett'in (2003) belirttiği gibi, çevresel yönetim uygulamaları, turistik destinasyonların rekabetçiliğini artırırken aynı zamanda ekosistem dengesinin korunmasına da yardımcı olmaktadır. Bolu'daki göller çevresinde çevresel farkındalık çalışmalarının artırılması, sürdürülebilir turizm yönetimi açısından önemli bir adım olacaktır. Yıldız ve Topuz'un (2023) Kayseri Gesi Koruma Bölgesi üzerine yaptığı araştırmada da belirtildiği gibi, ziyaretçilere yönelik bilgilendirici rehberlik hizmetleri, eğitim programları ve bilinçlendirme kampanyaları, turizm faaliyetlerinin çevre ile uyumlu bir şekilde sürdürülmesine katkıda bulunmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmada Bolu'daki göllerin hem doğal ekosistem hem de turizm potansiyeli açısından önemli alanlar olduğu ancak insan etkisi, altyapı yetersizlikleri ve paydaşlar arası koordinasyon eksikliği nedeniyle bu potansiyelin sürdürülebilir şekilde yönetilemediği belirlenmiştir. Göller, bölgedeki biyolojik çeşitliliğin korunması ve doğa temelli turizmin geliştirilmesi açısından kritik öneme sahip olsa da artan ziyaretçi baskısı, düzensiz turizm faaliyetleri ve yetersiz altyapı, bu ekosistemlerin hassas dengesini tehdit etmektedir. Bölgede göl turizmi faaliyetlerinin yerel ekonomi üzerinde olumlu etkileri olduğu ancak bu etkinin daha çok göl çevresindeki ticari işletmelerde yoğunlaştığı saptanmıştır. Bazı belediyelerin göllerin mülkiyet ve kullanım hakkına sahip olmamalarından dolayı göllerden ekonomik anlamda yeterince faydalanamadıkları belirlenmiştir.

Bolu'da en çok ziyaret edilen göllerin başında Abant, Gölcük ve Yedigöller gelmektedir. Ancak bu göllere olan talebin artması, göller üzerindeki ziyaretçi baskısını artırarak taşıma kapasitelerini aşmaktadır. Bolu'daki belli başlı göller dışında turizm kapsamında göllerden yeterli düzeyde faydalanılamadığı tespit edilmiştir. Göllerin turizm amaçlı potansiyelinin artırılmasına yönelik, kamp, kuş gözlemciliği, fotosafari, glamping gibi faaliyetlerin yapılabilmesi görüşü ön plana çıkmıştır. Ancak korunan alanlardaki göllerin yönetiminden sorumlu Doğa Koruma ve Milli Parklar Müdürlüğü tarafından daha fazla faaliyet artırıcı eylem

olmaması ve göllerin doğal haliyle kalması gerektiği vurgulanmıştır. Göl ve çevresinde tahribata yol açabilecek etkinlikler yerine planlı özel etkinliklerin yapılabileceği belirtilmiştir.

Göllerin korunması ve sürdürülebilirliğine ilişkin DKMP ile Orman Bölge Müdürlüğü yetkilileri tarafından her korunan alan için birbirinden farklı Uzun Devreli Geliştirme ve Yönetim Planları uygulandığı belirtilmiştir. Korunan alanlar dışında kalan göllerin korunması ve sürdürülebilirliği için küçük ölçekli yerel girişimler dışında ortak bir çalışma yapılmadığı belirlenmiştir. Sürdürülebilirlik için DKMP Müdürlüğü tarafından korunan alanlarda randevulu sistem ile ziyaretçi kabulü, alanlara araç girişi kısıtlama, toplumu bu farkındalığa hazırlamak için eğitim çalışmaları gibi planlamalar yapıldığı belirlenmiştir. Göllerde sürdürülebilirliği sağlamak amacıyla DKMP Müdürlüğü dışında başka kurumun herhangi bir bütçesinin olmadığı tespit edilmiştir. Bölgedeki göl turizmi açısından sürdürülebilirliği olumsuz etkileyen faktörlerin başında insanların bilinçsiz davranışlarını geldiği, bununla birlikte iklim değişikliği nedeniyle yağışların azalması ve kuraklık sonucunda göllerin kurumaya başlaması da dikkat çekmektedir.

Bolu'da doğa temelli turizm alanında herhangi bir uluslararası akreditasyon veya tescil çalışması yapılmadığı ve bu konuya ilişkin farkındalığın yetersiz olduğu tespit edilmiştir. Bolu'daki doğa temelli göllerin tanınırlığının artırılması ve daha geniş hedef kitlelerin bölgeye çekilmesi konusunda kurumlar arasında fikir uyuşmazlıkları olduğu saptanmıştır. Göllerin çevrelerindeki farklı alternatif turizm alanlarıyla birleştirilerek yeni turizm rotalarının oluşturulması, çok sayıda ziyaretçi yerine nitelikli ve bilinçli doğa turistlerinin bölgeye çekilmesi gerektiği saptanmıştır. Abant, Gölcük ve Yedigöller gibi bilinen alanların taşıma kapasitelerine ulaşıldığı, bu alanları tanıtmak yerine, Seben, Göynük, Yeniçağa, Mudurnu, Kırıscık, Mengen gibi ilçelerdeki diğer alanlara yönelerek ziyaretçilerin bu alanlara çekilmesi ve bu bölgelerin ekonomik kalkınmalarına katkı sağlanması gerektiği tespit edilmiştir.

Çalışmada Bolu'daki göllerde sürdürülebilir turizmin sağlanması için yapılabilecek proje ve uygulamalara yönelik öneriler getirilmiştir. Bu kapsamda Bolu'daki göllerin doğa temelli turizm açısından sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesinin, çevresel koruma, ekonomik fırsatların adil dağılımı, paydaşlar arası koordinasyon ve çevre bilinci artırıcı faaliyetlerin bütüncül bir şekilde ele alınması ile mümkün olacağı düşünülmektedir. Bu doğrultuda hem ekosistemin korunmasına hem de yerel kalkınmanın desteklenmesine yönelik somut adımlar içeren önerileri şu şekilde belirtmek mümkündür:

- Her göl için belirli bir taşıma kapasitesi belirlenmeli ve ziyaretçi sayısı bu kapasiteye göre düzenlenmelidir. Özellikle yoğun sezonlarda giriş kontrolleri sağlanarak ekosistem üzerindeki baskı azaltılmalıdır.
- Göl çevresinde modern atık toplama ve geri dönüşüm sistemleri kurulmalı, ziyaretçilere yönelik atık ayrıştırma noktaları artırılmalıdır.
- Göller arasında bisiklet ve yürüyüş yolları gibi çevre dostu ulaşım hatları geliştirilmeli ve bu güzergâhlar boyunca bilgilendirici tabelalar yerleştirilmelidir.
- Yoğun insan faaliyetlerinden zarar gören alanlarda habitat restorasyonu çalışmaları başlatılmalı ve bu süreçte yerel halkın katılımı teşvik edilmelidir.
- Yerel halkın, turizmden daha fazla ekonomik fayda sağlayabilmesi için kadın ve genç girişimcilerin katılımıyla kooperatifler kurulmalı ve bu kooperatifler aracılığıyla el sanatları, organik ürünler ve yerel gıdalar turistlere sunulmalıdır.
- Göl çevresinde, bölgeye özgü ürünlerin satıldığı pazar alanları kurulmalı ve bu alanlar turistlerin kolay erişebileceği noktalarda konumlandırılmalıdır.

- Yerel halkın turizm girişimlerinde bulunabilmesi için hibe ve düşük faizli kredi programları devreye sokulmalı, özellikle ekoturizm odaklı konaklama ve yeme-içme tesislerine yönelik teşvikler artırılmalıdır.
- Turizm sektöründe kadınların ve gençlerin daha aktif rol alabilmesi için mesleki eğitim programları düzenlenmeli ve bu kesimlerin işletme kurmalarına yönelik finansal destek mekanizmaları oluşturulmalıdır.
- Göllerin yönetiminden sorumlu kamu kurumları, belediyeler, STK'lar ve yerel toplulukların temsilcilerinden oluşan bir "Sürdürülebilir Turizm Koordinasyon Kurulu" oluşturulmalıdır. Bu kurul, turizm planlamalarını koordine ederek çatışmaları önleyebilir ve yönetim süreçlerini daha verimli hale getirebilir.
- Göllerin korunması ve turizmin sürdürülebilir şekilde planlanması için, tüm paydaşların katılımıyla bir "Göl Yönetim Planı" hazırlanmalı ve bu planın uygulanmasına yönelik düzenli izleme ve raporlama süreçleri oluşturulmalıdır.
- Sivil toplum kuruluşları, sürdürülebilir turizme yönelik projelerde aktif rol almalı ve çevre koruma, yerel kalkınma ve eğitim programlarında paydaş olarak sürece dâhil edilmelidir.
- Göl çevresinde çevresel bilinci artırmak amacıyla bilgilendirici tabelalar yerleştirilmeli, doğa yürüyüşü rotaları boyunca çevre dostu uygulamalar hakkında farkındalık artırıcı mesajlar paylaşılmalıdır.
- Yerel halk, işletmeciler ve turistler için sürdürülebilir turizm, atık yönetimi ve doğal yaşamın korunması konularında eğitim programları düzenlenmelidir.
- Sosyal medya ve internet platformları üzerinden, Bolu'daki göllerin doğal ve kültürel değerlerini tanıtan, çevre dostu turizm davranışlarını teşvik eden kampanyalar yürütülmelidir.
- Çevreye duyarlı işletmeler ve ziyaretçiler için Yeşil Sertifika gibi ödüllendirme sistemleri oluşturularak sürdürülebilir turizm uygulamaları teşvik edilmelidir.

Bu çalışma Bolu merkez ve ilçelerinde bulunan 15 adet göl ve gölet ile sınırlı tutulmuştur. Ayrıca araştırma kapsamında yapılan görüşmeler il merkezindeki bazı kamu kurumları ve ilçelerdeki kaymakamlık ve belediyeler ile ilde faaliyet gösteren bazı STK temsilcilerle yapılan görüşmeler ile sınırlıdır. Bolu'daki göller ve çevresinde doğa temelli turizmin sürdürülebilirliğini artırmak amacıyla, gelecekteki araştırmaların hem ekosistem hem de sosyo-ekonomik etkileri kapsayacak şekilde tasarlanması önemlidir. Bu doğrultuda, gelecekte yapılacak akademik çalışmalara yönelik önerileri de şu şekilde olabilir:

- Göl ekosistemlerinin turizm faaliyetlerinden nasıl etkilendiğini anlamak için, su kalitesi, flora ve fauna çeşitliliği gibi biyofiziksel göstergeleri içeren uzun vadeli izleme çalışmalar yapılabilir. Özellikle artan ziyaretçi yoğunluğunun, endemik türler ve habitatlar üzerindeki etkileri detaylı olarak incelenebilir.
- Göl çevresindeki turizm faaliyetlerinin yerel ekonomiye olan katkısını ölçen ayrıntılı bir ekonomik etki analizi yapılabilir. Bu analiz, turizm gelirlerinin nasıl dağıldığını ve hangi kesimlerin ekonomik fırsatlardan daha fazla yararlandığını ortaya koyabilir.
- Ziyaretçilerin göl deneyimleri, çevre bilinci ve sürdürülebilirlik uygulamalarına yönelik tutumlarını inceleyen araştırmalar, gelecekteki turizm politikalarına yön verebilir.
- Kamu kurumları, yerel yönetimler, STK'lar ve yerel halkın birlikte çalıştığı, paydaş katılımını esas alan yönetim modelleri incelenerek, bu modellerin göl turizmi açısından etkinliği değerlendirilebilir.

- Türkiye ve dünyadaki benzer doğal alanlarda uygulanan başarılı sürdürülebilir turizm stratejileri analiz edilerek, Bolu'daki göller için uyarlanabilir modeller önerilebilir.
- Ziyaretçi akışını izlemek, çevresel etkiyi minimize etmek ve sürdürülebilir turizm uygulamalarını teşvik etmek amacıyla dijital teknolojilerin nasıl kullanılabileceğini inceleyen çalışmalar yapılabilir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Türk Turizm Araştırmaları Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

Etik Kurul Onayı: Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimlerde İnsan Araştırmaları Etik Kurulundan 02.05.2024 tarih ve 04 sayılı karar numarası ile izin alınmıştır.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

KAYNAKÇA

Akıncı, Z. ve Kasalak, M. A. (2016). Sürdürülebilir turizm yönetimi açısından özel ilgi turizminin yeri ve önemi. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (1), 161-182.

Aksoy, N., Özkan, N. G., Koçer, N., Müderrisoğlu, H., ve Eroğlu, E. (2023). Bolu Gölcük'teki doğal ve egzotik sucul bitki türleri için risk yönetimi planı. *Anadolu Orman Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 171-182.

Alaeddinoglu, F., and Can, A. S. (2011). Identification and classification of nature-based tourism resources: Western Lake Van basin, Turkey. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 19, 198-207.

Başkale, H. (2016). Nitel araştırmalarda geçerlik, güvenirlik ve örneklem büyüklüğünün belirlenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9(1), 23-28.

Batman, Z. P., ve Demirel, Ö. (2015). Altındere Vadisi Meryemana Deresi güzergâhında doğa temelli turizm etkinliği: Yamaç paraşütü. *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 5(11), 13-26. Doi: 10.16950/std. 12739.

Bayındır, N. (2013). *Aquatic plant diversity of Gölköy and Yumrukaya (Bolu, Turkey)* [Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.

Bayramoğlu Karşı, M. B. (2017). *Rekreasyonel aktivitelerin Gölcük tabiat parkına etkilerinin araştırılması* [Doktora Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.

Berik, M. (2018). *Bolu ilinin ekoturizm potansiyelinin belirlenmesi: Dörtdivan, Kıbrısık ve Seben ilçeleri üzerine bir araştırma* [Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.

Bertaux, D. (1981). From the life-history approach to the transformation of sociological practice. *Biography and society: The life history approach in the social sciences*. California: SAGE Publications.

Beşkardeş, V. (2009). *Bolu-Yedigöller yaban hayatı koruma ve geliştirme sahasında yaban hayatı yönetimi* [Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.

Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2024). <https://bolu.ktb.gov.tr/TR-354568/abant-golu-milli-parki.html> [Erişim Tarihi: 25.01.2024].

- Bolu Valiliği. (2024a). <http://www.bolu.gov.tr/yedigoller-milli-parki> [Erişim Tarihi: 18.02.2024].
- Bolu Valiliği. (2024b). <http://www.bolu.gov.tr/golkoy-baraj-golu> [Erişim Tarihi: 18.03.2024].
- Charmaz, K. (2006). *Constructing Grounded Theory: A Practical Guide Through Qualitative Analysis*. London: SAGE Publications.
- Doğan, S., ve Yıldız, Z. (2008). Bölgesel kalkınma, turizmin ilişkisi ve göller bölgesi kalkınmasında alternatif turizm potansiyelinin kullanılabilirliğine yönelik bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (6), 147-182.
- Dömbekci, H. A., ve Erişen, M. A. (2022). Nitel araştırmalarda görüşme tekniği. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 141-160.
- Ekotaban.tarimorman.gov.tr. (2024a). <https://ekotaban.tarimorman.gov.tr/alan/40> [Erişim Tarihi: 17.02.2024].
- Ekotaban.tarimorman.gov.tr. (2024b). <https://ekotaban.tarimorman.gov.tr/alan/372> [Erişim Tarihi: 24.02.2024].
- Ekotaban.tarimorman.gov.tr. (2024c). <https://ekotaban.tarimorman.gov.tr/alan/367> [Erişim Tarihi: 06.03.2024].
- Ekotaban.tarimorman.gov.tr. (2024d). <https://ekotaban.tarimorman.gov.tr/alan/371> [Erişim Tarihi: 08.03.2024].
- Ekotaban.tarimorman.gov.tr. (2024e). <https://ekotaban.tarimorman.gov.tr/alan/369> [Erişim Tarihi: 08.03.2024].
- Elmahdy, Y. M., Haukeland, J. V., and Fredman, P. (2017). Tourism megatrends: A literature review focused on nature-based tourism. *MINA Fagrapport*, 42, 1-74.
- Erdoğan, N. (2010). *Ekoturizm ve doğa temelli turizmin geldikleri noktadaki kavramsal çerçeve* [Çalıştay sunumu]. Orman Ekosistemlerinde Ekoturizm Çalıştayı ve 10. Yılında Todeg, 20-22 Mayıs, Ankara.
- Fredman, P., and Margaryan, L. (2021). 20 years of Nordic nature-based tourism research: A review and future research agenda. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 21(1), 14-25.
- Green, J., and Thorogood, N. (2018). *Qualitative methods for health research*. London: Sage Publications.
- Hatipoğlu, Ş. C. (2021). Ordu ilinin doğaya dayalı turizm olanaklarının “doğa temelli turizm için doğal kaynakların ölçümü modeli” ile değerlendirilmesi. *Mavi Atlas*, 9(2), 92-107.
- <https://kampp.in/kamp-alani/sirinyazi-goleti> [Erişim Tarihi: 24.03.2024].
- <https://www.yaz-tatili.com/mudurnu-karamurat-golu-bolu/> [Erişim Tarihi: 22.03.2024].
- Huybers, T., and Bennett, J. (2003). Environmental management and the competitiveness of nature-based tourism destinations. *Environmental and Resource Economics*, 24, 213-233.
- Kanoğlu, S. S., Aksoy, N., ve Kaya, A. (2016). Sülüklü Göl Bolu-Adapazarı/Türkiye çevresinin florası. *Bağbahçe Bilim Dergisi*, 3(2), 20-42.
- Kara, A. Kurt, B. Özler, F. Eroğlu, O. Şaşmaz, Ö. (2020). *Sürdürülebilir turizm 9 ders kitabı*. Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları. http://kitap.eba.gov.tr/panel/dosyalar/upload/1626/0/U_0_25_06_2021_17_07_34_382.pdf. [Erişim Tarihi: 10.01.2024].

- Karaman, A., ve Çiçekdağı, M. (2023). Göl turizmi ve potansiyeli. A. Karamann, S. Şalvarı, Y. Burak (Ed.), *Türkiye’de göl turizmi potansiyeli-gezi rehberi-1* içinde (1. baskı, ss.5-20). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Karant, K. K., and DeFries, R. (2011). Nature-based tourism in Indian protected areas: New challenges for park management. *Conservation Letters*, 4(2), 137-149.
- Kıbrısık Kaymakamlığı. (2024). <http://www.kibrisik.gov.tr/gol-ve-goletler> [Erişim Tarihi: 09.03.2024].
- Korkmaz, H., ve Gürbüz, M. (2008). Amik Gölü’nün kültürel ekolojisi. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (17), 1-26.
- Kozak, M. (2014). *Bilimsel araştırma: Tasarım, yazım ve yayım teknikleri* (5. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kök, A. ve Akyurt Kurnaz, H. (2020). Doğa rehberliğine bir nefes: Bolu'nun yürüyüş yolları. *Turist Rehberliği Nitel Araştırmalar Dergisi*, 1(1): 66-78
- Kulturportali.gov.tr. (2024a). <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/bolu/gezilecekyer/yedigoller-milli-parki> [Erişim Tarihi: 17.02.2024].
- Kulturportali.gov.tr. (2024b). <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/bolu/gezilecekyer/goynuk-cubuk-golu> [Erişim Tarihi: 15.03.2024].
- Lewis T.O. Cheung and Fok, L. (2014) The motivations and environmental attitudes of naturebased visitors to protected areas in Hong Kong. *International Journal of Sustainable Development and World Ecology*, 21(1), 28-38.
- Mangan, T., and Lohano, H. D. (2015). Impact of nature-based tourism on local livelihoods: Evidence from Keenjhar Lake in Pakistan. *The Pakistan Development Review* 54:4, Part II (Winter 2015) 963–976
- Mason, M. (2010). Sample size and saturation in PhD studies using qualitative interviews. *Forum: Qualitative Social Research*, 11(3), 1-19.
- Mengen Kaymakamlığı. (2024). <http://www.mengen.gov.tr/sirinyazi-goleti> [Erişim Tarihi: 24.03.2024].
- Özdemir, M. (2010). Nitel veri analizi: Sosyal bilimlerde yöntembilim sorunsalı üzerine bir çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 323-343.
- Öztürk, A., ve Öztürk, Y. (2018). *Sakin şehir hareketi ve sakin şehirlerin rekreasyon alanlarının incelenmesi* [Kongre sunumu]. Uluslararası Beden Eğitimi, Spor, Rekreasyon ve Dans Kongresi, 26-28 Nisan 2018, İstanbul.
- Rinne, P., and Saastamoinen, O. (2005). Local economic role of nature-based tourism in Kuhmo municipality, Eastern Finland. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 5(2), 89-101.
- Saldamlı, A. ve Can, İ. I. (2016). *Bilimsel araştırma ve sunum teknikleri* (3. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Sandbrook, C. G. (2010). Local economic impact of different forms of nature-based tourism. *Conservation Letters*, 3(1), 21-28.
- Seben Belediyesi. (2024). <https://seben.bel.tr/turizm/seben-golu/> [Erişim Tarihi: 17.03.2024].

Şahin, H. (2022). *Kastamonu doğal mirasının turizm potansiyeli ve sürdürülebilir doğa turizmi için bir yol haritası* [Yüksek Lisans Tezi, Kastamonu Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.

Tarım ve Orman Bakanlığı, 9. Bölge Müdürlüğü. (2024a). <https://bolge9.tarimorman.gov.tr/Menu/54/Bolu-Yedigoller-Milli-Parki> [Erişim Tarihi: 03.02.2024].

Tarım ve Orman Bakanlığı, 9. Bölge Müdürlüğü. (2024b). <https://bolge9.tarimorman.gov.tr/Menu/55/Bolu-Golcuk-Tabiat-Parki> [Erişim Tarihi: 24.02.2024].

Tarım ve Orman Bakanlığı, 9. Bölge Müdürlüğü. (2024c). <https://bolge9.tarimorman.gov.tr/Menu/195/Bolu-Karaca-Tabiat-Parki> [Erişim Tarihi: 10.03.2024].

Tarım ve Orman Bakanlığı, 9. Bölge Müdürlüğü. (2024d). <https://bolge9.tarimorman.gov.tr/Menu/196/Bolu-Deregol-Tabiat-Parki> [Erişim Tarihi: 11.03.2024].

Tarım ve Orman Bakanlığı, 9. Bölge Müdürlüğü. (2024e). <https://bolge9.tarimorman.gov.tr/Menu/86/Bolu-Yenicaga-Golu-Ulusal-Oneme-Haiz-Sulak-Alan> [Erişim Tarihi: 12.03.2024].

Tarım ve Orman Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü. (2024a). <https://www.tarimorman.gov.tr/DKMPGM/Belgeler/Korunan%20Alanlar%20Listesi/Milli%20Park%20Listesi.pdf> [Erişim Tarihi: 14.02.2024].

Tarım ve Orman Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü. (2024b). <https://www.tarimorman.gov.tr/DKMPGM/Belgeler/Korunan%20Alanlar%20Listesi/Tabiat%20Park%C4%B1%20Listesi.pdf> [Erişim Tarihi: 14.02.2024].

Tarım ve Orman Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü. (2024c). <https://www.tarimorman.gov.tr/DKMPGM/Belgeler/Korunan%20Alanlar%20Listesi/Sulak%20Alanlar%C4%B1m%C4%B1z.pdf> [Erişim Tarihi: 14.02.2024].

Tarım ve Orman Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü (2022). <https://www.tarimorman.gov.tr/DKMPGM/Haber/241/48-Milli-Parkimiz-Abant-Golu-Milli-Parki-Oldu> [Erişim Tarihi: 25.01.2024].

Uğurlar, A. (2017). Turizmde sürdürülebilirlik: Bir ölçülebilirlik aracı olarak göstergelerin önemi. *İdealkent*, 8(21), 118-140.

Valentine, P. (1992). *Nature-based tourism*. London: Belhaven Press.

Yağar, F. (2023). Nitel araştırmalarda örneklem büyüklüğünün belirlenmesi: Veri uygunluğu. *Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2), 138-152.

Yıldırım, B. (2023). *Katılımcı yaklaşım ile korunan alanlarda ekoturizm faaliyetlerinin değerlendirilmesi: Yedigöller Milli Parkı örneği* [Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.

Yıldız, S. G. M., ve Topuz, M. (2023). Kayseri Gesi Koruma Bölgesi'nin turizm potansiyelinin sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda irdelenmesi. *ASSAM Uluslararası Hakemli Dergi*, 10(22), 65-86.

Yılmaz, Z., ve Okan, T. (2021). Abant Gölü tabiat parkında ziyaretçi harcamalarının sosyoekonomik analizi. *Eurasian Journal of Forest Science*, 9(3), 196-219.

Zengin, B., Koç, D. E., ve Ulama, Ş. (2019). Kastamonu ilinin doğa turizmi potansiyelinin alternatif turizm kapsamında değerlendirilmesi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 251-274.



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2025, 9(3): 274-290.

DOI: [10.26677/TR1010.2025.1582](https://doi.org/10.26677/TR1010.2025.1582)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Bütünsel Öğrenim Modelinin Turizm ve Gastronomi Eğitiminde Uygulanabilirliği*

Doç. Dr. Gözde TÜRKÖZ BAKIRCI, Dokuz Eylül Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, İzmir, e-posta: gozde.turkoz@deu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9910-3314>

Doç. Dr. Özge ADAN GÖK, Dokuz Eylül Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, İzmir, e-posta: ozge.adan@deu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8005-9608>

Öğr. Gör. Uğur LOKMAN, Dokuz Eylül Üniversitesi, Turizm Fakültesi, İzmir, e-posta: ugur.lokman@deu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-5220-5360>

Arş. Gör. Şeyma ANDAŞ, Dokuz Eylül Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, İzmir, e-posta: seyma.andas@deu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8745-8641>

Dr. Öğr. Üyesi Yakup ÖZKAYA, Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İzmir, e-posta: yakup.ozkaya@deu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8724-1306>

Öz

Bu çalışma, gastronomi ve turizm eğitiminde bütünsel öğrenim modelinin uygulanabilirliğini değerlendirmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırma desenlerinden eylem araştırması yöntemiyle yapılandırılan çalışmada, öğrenme süreci teori ile pratiği entegre eden çok yönlü ve deneyim temelli bir yaklaşımla ele alınmıştır. Çalışma kapsamında, sıfır atık uygulamaları, füzyon mutfak teknikleri, tabaklama ve yemek stilistliği, ziyafet ve servis yönetimi ile stok yönetimi ve FIFO uygulamalarına ilişkin beş modül tasarlanmış ve bu modüller, teorik bilgilendirme oturumları, uygulama atölyeleri ve yapılandırılmış gözleme dayalı değerlendirme süreçlerinden oluşan üç aşamalı bir eğitim döngüsüyle yürütülmüştür. Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü ve Turizm İşletmeciliği Bölümü öğrencileriyle gerçekleştirilen uygulamalar sonucunda, bütünsel öğrenim modelinin öğrencilerin mesleki yeterliklerini, yaratıcı düşünme becerilerini ve işyeri odaklı uygulama deneyimlerini geliştirmede etkili olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, sürdürülebilirlik ve hijyen gibi sektörel gerekliliklere yönelik farkındalık düzeyinin artırılmasına katkı sağladığı tespit edilmiştir. Araştırma bulguları, uygulamalı disiplinlerde eylem araştırması temelli bütünsel öğrenim modellerinin eğitim kalitesine ve öğrenci performansına olumlu yansımaları olduğunu ortaya koymuştur.

* Bu çalışma Dokuz Eylül Üniversitesi BAP Birimi tarafından desteklenen SBG-2024-3408 kodlu projeden üretilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bütünsel Öğrenme, Eylem Araştırması, Gastronomi Eğitimi, Sürdürülebilirlik, Füzyon Mutfak, Atık Yönetimi.

Makale Gönderme Tarihi: 01.05.2025

Makale Kabul Tarihi: 02.09.2025

Önerilen Atıf:

Türköz Bakırcı, G., Adan Gök, Ö., Lokman, U., Andaş, Ş. ve Özkaya, Y. (2025). Bütünsel Öğrenim Modelinin Turizm ve Gastronomi Eğitiminde Uygulanabilirliği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9(3): 274-290.



Journal of Turkish Tourism Research

2025, 9(3): 274-290.

DOI: [10.26677/TR1010.2025.1582](https://doi.org/10.26677/TR1010.2025.1582)

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



RESEARCH PAPER

The Applibility of the Holistic Learning Model in Tourism and Gastronomy Education

Associate Prof. Dr. Gözde TÜRKÖZ BAKIRCI, Dokuz Eylül University, School of Applied Sciences, İzmir, e-mail: gozde.turkoz@deu.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9910-3314>

Associate Prof. Dr. Özge ADAN GÖK, Dokuz Eylül University, School of Applied Sciences, İzmir, e-mail: ozge.adan@deu.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8005-9608>

Lecturer Uğur LOKMAN, Dokuz Eylül University, Faculty of Tourism, İzmir, e-mail: ugur.lokman@deu.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-5220-5360>

Research Assistant Şeyma ANDAŞ, Dokuz Eylül University, School of Applied Sciences, İzmir, e-mail: seyma.andas@deu.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8745-8641>

Assistant Prof. Dr. Yakup ÖZKAYA, Dokuz Eylül University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, İzmir, e-mail: yakup.ozkaya@deu.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8724-1306>

Abstract

This study was conducted to evaluate the applicability of the holistic learning model in gastronomy and tourism education. Designed within the framework of qualitative research methods, the study employed an action research approach, adopting a multidimensional and experience-based strategy that integrates theory and practice throughout the learning process. Within the scope of the study, five modules were designed focusing on zero-waste practices, fusion cuisine techniques, plating and food styling, banquet and service management, and stock management with FIFO applications. These modules were implemented through a three-stage educational cycle consisting of theoretical briefing sessions, practical workshops, and structured observation-based evaluation processes. The implementation, carried out with students from the Department of Gastronomy and Culinary Arts and Tourism and Hotel Management Department, demonstrated that the holistic learning model effectively enhanced students' professional competencies, creative thinking skills, and workplace-oriented application experiences. Additionally, it was found to contribute to raising awareness regarding sectoral requirements such as sustainability and hygiene. The research findings revealed that holistic learning models based on action research positively influence educational quality and student performance in practice-oriented disciplines.

Keywords: Holistic Learning, Action Research, Gastronomy Education, Sustainability, Fusion Cuisine, Waste Management.

Received: 01.05.2025

Accepted: 02.09.2025

Suggested Citation:

Türköz Bakırcı, G., Adan Gök, Ö., Lokman, U., Andaş, Ş. and Özkaya, Y. (2025). The Applibility of the Holistic Learning Model in Tourism and Gastronomy Education, *Journal of Turkish Tourism Research*, 9(3): 274-290.

GİRİŞ

Turizm sektörü pek çok sektör ile etkileşim içindedir ve diğer sektörleri de ekonomik olarak etkileme özelliğine sahiptir. Turizm ve gastronomi eğitiminde, sürdürülebilirlik temelinde öğrencilerin niteliklerinin artırılması sektördeki tüm paydaşlar için önemlidir. Turizm sektörü, eğitimde sürdürülebilirliği sağlamak için, meslek eğitimlerinden en yüksek faydayı almalıdır. Bu nedenle mesleki eğitimdeki tüm paydaşlar bu amaca yönelik olarak hareket etmeli ve uyum içinde çalışmalıdır (Pamukçu vd., 2021).

Turizmde kaliteyi arttırmak, hizmet kalitesini arttırmak ile doğrudan ilişkilidir. Globalleşme ve teknolojinin hız kazanması ile birlikte turizm sektöründe rekabet yoğunlaşmıştır. Artan rekabet ortamında var olabilmek için, işletmeler hizmet ve servis kalitelerini arttırmaya çabalamaktadırlar. Turizm işletmelerinde ürünün bir bütün olması sebebiyle yiyecek ve servis kalitesini birlikte ele almak önemlidir. Tüm bu süreçlerde mutfak kadar servis alanında da kalifiye personel yetiştirilmesi önem taşımaktadır. Ayrıca işletmeler sıfır atık yönetimi gibi uygulamalar ile verimliliklerini de arttırmaya çabalamaktadırlar. Sıfır atık yönetimi işletme verimliliği kadar sürdürülebilirlik açısından da önem arz etmektedir.

Yiyecek içecek işletmeleri artan rekabet paralelinde füzyon mutfak uygulamaları gibi farklı mutfak çeşitleri ile menülerinde yenilik yaratmak için çabalamaktadır. Artan rekabet ile birlikte işletmelerin hedef tüketici kitlesine ürünlerini tanıtabilme ihtiyacı ön plana çıkmıştır. Günümüzde birçok sektörde sosyal medya hesapları tanıtım aracı olarak kullanılmaktadır. Yiyecek içecek işletmeleri sosyal medya hesaplarında yemek fotoğraflarını kullanmaktadır. Yemek fotoğrafları genellikle stüdyo ortamlarında çekilmektedir ve lezzetli bir görüntüyü sürdürmek için doğru koşulların sağlanması önemlidir. Yemek fotoğrafçılarının teknik bilgi, ışık kullanımı, kompozisyon ve yaratıcılık gibi pek çok faktöre dikkat etmeleri gerekmektedir (Sarıtaş ve Sormaz, 2023). Yemek fotoğrafçılığı ve stilistliği doğru olarak yapıldığı zaman işletmelerin ürünlerinin pazarlanması kapsamında değerlendirilebilmektedir. Oluşturulan fotoğraf ve video içeriklerinin özellikle işletmenin pazarlama faaliyetleri açısından önemli olduğu söylenebilir.

Bu çalışmanın amacı, gastronomi eğitiminde önemli yaklaşımlardan biri olan bütünsel öğrenim modelinin yiyecek içecek işletmelerinde uygulanabilirliğini ortaya koymaktır. Bütünsel öğrenim modeli, öğrencilerin teori ve pratiği entegre ederek hem bireysel hem de grup çalışmalarında başarılı olmalarını sağlamak açısından büyük önem taşımaktadır. Çalışma, literatür ve uygulama olmak üzere iki bölüme ayrılmıştır. Literatür taramasında, füzyon mutfak kavramı, atık yönetimi, yemek stilistliği ve fotoğrafçılık, ziyafet ve servis yönetimi stok yönetimi ile bütünsel öğrenim modelinin temel ilkeleri ve gastronomi eğitiminde nasıl bir yere sahip olduğu ele alınmıştır. Bu bölümde, sıfır atık yönetimi, füzyon mutfak, tabaklama ve yemek stilistliği, ziyafet ve servis yönetimi, stok yönetimi gibi alanlarda eğitim modelinin uygulanabilirliğine ilişkin mevcut akademik çalışmalar değerlendirilmiştir. Çalışmada ayrıca modelin teori ile pratiği birleştiren yapısı, mesleki becerilerin geliştirilmesine olan katkısı ve sürdürülebilir eğitim anlayışındaki önemi vurgulanmıştır. Bu bağlamda, çalışmada bütünsel öğrenim modelinin gastronomi ve turizm eğitiminde uygulama potansiyelini değerlendirmek amacıyla, yapılandırılmış gözlem yöntemi temelinde aşağıdaki araştırma sorularına yanıt aranmıştır:

- (1) Gastronomi eğitimi kapsamında füzyon mutfak, atık yönetimi, yemek stilistliği ve fotoğrafçılık uygulamalarında bütünsel öğrenim modeli nasıl yapılandırılabilir?
- (2) Turizm eğitimi kapsamında ziyafet ve servis yönetimi ile stok yönetimi uygulamalarında bütünsel öğrenim modeli ne şekilde uygulanabilir?

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Gastronomi ve Turizm Eğitimi ile ilgili Kavramlar

17. yüzyıl öncesinde yemek yeme eğilimi sadece zorunlu ihtiyaçları karşılama isteğinden çıkmış ve farklı zevk ve deneyim elde etme arzusuyla birleşmiştir. Ayrıca beslenme ile ilgili İnsanların doğal ve yerel beslenme kültüründen uzaklaşmaları birçok soruna sebep olmuş ve eski sağlıklı ve yerel beslenme eğilimi artmaya başlamıştır (Erdem ve Akyürek, 2017: 118). Son yıllarda gastronomi mutfaklarında moleküler gastronomi, slow food, nouvelle mutfak ve haute mutfak gibi füzyon mutfak da yeni trend gastronomi cuisine olarak literatürde ve uygulamada yerini almıştır. Bu yeni mutfak trendlerini takip etme ve geliştirme çabalarının turistik destinasyona da katkı yaratacağı düşünülmektedir (Yıkıncı vd., 2014: 101363). Bunun yanında yiyecek ve içecek üretim ve dağıtımının küreselleşmesi ile dünyada uzak destinasyonlardan gelen gıda maddelerinin dolaşımını da artmıştır (Chiaro ve Rosatto, 2015: 238).

Çevre sorunları, özellikle endüstriyel faaliyetlerden kaynaklanan atıklar, toplumun en önemli sorunlarından biri haline gelmiştir. Gıdaların fermantasyon süreçleri, boyaların ve tekstil malzemelerinin endüstriyel üretimi ve evsel faaliyetler, yüksek organik yüklü atık sular üretmekte (Okonko vd., 2006) bu da çevre kirliliğine yol açmaktadır. Bu durum sürdürülebilirlik kavramını daha da ön plana çıkarmış ve sıfır atıkla üretim ve stok yönetimi gibi konular özellikle yiyecek içecek işletmelerinin odağı haline gelmiştir. Yiyecek içecek işletmeleri yönetiminde ayrıca hizmet boyutu olan ziyafet ve servis yönetimi ve tabaklama ve sunum konuları önemlidir. Günümüz rekabet ortamında üretilen ürün kadar hizmet ve sunum boyutları da işletmelere avantaj sağlamaktadır.

Füzyon Mutfak: Füzyon mutfak farklı mutfakların aynı çatı altında birleşimi olarak ifade edilebilmekte ve “eklektik mutfak” veya “kültürlerarası mutfak” olarak da bilinmektedir (Türker ve Süzer, 2022). “Füzyon” kelimesinin anlamı Türk Dil Kurumu tarafından “kaynaşma” olarak belirtilmektedir (TDK, 2023). Füzyon mutfak akımı en az iki mutfakta bulunan yiyecek ürünlerini, baharat ve üretim tekniklerinin birleştirilmesi yolu ile gerçekleştirilmesini ifade etmektedir (Turan vd., 2020; Tanrısevdi ve Atabey, 2020). Füzyon mutfacı, yeni, farklı ve özgün tatlar yaratmak amacıyla farklı mutfak kültürlerinin sentezi olarak da tanımlanabilir. Örneğin “Patlıcan Pürelı Sufle” (Beğendi), Türk ve Fransız Mutfacının sentezlenmesiyle ortaya çıkan bir füzyon yemeğidir (Türker ve Süzer, 2022).

Füzyon mutfak uygulamaları kapsamında çok kültürlü olma ve farklı kültürler söz konusu olduğundan, etnik yemek ve yerel mutfak kavramlarını açıklamak gerekir. Buna göre indigenous food, ethic food ve local cuisine olarak iki farklı şekilde açıklanabilmektedir. Ethnic food, bölgede yaşayan etnik insanların inançlarından türetilen yiyecekler anlamına gelmektedir. Local cuisine ise yerel halk tarafından belirli bir zamanda, yerel kaynaklı tarım ürünleri kullanılarak yaratılan yiyecekleri ifade etmektedir (Jongsuksomsakul, 2024: 6). Etnik yemek bölgenin dışında yaşayan insanların, bölgede yaşayan insanları yemek ile ilişkilendirmeleri ile geliştirdikleri bir işaret olarak tanımlanabilir. Etnik yemek, bu nedenle çeşitlilik, özgünlük, kendini temsil etme gibi çok kültürlülük gibi kavramlar çerçevesinde değerlendirilmelidir (Brightwell, 2012: 56).

Yemek pişirme tekniklerindeki yenilikçi uygulamalar, literatürde genellikle iki temel perspektif çerçevesinde ele alınmaktadır. Bunlardan birincisi, profesyonel mutfak uygulayıcılarının (şefler, aşçılar) teknik odaklı yaklaşımları; ikincisi ise tüketicilerin kültürel ve davranışsal eğilimlerini yansıtan sosyolojik perspektiflerdir. Birinci gelişim teknikle ilgili, ikincisi ise toplum ve kültürle ilgili olacaktır. Başka bir ifade ile bazen, tüketiciye yenilik getiren ve baskın olan uygulamanın

teknik yönü olmaktadır. Bazen de tam tersi olarak yeni davranışlar yeni tekniklerin evrimine yol açmaktadır (Beauge, 2012:5). Yeni bir restoran kategorisinin olgunlaşma süreci ise genellikle üç aşamalı bir döngü olarak gerçekleşmektedir. İlk olarak, mikro düzeydeki uygulamalar, toplumun kategoriye özgü paylaşılan bilgisini makro düzeyde oluşturmakta ve geliştirmektedir. İkinci aşamada, paylaşılan bilgi, çoğu tüketiciye ulaştırılarak, kategorinin piyasa konumu ve hacmini geliştirmektedir. Üçüncü olarak restoran kategorisinin Pazar genişlemesi ile birlikte pazardaki daha sonra yapılacak uygulamaları etkilemektedir (Rao vd., 2024: 2304).

Gastronomi alanında yeni ürün geliştirme sürecinde füzyon mutfak uygulamaları çok kullanılmaktadır (Turan vd., 2020). Yöresel yemek kültüründe yaratıcı-karışım füzyon ve çeşitlilik-karışım füzyon olmak üzere toplam iki füzyon stratejisi bulunmaktadır. Yaratıcı-karışım füzyon, farklı kültürlerin yeni bir bağımsız varlık oluşturmak için bir araya getirildiği "kültür füzyonu" fikrini yansıtmaktadır. Buna göre farklı kültürlerden gelen malzemeler yaratıcı bir şekilde harmanlama yolu ile tasarlanmış orijinal yemekler sunulur. Buna karşılık, çeşitlilik-karışım füzyon, farklı kültürlerin ayrı varlıklar olarak kaldığı ve tek bir kültürde sıkıştırılmadan "kültürlerin ortak sunumu" kavramını benimsemektedir. Örneğin, çeşitlilik-karışım stratejisini benimseyen füzyon restoranları, menülerde Çin ve Meksika bölümü olması gibi, her yörenin klasik sunumlarına uygun menüler sunmaktadır (Liu vd., 2020). Füzyon Mutfaklara örnek olarak China ve Latin Amerika bölgesinde bulunan Chino-Latino Fusion Cuisine, Texas ve Mexico bölgesinde Tex-Mex Fusion Cuisine ve Malaysia, India, Indonesia ve South Africa bölgesinde bulunan Cape May Cuisine (Yıkmış vd., 2014) ve ayrıca Meksika, Yeni Meksika ve Batı Teksas kültürlerinin ve mutfaklarının füzyonu olarak ABD-Meksika sınırındaki Teksas'ın El Paso kentindeki yemekler örnek verilebilir (Nunez-Mchiri, 2020: 48).

Füzyon, iki öğenin basit bir şekilde birleştirilmesinden daha fazlası olmalıdır. Bir füzyon yemeği, tıpkı mimaride olduğu gibi, yemek bileşenlerinin altında yatan kültürler anlaşıldığı, bileşenlerinin belirli olduğu durumlarda başarılı olmaktadır (Goldstein, 2005). Füzyon mutfak uygulamalarında ayrıca uyumun önemli olduğu anlaşılmaktadır. Füzyon mutfağı konusundaki Liu vd., (2020)'nin yöresel restoranlara yönelik olarak yaptığı bir araştırmaya göre yöresel restoran sahiplerinin, iki mutfağın birbiriyle ne derece uyumlu olduğunu ifade eden mutfak uyumluluğu kavramına da özellikle dikkat etmesi gerekmektedir. Örneğin tüketiciler Japon yemek pişirme tarzını ve mutfak özelliklerini Meksika mutfağından ziyade Çin mutfağına daha uygun algılayabilirler. Bu nedenle, bir Japon-Çin füzyon restoranı, bir Japon-Meksika füzyon restoranıyla karşılaştırıldığında mutfak uyumunda daha yüksek bir seviyeyi ifade ettiği söylenebilir. Bu kapsamda değerlendirildiğinde füzyon mutfak kapsamında örneğin Akdeniz tatları Doğu'dan gelen baharatlarla birleştirilebilmektedir (Chiaro ve Rosatto, 2015: 238).

Günümüz toplumunda en az iki kültürün yemeklerini harmanlayan füzyon mutfağı eğiliminin ardındaki nedenler arasında dünya nüfusunda meydana gelen demografik değişimler ve uzaktan bilgi toplamanın kolaylığı sayılabilmektedir. (Chiaro ve Rosatto, 2015: 238). Füzyon mutfak uygulaması yenilikçi bir uygulama olarak yorumlandığında bu yeniliğin tüketici gruplarında nasıl karşılandığını anlamak önemlidir. Örneğin Türk mutfağı füzyon uygulamaları ile ilgili tüketicilere yönelik olarak yapılan bir araştırmaya göre füzyon uygulamalarına yaklaşımın yenilikçi boyutu bireylerin yaşları gençleştikçe ve yurt dışına çıkma oranı arttıkça arttığı ve füzyon mutfak konusunda daha yenilikçi yaklaşım gösterdikleri belirlenmiştir. Bireylerin bu özellikleri onların füzyon mutfak tadına konusundaki bakışlarını değiştirmiştir (Özgen vd., 2021:1250).

Atık Yönetimi: "Atık" tam anlamıyla kullanılmamış herhangi bir malzeme, yani üretim ve tüketimden arta kalanlar olarak tanımlanmaktadır. Atık, insan faaliyetleri nedeni ile oluşan

pahalı bir sonuçtur. Ayrıca bitki materyalleri ile tarımsal ve endüstriyel kalıntıları da içeren bir kavramdır. Atık aynı zamanda konutlardan, iş yerlerinden, küçük ölçekli endüstrilerden ve kurumlardan boşaltılan sıvı veya katı anlamına da gelmektedir (Okonko vd., 2009: 264). “Gıda kaybı ve israfı” ise insan tüketimi için üretilen veya toplanan, ancak nihai olarak insanlar tarafından tüketilmeyen bitki ve hayvanların yenilebilir kısımlarını ifade etmektedir. Gıda kaybı, dökülme, bozulma veya solma gibi kalitesinde anormal bir azalmaya neden olan veya tüketiciye ulaşmadan önce kaybolan gıdayı ifade etmektedir (Lipinski vd., 2013: 1). Gıda israfı, azaltılması birden fazla paydaşın kararlılığını gerektiren ve giderek büyüyen küresel bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyo-ekonomik ve çevresel önemine rağmen, turizmde gıda israfı konusu yeterince incelenmemiştir. Bu durum, politika yapıcılar, uygulayıcılar, akademisyenler ve tüketiciler tarafından konaklama gıda israfı sorununun gerçek boyutunun anlaşılmasını engellemektedir (Filimonau vd., 2021).

Atık yönetimi konusunda yiyecek içecek işletmeleri israf ile ilgili tüm nedenleri aynı anda yönetmeye çalışmak yerine en önemli nedenleri hedef alarak etkili stratejiler tasarlayabilir. Özellikle satın alma ve depolama aşamalarında gıda israfı nedenlerinin birinci öncelik olarak ele alınması gerekmektedir (Wu vd., 2021). Çirişoğlu ve Akoğlu (2021)’in İstanbul’da yaptığı araştırmada işletmelerin %58,6 atıklarını takip ettikleri, en yaygın atık grubunun sebzeler olduğu ve işletmelerin %82,7’sinin gıda artıklarını (sebze suyu, çorba, sos vb.) çeşitli şekillerde yemek üretiminde tekrar kullandıklarını tespit etmiştir. Ayrıca restoranlarda oluşan gıda atıklarının büyük sebebinin müşterilerin ihtiyaçlarından fazlasını sipariş etmeleri olduğu belirlenmiştir. Atık yönetimi ile ilgili deneyimlerin paylaşılması, paydaşların gıda atığı üretimine dahil olma fırsatlarını artırmaktadır. Bu da daha büyük bir çevre bilincinin gelişmesine yol açabilir. Bununla birlikte, gıda atıklarını başarılı bir şekilde yönetmek için, turizm sektörü tarafından üretilen gıda atıklarının üretim süreci öncesinde kategorize edilmesi ve ölçülmesi gerekmektedir (Kilibarda vd., 2019).

Yemek Stilistliği ve Fotoğrafçılık: Yemek stilistleri, işletmelerin ürünlerini tüketicilere beğendirmek amacı ile değişik broşürler, dikkat çekici menüler ve reklam çalışmaları yapmaktadırlar (Bekar ve Karakulak, 2016). Yemek stilisti, fotoğrafı çekilecek yiyecekleri ustaca yapan, hazırlayan ve tasarlayan kişi olarak tanımlanabilir. Çekici bir yiyecek fotoğrafı yaratmak, tüketicileri bir ürünü satın almaya ikna etmek amacıyla gerçekleştirilmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde yemeğin beş duyuya hitap ederken, tek bir görsel imaja dönüştürülmesi gerekmektedir (Carafoli, 2003:95).

Yemek fotoğrafçılığının başarılı olabilmesi için mesleki ve teknik bilgi, doğru ve etkin kompozisyon oluşturmak ve doğru ışık kullanımı gibi birçok faktöre dikkat edilmesi gerekmektedir (Sarıtaz ve Sormaz, 2023: 53). Fotoğraf çekimlerinde sıcak yiyeceklerin çabuk soğuması, nemli yiyeceklerin çabuk kuruması, dondurulmuş yiyeceklerin (özellikle ışık altında) erimesi ve meyvelerin kahverengiye dönmesi gibi durumlar nedeni ile yiyeceklerin çekimi zor olabilmektedir (Cankul vd., 2021). Yemek fotoğraf çekimlerinde tüm bu konulara dikkat etmek önemlidir. Yemek stilisti, insanları bir ürünü satın almaya teşvik eden güzel, estetik açıdan hoş görünen yiyecekler hazırlar (Carafoli, 2003). Bu açıdan değerlendirildiğinde yiyecek içecek işletme yöneticileri, yemek stilistliği ve fotoğrafçılığından elde edilen çıktılar ile ürünlerini tüketicilere sunmakta ve bu sunum ile ürün çekiciliklerini arttırmayı hedeflenmektedir.

Ziyafet ve Servis Yönetimi: Ziyafet kelimesi Türk Dil Kurumu tarafından “Arapça’dan dilimize yerleşmiş olan ve bir olayı kutlamak veya eğlenmek için toplanan konukların genelde

yemekle ağırlandıkları toplantı veya şölen" (TDK, 2023) şeklinde tanımlanmaktadır. Ziyafet evrensel dilde "banquet" olarak kullanılmaktadır. Ziyafet organizasyonları, organizasyon başlamadan öncesinde menü, katılımcı sayısı ve amacının belirli olduğu organizasyonları ifade etmektedir (Baysal ve Saçılık, 2021). Başka bir ifade ile ziyafet yönetimi veya catering uygulamaları, yiyecek ve içeceklerin belirli bir zaman ve yerde, belirli sayıda kişiye, üzerinde anlaşılan menü ve fiyatla sunulması olarak tanımlanmaktadır. Ziyafet ikram hizmetinin örnekleri arasında düğünler ve akşam yemeği etkinlikleri gibi sosyal etkinlikler; konferanslar, toplantılar gibi ticari faaliyetler olabilmektedir (Davis vd., 2008).

Ziyafet oldukça rekabetçi bir faaliyet alanıdır. Tüketiciler ziyafet organizasyonlarında iyi bir dekorasyon yanında, seçkin hizmetlere ve lezzetli yemeklere de önem vermektedirler. Bu nedenle müşterilere kaliteli hizmet sunmak çok önemlidir. Ayrıca ziyafet organizasyonları birçok soyut hizmeti içermektedir (Cheng vd., 2021). Ayrıca ziyafet bir yönetim işi olarak değerlendirildiğinde iyi bir planlama, organizasyon ve koordinasyon gerektirmektedir (Baysal ve Saçılık, 2021).

Stok Yönetimi ve FIFO Uygulamaları: Yiyecek içecek işletmelerinde ürünlerin satın alınması sürecinden sonra teslim alma, depolama ve depodan mal verme aşamaları bulunmaktadır. Depolamada hataların yapılması işletmelerin maliyetlerini arttırmaktadır. Yiyecek ve içeceklerin saklanması, depolama ilkeleri doğrultusunda yapılmalı ve gerekli fiziksel önlemler alınmalıdır. Özellikle hijyen ve gıda güvenliği açısından, FIFO (İlk Giren İlk Çıkar) yöntemi, bozulabilir gıdaların zamanında tüketilmesini sağlayarak mikrobiyolojik riskleri minimize etmekte ve depo hijyeninin korunmasına katkı sağlamaktadır (Kozak, 2016). FIFO yöntemi (İlk Giren İlk Çıkar - First In First Out), ilk alınan malların müşterilere satılması gerektiği anlamına gelir. Malların çabuk bozulabilme oranlarının yüksek olması nedeniyle FIFO, yiyecek ve içecek operasyonlarında en yaygın kullanılan yöntemdir (Davis vd., 2008). Bu uygulama, gıda kaynaklı hastalıkların önlenmesinde ve tüketici sağlığının korunmasında kritik bir rol oynamaktadır.

BÜTÜNSEL EĞİTİM MODELİ

Günümüzün değişen sosyal ortamında bütünsel eğitimin önemi giderek daha belirgin hale gelmektedir. Teknolojik ilerleme ve küreselleşme ile birlikte bireylerin uzmanlaşmış bilgi ve becerilere ve geniş bir yelpazede insani niteliklere, eleştirel düşünceye ve disiplinler arası öğrenme yeteneklerine sahip olmasının önemi artmaktadır. Bu yetkinlikler ise bütünsel eğitimin izlediği hedefleri kapsamaktadır (Yanmei vd., 2023: 292). UNESCO'nun 2015 yılında yayımladığı 2030 yılını kapsayan rapora göre, eğitimin kalkınmanın ve önerilen diğer sürdürülebilir kalkınma amaçlarının başarılmasının temel itici gücü kabul edilmekte ve eğitim yoluyla hayatları dönüştürmek UNESCO'nun vizyonunda yer almaktadır. Rapor ayrıca kimseyi geride bırakmayan, bütünsel, istekli, tek, yenilenmiş bir eğitim gündemini kapsamaktadır (UNESCO, 2015). Bütünsel eğitim, parçayı bütünle bağlamayı amaçlar. Bütünsel eğitim, eğitimin birincil amacı olan sürdürülebilirlik vizyonunu yeniden kurmak olarak ifade edilebilir (John, 2017).

Yükseköğretimde kalite yönetimine yaklaşım Yükseköğretimde öğrenci topluluğuna yönelik hizmetler: akademik (örn. kayıt, kütüphane) veya idari (örn. kafeteryalar, dinlenme) alanlarda) öğretim ve öğrenme (hem eğitim hem de araştırma) faaliyetleri olmak üzere iki farklı süreç türü bulunmaktadır (Srikanthan ve Dalrymple, 2007:178). Bütünsel eğitim ve yüksek kaliteli eğitim birbirini tamamlamakta ve öğrencilerin genel gelişimine yardımcı olmaktadır. Bütünsel eğitim, kaliteli eğitimin uygulanmasını yönlendiren ve destekleyen felsefe ve çerçeveyi sağlar. Kaliteli

eğitim ise, öğrencilerin niteliklerini ve yeteneklerini geliştirerek bütünsel eğitimin hedefine ulaşan bütünsel eğitimin somut uygulamasıdır (Yanmei vd., 2023: 288).

Bütünsel eğitimin temelleri, karakter dönüşümü, sosyal eğitim, olumlu etik ve üst düzey bilişsel ve davranışsal becerilerden oluşmaktadır (Ilongo ve Mahlatsi, 2019: 17). Bütünsel Eğitim, öğrencileri yaşamlarında ve akademik kariyerlerinde karşılaşılabilecekleri zorluklarla başa çıkmaya hazırlamaya odaklanan bir yöntemdir. Bütünsel eğitimin arkasındaki önemli teoriler, kişinin kendisini öğrenmesi, sağlıklı ilişkiler ve olumlu sosyal davranışlar geliştirmesi, sosyal ve duygusal gelişim, dayanıklılık ve gerçeği deneyimleme yeteneğidir (John, 2017). Başka bir ifade ile bütünsel eğitim, geleneksel eğitimi ve batı eğitimi kaynaklı 'eşmerkezci ve bilimsel' bakış açılarının bir karışımını ifade etmektedir (Ilongo ve Mahlatsi, 2019: 16).

Eğitim açısından, bütünsel eğitim, bireylerin gelişimlerinin içsel bir yönü olarak sağlıklı bir şekilde gelişmelerini ifade etmekte ve bu şekilde sağlıklı bir toplum yaratılabileceği görüşünü desteklemektedir. Bütünsel eğitim eğitimde belirli bir müfredat taslağı çizmez, ancak bütünsel müfredatın nasıl olması gerektiği konusunda önerilerde bulunur (Gültekin, 2013: 59). Bütünsel eğitim üzerine yapılan seçilmiş çalışmalarda yaygın olarak bütünsel eğitime yönelik dört temel zorluk, eğitimcilerin değişen rolü, standartlaştırılmış bir müfredat geliştirme, bütünsel eğitim sonuçlarında ölçülebilirlik sorunları ve öğrencilerin bütünsel öğrenme uygulamalarına uyum sağlama yeteneği olduğu görülmektedir (Miseliunaite vd., 2022: 9).

Bütünsel eğitim, her türden öğrencinin ihtiyaçlarını karşılayabilen ve toplum için farkındalık yaratacak olan bir yaklaşımdır. Hem küresel eğitim hem de birbirine bağlılık ve bağlantı ilkelerine dayanan çevre eğitimi, bu yaklaşımın içine yerleştirilmiştir. Bütünsel eğitim, ekosistemle uyum içinde yaşadığımız bir toplum yaratmayı amaçlamaktadır. Başka bir ifade ile bütünsel eğitim modeli çağdaş toplumda baskın varoluş yaklaşımı olarak tüketiciliği ortadan kaldırmaktadır (John, 2017:352). Yeni araştırmalar kalp ile beyin arasında öğrenmeyi önemli ölçüde etkileyen dinamik bir ilişki saptamış ve kalbe odaklı yeni bir pedagojinin bütünsel eğitimi önemli ölçüde etkileyebileceğini ifade etmektedirler (Arguelles vd., 2003: 20). Bütünsel bir müfredat ile, eğitimin dinamik olması ve öğrencilerin tüm yaşamları hakkında bir farkındalık yaratması gerektiğini vurgulamalıdır. Ayrıca öğrenmenin hem içsel bir kendini keşfetme süreci hem de işbirlikçi bir etkinlik olan yaşam boyu süren bir süreç olduğunu dikkate almalıdır (Gültekin, 2013: 59). Bütüncül eğitim yaklaşımı, öğrenmenin sadece niceliksel bir süreci değil, aynı zamanda bireyin anlam arayışı çerçevesinde niteliksel bir deneyim olması gerektiğini savunmaktadır. Öğrenme, yalnızca beceri edinme süreci değil, aynı zamanda değerler ve bilinçle iç içe geçmiş bütüncül bir süreç olarak ele alınmalıdır (Nava, 2001:55-56).

Bütünsel eğitimin genel özellikleri; bütün insanın gelişimini beslemesi, ilişkiler etrafında dönmesi (eşitlikçi, açık ve demokratik ilişkiler), yaşam deneyimleriyle ilgilenmesi (temel beceriler yerine), kültürlerin insanlar tarafından yaratıldığını ve insanlar tarafından değiştirilebileceğini kabul etmesi (yerleşik bir kültürü uydurmak ve kopyalamak yerine) ve "Yaşam ve bilinmeyene (ve asla tam olarak bilinmeyen) yaşam kaynağına karşı derin bir saygı" üzerine kurulması olarak sıralanabilmektedir (John, 2017:348). Bütüncül eğitim yaklaşımı, öğrenme sürecini yalnızca bilgi aktarımı olarak değil, bireyin kendi öğrenme sürecini yönetme, anlamlandırma ve topluma katkı sağlama kapasitesini geliştirmesi olarak tanımlar. Ayrıca öğrencilerin eğitim ihtiyaçları ve öğrenme tarzları açısından önemli farklılıklar gösterdiği vurgulanmaktadır. Bu durum, eğitimin standartlaştırılmış tek bir yöntemle verilmesinin yetersizliğini ve bireysel öğrenme biçimlerinin eşit derecede geçerli olduğunu ortaya koymaktadır (Nava, 2001:55).

UNESCO (1996: 55-56), eğitimin temelleri olarak önerdiği ve tanımladığı dört konuyu vurgulamaktadır. Bunlar; birlikte yaşamayı öğrenmek (learning to live together), bilmeyi

öğrenmek (learning to know), yapmayı öğrenmek (learning to do) ve olmayı öğrenmek (learning to be) olarak tanımlanmıştır.

Birlikte Yaşamayı Öğrenmek: Başkalarını ve onların tarihlerini, geleneklerini ve manevi değerlerini anlayarak birlikte yaşamayı öğrenmek ve bu temelde, artan karşılıklı bağımlılığımızın tanınması ve geleceğin riskleri ve zorluklarının ortak analiziyle yönlendirilen, insanları ortak projeler uygulamaya veya kaçınılmaz çatışmaları akıllı ve barışçıl bir şekilde yönetmeye teşvik edecek yeni bir ruh yaratmak (UNESCO, 1996:20). Diğer bireylere ve genel olarak tüm canlılara saygı gösterme, iş birliği yapma ve hoşgörüyü teşvik etme becerilerini kapsar. Öğrenme önyargılar, ayrımcılık, dogmatizm ve çatışma gibi unsurların üstesinden gelmeyi amaçlar. Sorumlu bir şekilde birlikte yaşamayı öğrenmek, doğru ilişkileri kurmayı öğrenmek anlamına da gelmektedir (Nava, 2001:55).

Bilmeyi Öğrenmek: Bilimsel ilerlemenin ve yeni ekonomik ve sosyal faaliyet biçimlerinin getirdiği hızlı değişimler göz önüne alındığında, yeterince geniş bir genel eğitimin seçilmiş sayıda konu üzerinde derinlemesine çalışma olanağıyla birleştirilmesine vurgu yapılmalıdır. Bu yaşam boyu öğrenme için temel oluşturmaktadır (UNESCO, 1996:21). Nava (2001:55) bu ilkeyi öğrenmeyi öğrenmek (learning to learn) olarak tanımlamış ve sorumlu bir şekilde doğru ilişkileri kurmayı öğrenmek anlamı ile açıklamıştır. Bu ilkeye göre iyi öğrenme süreci, bilgi arayışında bilincin doğal bir eylemi olan iyi bir soru sormakla başlar. Öğrenmeyi öğrenmek, kendi öğrenmesini yönetme ve sorumluluğunu alma, kendini güncel tutma, bilgiyi nerede arayacağını bilme yeteneğine sahip olmak anlamına gelmektedir.

Yapmayı Öğrenmek: Bir iş yapmayı öğrenmeye ek olarak, daha genel olarak, insanların genellikle öngörülemeyen çeşitli durumlarla başa çıkmalarını ve takımlar halinde çalışmalarını sağlayan bir yeterlilik edinmeyi gerektirir. Birçok durumda, öğrenciler ve öğrenciler hala eğitimdeyken iş deneyimi programlarına veya sosyal çalışmaya katılarak yeteneklerini deneme ve geliştirme fırsatına sahip olurlarsa, bu tür yeterlilik ve beceriler daha kolay edinilir (UNESCO, 1996:21). Yapmayı öğrenmek, bir meslek öğrenmekle ve üretken bir çalışmayla, işin ihtiyaçlarına uyum sağlamayı öğrenmekle bağlantılıdır. Ayrıca ekipte çalışma yeteneği, sorunları çözmek için bilgiyi stratejik olarak kullanma, kaliteli mal ve hizmet üretmede rasyonel kararlar alma becerisiyle de açıklanmaktadır (Nava, 2001: 55).

Olmayı Öğrenmek: Olmayı öğrenmek, gerçek insan doğasını keşfetmek ve bütüne ait olmayı öğrenmektir. Bireysel insan değerlerinin değil, gerçek insan değerlerinin bulunduğu evrensel boyutumuzu keşfetmeyi ifade eder (Nava, 2001:56). Yirmi birinci yüzyılda herkes ortak hedeflere ulaşmak için daha güçlü bir kişisel sorumluluk duygusuyla birleştirilmiş daha fazla bağımsızlık ve yargı kullanması gerekecektir. Bu kapsamda her insanda saklı olan yeteneklerin hiçbirini kullanılmadan bırakılmamalıdır. Bunlar hafıza, muhakeme gücü, hayal gücü, fiziksel yetenek, estetik duygusu, başkalarıyla iletişim kurma yeteneği olarak tanımlanmıştır. Olmayı öğrenmek, yapmayı öğrenmek, bilmeyi öğrenmek birlikte yaşamayı öğrenmenin temellerini sağlamaktadır (UNESCO, 1996:21).

YÖNTEM

Bu araştırma, nitel araştırma desenlerinden eylem araştırması yöntemiyle yapılandırılmıştır. Eylem araştırması, bireylerin karşılaştıkları bir problemi tanımlayıp çözüm üretmeye yönelik eylemlerde bulunmaları, bu sürecin etkililiğini değerlendirmeleri ve elde edilen sonuçların yetersiz bulunması durumunda süreci yeniden yapılandırmaları yoluyla öğrenmenin gerçekleştiği katılımcı ve deneyim temelli bir araştırma yaklaşımıdır (O'Brien, 1998). Bu bağlamda çalışma, gastronomi ve turizm eğitimi alanında bütünsel öğrenim modelinin uygulanabilirliğini değerlendirmeye yönelik olarak tasarlanmıştır.

Eylem araştırması, eğitimde ve sosyal bilimlerde uygulayıcıların kendi uygulamalarını sistematik biçimde inceleyerek geliştirmeyi amaçlayan, katılımcı ve dönüştürücü nitelikte bir araştırma yaklaşımıdır. Bu yöntem, araştırmacıların yalnızca veri toplamakla kalmayıp aynı zamanda uygulamayı değiştirmeye ve iyileştirmeye yönelik adımlar atmasını içerir. Cohen ve Manion (1994: 186), eylem araştırmasını, “eğitimsel uygulamaların işleyişinde küçük çaplı müdahalelerle, bu uygulamalar hakkında bilgi toplama ve değişim yaratma süreci” olarak tanımlar. Bu yaklaşım; planlama, uygulama, gözlem ve yansıtma döngüleriyle ilerleyen, katılımcıların kendi deneyimlerinden yola çıkarak mevcut sorunları tanımlayıp çözüm üretmelerine olanak sağlayan işbirlikçi bir süreçtir (Cohen, Manion ve Morrison, 2005). Eylem araştırması özellikle gastronomi gibi uygulamalı disiplinlerde öğrenme süreçlerinin ve öğretim yöntemlerinin sürekli gözden geçirilip iyileştirilmesi açısından işlevsel bir model sunmaktadır.

Eğitim süreci, bütünsel öğrenim modelinin temel ilkeleri doğrultusunda beş ayrı modül şeklinde yapılandırılmıştır. Bu kapsamda, sırasıyla “Sıfır Atık Kapsamında Ürün Geliştirme” modülü iki gün süresince 44 öğrenciyle, “Füzyon Mutfak Uygulamaları” modülü yine iki gün boyunca 24 öğrenciyle, “Stok Yönetimi ve FIFO Uygulamaları” modülü bir gün süreyle 9 öğrenciyle, “Ziyafet ve Servis Yönetimi” modülü iki gün boyunca 15 öğrenciyle ve “Tabaklama, Porsiyonlama ve Yemek Stilizasyonu” modülü iki gün süreyle 21 öğrenciyle gerçekleştirilmiştir. Her bir modül, teorik bilgilendirme oturumları, uygulama atölyeleri ve yapılandırılmış gözleme dayalı değerlendirme süreçlerinden oluşan üç aşamalı bir eğitim döngüsü çerçevesinde uygulanmıştır. Eğitim süreci, bir kamu kurumuna bağlı yiyecek-içecek işletmesinin mutfak laboratuvarlarında gerçekleştirilen uygulamalarla desteklenmiş ve öğrenciler, sürdürülebilir mutfak anlayışı doğrultusunda atık yönetimi ve yaratıcı yemek tasarımı üzerine çalışmalar yapmıştır.

BULGULAR

Bütünsel Öğrenim Modelinin Gastronomide Atık Yönetimi Eğitiminde Uygulanması

Eğitim modülünde öncelikle günlük serviste mutfakta çıkan gıda atıkları değerlendirilerek öğrencilere bu atıklarla hazırlanabilecek soslar, yemek yanında servis edilecek garnitürler ve dekor ürünleri hazırlanmıştır. Bu doğrultuda mutfakta atık konumunda görülen patates kabukları çağdaş gastronomi teknikleri ile işlenerek etin yanında cips olarak, derin yağda kızartma tekniği kullanılarak garnitür olarak servis edilmiştir. Aynı şekilde mutfakta bir atık olarak görülen elma kabuklarını sos yapımında hem tatlandırıcı, lezzet verici ve kıvam verici olarak kullanarak öğrencilere eğitim verilmiştir. Bu eğitim ile öğrencilerin sıfır atık konusunda edindikleri bilgi ve sürdürülebilirliğe olan duyarlılıklarının gelişmesi hedeflenmiştir. Ayrıca yeni reçete oluşumları için yaratıcılıklarının ve inovatif düşüncelerinin gelişmesine de katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Mutfakta çıkan atıkların değerlendirilmesine yönelik uygulamalar ile öğrenciler, sürdürülebilirlik ilkelerini mutfak pratiğine entegre etme fırsatı sunmuştur. Patates ve elma kabuklarının tatlandırıcı, garnitür ya da sos yapımında kullanılması, çağdaş gastronomi teknikleri ile yerel kaynakların etkin bir şekilde değerlendirilmesini sağlamıştır. Yeşil yapraklı sebzelerin saplarından dekoratif bir öge olarak tuile hazırlanması, öğrencilerin hem estetik hem de işlevsel değer taşıyan ürünler geliştirme yeteneğini pekiştirmiştir. Bu süreç, bireylerin atıkları yalnızca bir sorun olarak değil, aynı zamanda potansiyel bir kaynak olarak görmelerini sağlayarak, yenilikçi ve sorumlu bir mesleki anlayış geliştirmelerine yardımcı olmuştur.

Bütünsel Öğrenim Modelinin Gastronomide Füzyon Mutfak Eğitiminde Uygulanması

Füzyon mutfak uygulamaları işletmelerin de rekabet avantajı elde etmesini sağlamak ve yöresel ürünlerin kullanılma alanlarını genişleterek bölgenin gastronomi değerlerinin sürdürülebilirliğine katkı sağlamaktadır (Turan vd., 2020). Füzyon mutfak, geleneksel yemek kültürlerini modern ve yenilikçi bir bakış açısıyla birleştirerek, gastronomi dünyasına yeni ve heyecan verici bir boyut kazandırmaktadır. Farklı kültürlerin tatlarını bir araya getirerek, benzersiz ve alışılmadık yemekler ortaya çıkararak yiyecek içecek sektöründe pazar çekiciliği ve rekabet avantajı sağlamaktadır. Bu bağlamda, öğrencilere uygulamalı eğitim verilmiştir.



Şekil 1. Ege Otları Dolgulu Ravioli

Yöresel mutfak ürünlerinden “Urla sakız enginarlı bruschetta”, “Ege otları dolgulu Ravioli” ve “İtalyan pizza hamuru üzerine ege lezzetlerindeki seçme ürünlerin eklenmesi” gibi yöresel mutfak ile Avrupa mutfakının birleşimi ile ilgili çalışma yürütülmüştür.



Şekil 2. Sous Vide Bonfile (Patates Kabuğu Cips, Elma Kabuğu Sos ve Yeşil Yapraklı Sebze Saplarından Tuile)

Füzyon mutfak uygulamaları, yöresel ve uluslararası mutfakların bir araya getirilmesiyle gastronomi eğitiminin yenilikçi boyutunu vurgulamaktadır. "Urla sakız enginarlı bruschetta", "Ege otları dolgulu ravioli" ve "İtalyan pizza hamuru üzerinde Ege lezzetleri" gibi özgün reçeteler oluşturulması, öğrencilerin geleneksel gastronomi bilgisini modern ve uluslararası mutfak yaklaşımları ile birleştirme becerilerini geliştirmiştir. Bu süreç, öğrencilerin farklı kültürel unsurları anlamalarına ve yaratıcı bir şekilde entegre etmelerine olanak tanımıştır.

Bütünsel Öğrenim Modelinin Gastronomide Tabaklama, Porsiyonlama ve Yemek Stilistliği Eğitiminde Uygulanması

Yiyecek içecek işletmelerinde doğru porsiyonlama hem maliyet unsuru olarak verimliliğe etki etmekte hem de menü kalemlerinin görsel çekiciliğini artırma konusunda önem arz etmektedir. Bu kapsamda öğrencilere uygulamalı eğitim verilmiştir.



Şekil 3. Sous Vide Bonfilenin Örnek Tabaklama, Posiyonlama ve Yemek Stilistliği

Öğrencilerin füzyon mutfak modülünde hazırlamış oldukları "Urla sakız enginarlı bruschetta", "Ege otları dolgulu Ravioli" ve "İtalyan pizza hamuru üzerine Ege lezzetlerindeki seçme ürünlerin eklenmesi"; sıfır atık modülünde hazırlamış oldukları sous vide tekniği kullanılarak pişirilen bonfile, demi glace sos, patates kabuğu kızartması ve buharda pişirilmiş brokoli yemeğini, öğrencilere farklı sunum yöntemleriyle tabaklanması hakkında ve uluslararası standartlara göre ana yemek tabağının porsiyon miktarları hakkında bilgiler verilmiştir. Modül içeriğinde ayrıca yemek stilistliği mutfak alanında fotoğraf ve video çekimi ile ilgili eğitim verilmiştir. Bu eğitim ile birlikte öğrenciler hazırladıkları yemeklerin porsiyonlanması ve profesyonel fotoğraf çekimi konularında deneyim sahibi olmuşlardır.

Bütünsel Öğrenim Modelinin Ziyafet ve Servis Yönetimi Eğitiminde Uygulanması

Ziyafet ve servis yönetimi modülü kapsamında verilen eğitimler iki gün olarak gerçekleşmiştir. Ziyafet ve servis yönetimi modülü kapsamında öncelikle Restoran'da öğrencilere yönelik olarak Restoran yöneticisi tarafından restoranın servis ve mutfak bölümleri, işleyişi ve saatleri, menüsü ve hedef kitlesi tanıtılmıştır. Daha sonra masa düzeni kurma ve servis şekilleri ile ilgili bilgi verilmiştir. Bu konulardan sonra ziyafet yönetimi ile ilgili ilkeler, ziyafet organizasyonu planlaması ve operasyonu, ziyafet çeşitleri ile servis çeşitleri konularında uygulamalı eğitim verilmiştir. Lokal Çatı Restoran öğle yemeklerinde tabldot olarak hizmet vermekte ve çeşitli ziyafet organizasyonları kapsamında da hizmet vermektedir. Eğitim sürecinde öğrenciler ziyafet

organizasyonunda öğrendikleri bilgileri beceri haline getirebilmeleri amacı ile masa düzeni oluşturmuşlar ve öğle yemeğinde gelen misafirlere servis verilmesinde yardımcı olmuşlardır.

Bütünsel Öğrenim Modelinin Stok Yönetimi ve FIFO Eğitiminde Uygulanması

Stok Yönetimi ve FIFO Uygulamaları modülü kapsamında verilen eğitim 10 öğrenciye yönelik olarak planlanmış ancak eğitim katılım 9 öğrenci ile gerçekleşmiştir. Stok Yönetimi ve FIFO Uygulamaları modülü kapsamında öncelikle Restoran'da öğrencilere yönelik olarak Restoran yöneticisi tarafından restoranın servis ve mutfak bölümleri, işleyişi ve saatleri, menüsü ve hedef kitlesi restoran yöneticisi tarafından tanıtılmıştır. Daha sonra yiyecek içecek işletmelerinde ürünlerin satın alma sürecini, teslim alma, malzemelerin FIFO (ilk giren ilk çıkar) yöntemiyle yerleştirilmesi süreçleri ile ilgili bilgi verilmiştir. Restoran mutfağında bulunan soğuk hava depoları (+4 ve -18) ile kuru depo alanı incelenmiştir. Restoran yiyecek içecek satın alma depolama ve depodan çıkış süreçleri ile ilgili mutfak depo alanında bilgi verilmiştir.

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma, gastronomi eğitiminde bütünsel öğrenim modelinin uygulanabilirliğini incelemiş ve modelin eğitim sürecine getirebileceği çok boyutlu katkıları değerlendirmiştir. Literatür ve uygulama bölümlerine dayanarak yapılan analizler, bütünsel öğrenim modelinin, öğrencilerin mesleki ve bireysel gelişimlerini bir arada destekleyerek, gastronomi eğitimine yenilikçi bir yaklaşım sunduğunu ortaya koymuştur.

Sonuç olarak, füzyon mutfak, gastronomi alanında yenilikçi ve dinamik bir yaklaşımı temsil etmekte olup, farklı mutfak kültürlerinin sentezlenerek küresel ölçekte yaygınlaşmasına katkı sunmaktadır. Yaratıcı şefler tarafından geliştirilen bu anlayış, özgün lezzetler yaratmanın yanı sıra, yerel mutfak unsurlarının uluslararası düzeyde tanınmasını da mümkün kılmaktadır. Bu kapsamda, çalışma kapsamında gastronomi eğitimi alan öğrencilerin, bütünsel öğrenim çerçevesinde sıfır atık yönetimi ve füzyon mutfak uygulamalarına yönelik deneyimleri incelenmiştir. Bu doğrultuda, teori ve pratiği entegre eden modüller aracılığıyla öğrencilerin sürdürülebilir gastronomi anlayışını geliştirmeleri, yaratıcı düşünme becerilerini artırmaları ve mesleki yeterlilik kazanmalarına yönelik somut adımlar atılmıştır.

Eğitimde dar kapsamlı, mekanik yaklaşımlar yerine, farklı bireysel öğrenme stillerini kapsayan bütüncül bir eğitim anlayışına geçişin önemi vurgulanmaktadır. Bu bağlamda, 21. yüzyıl eğitimi bireyin yalnızca bilgiyi edinmesini değil, aynı zamanda kendi öğrenme sürecini yönetme, bilgiyi anlamlandırma ve yaşama dair sorumluluk alma becerilerini geliştirmesini hedeflemelidir (Nava, 2001:56).

Araştırmanın bulguları doğrultusunda, bütünsel öğrenim modelinin dört temel aşaması kapsamında önemli kazanımlar elde edilmiştir. "Öğrenmeyi öğrenmek" aşamasında, sıfır atık yönetimi ve füzyon mutfak uygulamaları, öğrencilerin sürdürülebilir gastronomi anlayışını benimsemelerine ve yaratıcı düşünme becerilerini geliştirmelerine katkı sağlamış, bu süreç çevresel farkındalık ve etik sorumluluk kazanmalarına da olanak tanımıştır. "Yapmayı öğrenmek" aşamasında, teorik bilgilerin pratik uygulamalarla bütünleştirilmesi yoluyla öğrenciler inovatif çözümler üretmeye teşvik edilmiş, bireysel ve ekip çalışması bağlamında yaratıcı düşünme, problem çözme ve stratejik karar alma becerileri geliştirilmiştir. "Birlikte yaşamayı öğrenmek" aşamasında, öğrenciler arasında iş birliği, empati ve kültürel farkındalık gibi değerler pekiştirilmiş, füzyon mutfağı projeleri aracılığıyla kültürel çeşitliliğin anlaşılması ve farklı bakış açılarına saygı duyulması teşvik edilmiştir. Ayrıca, atık yönetimi uygulamaları,

öğrencilerin doğal çevreye duyarlı hareket etmelerini sağlamıştır. “Olmayı öğrenmek aşamasında” ise entelektüel, ahlaki ve estetik boyutlarıyla bütüncül gelişim desteklenmiş, öğrencilerin insan doğasına dair farkındalık kazanmalarına ve doğayla uyum içinde çalışmanın önemini kavramalarına katkıda bulunulmuştur. Böylece, sürdürülebilirlik ve sorumluluk değerlerini içselleştiren bireylerin yetişmesi sağlanarak, öğrencilerin etik ve anlamlı bir yaşam biçimini benimsemeleri desteklenmiştir. Özellikle sürdürülebilirlik ve atık yönetimi modülünde öğrencilerin çevresel farkındalık kazanması, Filimonau vd., (2021) ve Wu vd., (2021) tarafından vurgulanan "sürdürülebilir gastronomi" ilkeleriyle uyumlu olup, bu sonuçlar Kilibarda vd., (2019) çalışmasında belirtilen gıda israfını azaltmaya yönelik eğitimlerin turizm sektöründeki etkisini desteklemektedir. Füzyon mutfak uygulamalarının öğrencilerin kültürlerarası becerileri geliştirmesi ise Liu vd., (2020) tarafından tanımlanan "mutfak uyumluluğu" kavramıyla örtüşmekte, ayrıca öğrencilerin geliştirdiği yaratıcı reçeteler Goldstein (2005) ve Turan vd., (2020) çalışmalarında belirtilen "kültürel sentez" sürecinin başarılı bir örneğini oluşturmaktadır. Demir (2023) tarafından önerilen eğitim modeli ise, aktif öğrenme yöntemlerinin müfredata entegrasyonu yoluyla eğitim süreçlerini geliştirmeyi amaçlayan bir yaklaşım sunmaktadır. Bu yaklaşım, çalışmamızda da benzer şekilde, eğitim müfredatının sektöre uyumlu hale getirilmesinin önemini vurgulamaktadır. Araştırmamızda ele alınan bütünsel öğrenim modeli, aktif öğrenme yöntemlerini müfredata dahil ederek öğrencilerin teorik bilgileri pratik uygulamalarla pekiştirmelerine olanak tanımaktadır. Bu model, günümüzün eğitim gereksinimlerine uygun bir şekilde öğrencilerin mesleki becerilerini geliştirmeyi ve onları sektöre daha donanımlı bireyler olarak hazırlamayı amaçlamaktadır. Çalışmanın önerdiği modellerle paralel olarak, gastronomi eğitimi alanında sürdürülebilir ve etkili bir öğrenme deneyimi sunulması amaçlanmaktadır.

Çalışma sonucu elde edilen bulgular ışığında literatüre ve uygulamaya katkı sağlayacak öneriler şu şekildedir;

- Gastronomi ve turizm alanlarında yürütülen eğitim programlarında, deneyim temelli ve disiplinler arası bütünsel öğrenim modeli benzeri yaklaşımların müfredata sistematik biçimde entegrasyonu sağlanmalıdır.
- Uygulamalı eğitime dayalı modül sayısı artırılmalı; öğrencilerin mesleki becerilerini gerçek yaşam problemleri üzerinden geliştirebilecekleri sektörel iş birlikleri teşvik edilmelidir.
- Sıfır atık, sürdürülebilirlik ve yenilikçilik gibi kavramlar, gastronomi eğitiminin temel dinamikleri arasında yer almalı; bu temalar çerçevesinde proje tabanlı öğrenme ortamları oluşturulmalıdır.
- Bütünsel öğrenim modelinin farklı kurumsal yapılardaki uygulanabilirliğini değerlendirmek amacıyla, akademik kurumlar ile sektör arasında köprü kuracak nitelikte pilot projeler geliştirilerek hayata geçirilmelidir.
- İlerleyen dönemlerde gerçekleştirilecek çalışmalar, modelin uzun vadeli etkilerini ortaya koymaya yönelik nicel araştırma yöntemleriyle desteklenmeli; farklı üniversitelerde karşılaştırmalı analizlerle modelin genellenebilirliği değerlendirilmelidir.

Bu çalışma, bütünsel öğrenim modelinin teori ve pratiği entegre eden modüller aracılığıyla öğrencilerin sürdürülebilir gastronomi anlayışını geliştirmelerine, yaratıcı düşünme becerilerini artırmalarına ve mesleki yeterlilik kazanmalarına nasıl katkı sağladığını ele alarak, literatürdeki sınırlı çalışmalara katkıda bulunmakta ve bu yönüyle alanyazına özgün bir bakış açısı sunmaktadır.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Destek Bilgisi: Bu çalışma Dokuz Eylül Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimince desteklenmiştir. Proje Numarası: SBG-2024-3408

Çıkar Çatışması: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Türk Turizm Araştırmaları Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

Etik Kurul Onayı: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulundan 07.11.2023 tarih ve 19 sayılı karar numarası ile izin alınmıştır.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

KAYNAKÇA

Arguelles, L., McCraty, R. and Rees, R. A. (2003). The heart in holistic education. *Encounter: Education for Meaning and Social Justice*, 16(3), 13-21.

Baysal, K. ve Saçılık, M. Y. (2021). Yiyecek İçecek İşletmeciliği Lisans Öğrencilerinin "Ziyafet" Kavramına İlişkin Metaforik Algılar, *Astroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(1), 75-86.

Beauge, B. (2012). On the idea of novelty in cuisine: A brief historical insight, *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 1(1), 5-14.

Bekar, A., ve Karakulak, Ç. (2016). Yiyecek ve içecek stilistliği ve fotoğrafçılığı, *Akademik Bakış*, (53), 104-103.

Brightwell, M. D. G. (2012). On the move and in the making: Brazilian culinary cultures in London, *Canadian Journal of Latin American and Caribbean Studies*, 37(74), 51-80.

Cankul, D., Ari, O. P. and Okumus, B. (2021). The current practices of food and beverage photography and styling in food business, *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 12(2), 287-306. <https://doi.org/10.1108/JHTT-02-2020-0052>

Carafoli, J. F. (2003). Tempting the palate, the food stylist's art. *Gastronomica. The Journal of Food and Culture*, 3(2), 94-97.

Cheng, C. C., Wu, H. C., Tsai, M. C., Chang, Y. Y. and Chen, C. T. (2021). Identifying the strategic implications of service attributes of wedding banquet halls for market competition and risk management, *International Journal of Hospitality Management*, (92), 102732.

Chiaro, D. and Rossato, L. (2015). Food and translation, translation and food, *The Translator*, 21(3), 237-243, DOI: 10.1080/13556509.2015.1110934

Cohen, L., Manion, L., and Morrison, K. (2005). *Research methods in education* (5th ed.). Taylor & Francis e-Library. <https://www.ebookstore.tandf.co.uk/...>

Çirişoğlu, E. ve Akoğlu, A. (2021). Restoranlarda Oluşan Gıda Atıkları ve Yönetimi: İstanbul İli Örneği, *Akademik Gıda*, 19 (1), 38-48. DOI: 10.24323/akademik-gida.927664

Davis, B., Lockwood, A., Pantelidis, I. S. and Alcott, P. (2008). *Food and Beverage Management*. Oxford: Elsevier.

Demir, Ö. (2023). *Gastronomi eğitimi ve yiyecek içecek endüstrisi arasındaki bağlantı(sızlık)lar: paydaşlar üzerine araştırma ve model önerisi*, (Yayımlanmamış doktora tezi), Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı.

Erdem, B. ve Akyürek, S. (2017). Yeni bir mutfak akımı: Yaşayan mutfaklar, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 103-126.

- Filimonau, V., Nghiem, V. N. and Wang, L. (2021). Food waste management in ethnic food restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 92, 102731. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102731>
- Goldstein, D. (2005). Fusing culture, fusing cuisine. *Gastronomica*, University of California Press, 5(4), iii-iv.
- Gültekin, M., Ciğerci, F. M. and Merç, A. (2013). Holistic education, *Journal of Education and Future*, 3, 53-60.
- Ilongo, F. N. and Mahlatsi, M. (2019). Holistic Education: Blending the Botho. Human Factor Ethos of Basotho Traditional Education, With the Scientific Perspectives of 21st Century Western Education, *Humanities and Social Science Research*, 2(1), 15-20.
- John, P. J. (2017). Holistic Approach in Education-An Overview, *International Journal of Research in Social Sciences*, 7(4), 346-353.
- Jongsuksomsakul, P. (2024). Culinary Storytelling About the Local Cuisine of Phitsanulok, Thailand, *SAGE Open*, 14(1), 21582440241233451.
- Kilibarda, N., Djokovic, F. and Suzic, R. (2019). Food waste management-reducing and managing food waste in hospitality, *Meat Technology* (Belgrade. Online), 60(2), 134-142. <https://doi.org/10.18485/meattech.2019.60.2.8>
- Kozak, N. (2016). *Yiyecek İçecek Hizmetleri Yönetimi*, Ankara: Detay Yayıncılık
- Lipinski, B., Hanson, C., Lomax, J., Kitinoja, L., Waite, R. and Searchinger, T. (2013). *Reducing Food Loss and Waste*, Working Paper, Installment 2 of Creating a Sustainable Food Future, Washington, DC: World Resources Institute. <http://www.worldresourcesreport.org>.
- Liu, S. Q., Wu, L. L. and Wang, C.Y. (2020). A creative-mix or variety-mix fusion experience? Examining marketing strategies for ethnic fusion restaurants, *International Journal of Hospitality Management*, 89, 102596. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102596>.
- Miseliunaite, B., Kliziene, I. and Cibulskas, G. (2022). Can holistic education solve the world's problems: A systematic literature review, *Sustainability*, 14(15), 9737.
- Nava, R. G. (2001). *Holistic education: Pedagogy of universal love*, Brandon: Holistic education press
- Nunez-Mchiri, G. G. (2020). What Will I Feed My Family Today? Food Decisions during COVID-19 on the US-Mexico Borderlands, *Gastronomica*, 20(3), 48-49.
- O'Brien, R. (2003). *An overview of the methodological approach of action research*. Erişim adresi: <http://www.web.net/~robrien/papers/arfinal.pdf> (Erişim Tarihi: 11.07.2025).
- Okonko, I.O., Olabode, O.P. and Okeleji, O.S. (2006). The role of biotechnology in the socio-economic advancement and national development: An Overview, *African Journal of Biotechnology*, 5(19), 2354-2366.
- Özgen, L., Güllü, M., Kalın, A. and Yılmaz, E. (2021). Türk Mutfağında Füzyon Uygulamalarına Yaklaşım Ölçeğinin Geçerlenmesi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 1238-1257.
- Pamukçu, H., Tuncer, K. ve Sevim, B. (2021). Otel İşletmelerinde Mesleki Eğitim Uygulamaları Vocational Education Applications in Hotel Businesses, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 18(2), 334-350.
- Rao, Y., Fang, M., Liu, C. and Xu, X. (2024). Understanding the process of a new product category from birth to maturity in the restaurant market: a knowledge evolution perspective, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 36(7), 2290-2310.

Sarıtaş, A. ve Sormaz, Ü. (2023). Mutfak yöneticilerinin yemek fotoğrafçılığına ilgileri, kullanma durumları ve bilgi düzeyleri: İstanbul örneği, *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5 (1), 49-62.

Srikanthan, G. and Dalrymple, J. F. (2007). A conceptual overview of a holistic model for quality in higher education, *International Journal of Educational Management*, 21(3), 173-193.

Tanrısevdi, A. ve Atabey, S. (2020). Mutfak Personelinin Gastronomik Akımlar Çerçevesinde Gıda Tüketim Eğilimlerinin Değerlendirilmesi, *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi*, 23 (1), 211-236

Turan, H., Başaran, G., Ayduğ, İ., Bayesen, D. ve Sünnetçioğlu, S. (2020). Mutfak Şeflerinin Füzyon Mutfağa Yönelik Görüşleri ve Çanakkale İline Ait Yöresel Gıdalar ile Füzyon Mutfak Önerileri, *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 23 (2), 332-358.

Türk Dil Kurumu (TDK). Füzyon kelimesinin anlamı. <https://sozluk.gov.tr/>, (Erişim Tarihi: 20.09.2023).

Türk Dil Kurumu (TDK). Ziyafet kelimesinin anlamı. <https://sozluk.gov.tr/>, (Erişim Tarihi: 20.09.2023).

Türker, N. ve Süzer, Ö. (2022). Tourists' food and beverage consumption trends in the context of culinary movements: The case of Safranbolu, *International Journal of Gastronomy and Food Science*, (27), 100463.

UNESCO (1996). Learning: the treasure within; report to UNESCO of the International Commission on Education for the Twenty-first Century (highlights), <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000109590> , (Erişim Tarihi: 10.03.2025).

UNESCO (2015). Education 2030: Incheon Declaration and Framework for Action for the Implementation of Sustainable Development, https://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/education-2030-incheon-framework-for-action-implementation-of-sdg4-2016-en_2.pdf, (Erişim Tarihi: 10.03.2025).

Wu, Z., Mohammed, A. and Harris, I. (2021). Food waste management in the catering industry: Enablers and interrelationships, *Industrial Marketing Management*, 94, 1-18. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2021.01.019>

Yanmei, Z., Muhamad, M. M., Mustakim, S. S., Wenling, L. and Xuanyi, W. (2023). Analyzing the Comparison and Integration of the Holistic Education Approach with Liberal, Specialized, and Quality Educational Modes, *International Journal of Academic Reserach in Economics and Management Sciences*, 12(4). E-ISSN: 2226-3624

Yıkmuş, S., Türkol, M., Abdi, G., Imre, M., Alkan, G., Aslan, S. T., Rabail, R. and Aadil, R. M. (2024). Culinary trends in future gastronomy: A review. *Journal of Agriculture and Food Research*, (18), 101363.



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2025, 9(3): 291-309.

DOI: [10.26677/TR1010.2025.1583](https://doi.org/10.26677/TR1010.2025.1583)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Dijital Okuryazarlık Düzeylerinin Belirlenmesi: Muğla Örneği

Doç. Dr. Reyhan ARSLAN AYAZLAR, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Muğla, e-posta: reyhanayazlar@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9546-9412>

Demet ÖZCAN YILMAZSOY, Doktora Öğrencisi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla, e-posta: demetozcanb@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0827-1940>

Öz

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimi ile birlikte gelen dijital devrim, farklı iş modellerinin oluşumuna katkıda bulunmuştur. Bu değişime ayak uydurmak amacıyla işletme çalışanlarının modern iş yaşamının gerektirdiği beceri ve yetkinliklere sahip olması önem taşımaktadır. Bu sürecin iş yaşamına geçmeden önce bireylerin eğitim hayatı süresinde başlaması dijital okuryazarlık anlamında donanımlı bireyler yetiştirmek adına önemli olmaktadır. Bu araştırma, turizm eğitimi alan öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeylerini belirlemeyi amaçlamaktadır. 2024-2025 eğitim öğretim yılında Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm Fakültesinde lisans düzeyinde öğrenim gören 204 turizm öğrencisiyle yürütülen çalışmada, anket yöntemi kullanılmış ve veriler parametrik testlerle analiz edilmiştir. Sonuçlara göre öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeyi genel olarak orta seviyededir. Ölçeğin alt boyutlarında ise gizlilik ve güvenlik iyi düzeyde, etik ve sorumluluk ve günlük kullanım orta düzeyde, genel bilgi ve işlevsel beceriler ve sosyal boyut zayıf düzeyde, profesyonel üretim ise düşük düzeyde şeklinde saptanmıştır. Ayrıca örneklem grubundaki öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeylerinde cinsiyet değişkenine göre erkekler lehine anlamlı bir farklılık olduğu bulunmuştur. Bilgisayar kullanım düzeyi ile dijital okuryazarlık arasında pozitif ilişki bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Dijital okuryazarlık, Dijital Yetkinlik, Turizm.

Makale Gönderme Tarihi: 11.06.2025

Makale Kabul Tarihi: 05.09.2025

Önerilen Atıf:

Arslan Ayazlar, R. ve Özcan Yılmazsoy, D. (2025). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Dijital Okuryazarlık Düzeylerinin Belirlenmesi: Muğla Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9(3): 291-309.



Journal of Turkish Tourism Research

2025, 9(3): 291-309.

DOI: [10.26677/TR1010.2025.1583](https://doi.org/10.26677/TR1010.2025.1583)

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



RESEARCH PAPER

Determination of Digital Literacy Levels of Tourism Education Students: Muğla Case

Associate Prof. Dr. Reyhan ARSLAN AYAZLAR, Muğla Sıtkı Koçman University, Faculty of Tourism, Muğla, e-mail: reyhanayazlar@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9546-9412>

Demet ÖZCAN YILMAZSOY, Ph.D. Student, Muğla Sıtkı Koçman University, Institute of Social Sciences, Muğla, e-mail: demetozcanb@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0827-1940>

Abstract

With the advancement of information and communication technologies, the digital revolution has contributed to the emergence of new business models. To adapt to this transformation, it is essential for business employees to acquire the skills and competencies required by the modern work environment. Initiating this process during individuals' educational journey, before entering professional life, is crucial in terms of cultivating digitally literate individuals. This study aims to determine the digital literacy levels of students receiving tourism education. The research was conducted with 204 undergraduate students enrolled at the Faculty of Tourism, Muğla Sıtkı Koçman University, during the 2024–2025 academic year. A survey method was employed, and the data were analyzed using parametric tests. According to the results, students' overall level of digital literacy is moderate. Among the sub-dimensions of the scale, privacy and security were found to be at a good level; ethics and responsibility, and daily use were at a moderate level; general knowledge and functional skills, as well as the social dimension, were at a low level; and professional production was determined to be at a very low level. Additionally, a significant difference in digital literacy levels was observed in favor of male students based on the gender variable. A positive correlation was also found between computer usage level and digital literacy. The findings are expected to contribute to both tourism enterprise managers operating in the field and academic educational institutions.

Keywords: Digital Literacy, Digital Competence, Tourism.

Received: 11.06.2025

Accepted: 05.09.2025

Suggested Citation:

Arslan Ayazlar, R. and Özcan Yılmazsoy, D. (2025). Determination of Digital Literacy Levels of Tourism Education Students: Muğla Case, *Journal of Turkish Tourism Research*, 9(3): 291-309.

GİRİŞ

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin (BİT) gelişimini takip eden birçok değişim “dijital devrim” adı verilen bir paradigma değişimine yol açmıştır. Söz konusu devrim, değişen tüketici beklenti ve talepleri doğrultusunda, işletmeler üzerindeki baskıyı arttırmaktadır. Dolayısıyla, yaşanan bu dijital devrim sonucunda çalışanların ve yöneticilerin dijital becerilere sahip olmaları işletmeler açısından önem kazanmıştır (Gfereree, Rademacher ve Dobler, 2021). Söz konusu dijital beceriler için genel anlamda dijital okuryazarlık kavramı kullanılmakta ve çalışanların dijital ortamlarda görevlerini yerine getirebilmeleri ve problem çözme becerilerini geliştirebilmeleri için dijital okuryazarlık kapsamında yer alan beceri ve yetkinliklere sahip olması gerekmektedir (Lankshear ve Knobel, 2006; Eshet-Alkalai ve Amichai-Hamburger, 2004). Bireyin dijital okuryazarlık seviyesinin yüksek olması, ortaya çıkan yeni teknolojilere uyum sağlamasını kolaylaştırmaktadır (Ng, 2012).

Dijitalleşme, ülkelerin kamu sektörlerinde ve yükseköğretim kurumlarında önemli bir öncelik haline gelmiştir. Dijital okuryazarlık becerisi, eğitim ve öğretim boyunca kazanılması gereken temel unsurlardan biri olarak öne çıkmaktadır. Üniversite öğrencilerinin, eğitim ve mesleki yaşamlarında kullanacakları dijital araçlardan ya da ortamlardan maksimum verim elde edebilmeleri için dijital alanda yeterlilik kazanmaları beklenmektedir.

Küresel anlamda dijitalleşmenin ve dijital yetkinliklere sahip olmanın gerekliliği çeşitli endeksler tarafından da ortaya konmaktadır. Dijital hazırlık endeksine (Digital Readiness Index) göre, Türkiye 141 ülke arasında sadece teknolojik adaptasyon ve temel ihtiyaçlar konularında beklenenin gerisinde kalmıştır. Türkiye, temel ihtiyaçlar konusunda 51. sırada bulunmaktadır. En iyi sıralamayı kamu özel yatırımları (46) ve iş yapma kolaylığı (45) alanında elde etmiştir. Teknoloji adaptasyonu (72) ve beşeri sermaye (79) alanları ise en düşük sıralamaya sahip olduğu alanları oluşturmaktadır (CISCO, 2019). Söz konusu istatistikler Türkiye’nin dijitalleşme konusunda gelişmeye devam eden bir ülke olduğunu ortaya koymakta, bu gelişimin önemli adımlarından biri olarak ülke vatandaşlarının dijital okuryazarlık yetkinliklerinin artırılması öngörülmektedir. Küresel Rekabet Raporu (2019) (The Global Competitiveness Report) ise bilişim teknolojilerine adaptasyon konusunda Türkiye’nin 141 ülke içerisinde 69. sırada yer aldığını rapor etmektedir.

Son yıllarda konunun öneminin artması ile Türkiye’de dijital okuryazarlık düzeyine ilişkin akademik çalışmalarda artış gözlemlenmektedir. Bu alanda, 2016-2022 yılları arasında yayınlanmış yalnızca lise ve üniversite öğrencilerine yönelik 18 tez ve 13 makale olmak üzere toplamda 31 akademik çalışma yer almaktadır (Özkaya ve Erat, 2022: 250). Türkiye’deki üniversiteler de dijitalleşmenin öneminin farkında olarak konuya yönelik dersleri müfredatlarına eklemektedir. Bu bağlamda, Kavak ve Emir (2024: 3070) Türkiye’deki devlet üniversitelerinin Turist Rehberliği alanındaki ön lisans, lisans ve lisansüstü programlarının müfredatlarını incelemişlerdir. Teknoloji ve dijitalleşmeye ilişkin dersler kapsamında, sosyal medya, dijital okuryazarlık, e-ticaret konularına yönelik dersler tespit edilmiştir. Bununla birlikte turist rehberliği programlarındaki ilgili derslerin toplam derslere oranının düşük olduğu ifade edilmektedir.

Alanyazın incelendiğinde dijital okuryazarlığa ilişkin diğer çalışmaların yer aldığı görülmektedir. Bu kapsamda; ölçek geliştirme çalışmaları (Ocak ve Karakuş, 2018; Pala ve Başıbüyük, 2020a), dijital okuryazarlık ölçeğinin Türkçe’ye uyarlama çalışmaları (Hamutoğlu, Güngören, Uyanık ve Erdoğan, 2017; Üstündağ, Güneş ve Bahçivan, 2017), öğretmenlerin ve öğretmen adaylarının dijital okuryazarlığı (Yontar, 2019; Sarıkaya, 2019; Akgün ve Akgün, 2020; Kara, 2021; Özoğlu ve Kaya, 2021), okul öncesi, ilkökul ve ortaokul öğrencilerinin dijital okuryazarlığı (Duran ve Özen, 2018; Arslan, 2019; Pala ve Başıbüyük, 2020b; Kardeş, 2020; Erol ve Aydın, 2021; Aksoy, Karabay ve Aksoy, 2021), ders kitaplarının dijital okuryazarlık bağlamında değerlendirilmesi (Maden, Maden ve Banaz, 2018; Direkçi, Akbulut ve Şimşek, 2019) ve akademisyenlerin dijital okuryazarlığı (Şener ve Gündüzalp, 2018; Kır, 2020) ile ilgili çalışmalar bulunmaktadır. Ayrıca literatürde yükseköğretimde farklı fakültelerde eğitim alan üniversite öğrencilerine yönelik yapılan araştırmalar da mevcuttur (Göldağ ve Kanat, 2018; Onursoy,

2018; Gürtekin, 2019; Doğan ve Demirkan, 2020; Sakal, 2020; Bozdağ ve Ergin, 2021 ve Okumuş ve Atılğan, 2021). Bununla birlikte turizm öğrencilerinin dijital okuryazarlığına ilişkin çalışmaların sınırlı sayıda olması araştırmanın amacını ortaya çıkarmaktadır. Bu araştırma, turizm eğitimi alan öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeylerini belirlemeyi amaçlamaktadır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Dijital okuryazarlık, bireylerin dijital teknolojileri yalnızca bilgiye ulaşmak için değil, aynı zamanda bu bilgiyi analiz etme, eleştirel düşünme ve dijital araçlarla yaratıcı bir şekilde kullanma becerilerini kapsayan bir yetkinliktir (Ng, 2012). 2023 yılı itibarıyla gerçekleştirilen Uluslararası Bilgisayar ve Bilgi Okuryazarlığı Çalışması (ICILS), 14 yaşındaki öğrencilerin %43'ünün temel dijital beceri seviyesinin altında kaldığını ortaya koymuştur (European Commission, 2024). Bu durum, dijital okuryazarlığın eğitim politikalarının merkezine yerleştirilmesi gerektiğini göstermektedir. Ayrıca, dijital okuryazarlık düzeyinin yüksek olması, öğrencilerin çevrimiçi öğrenme süreçlerine daha etkin katılımını ve akademik başarılarını artırmaktadır. Getenet vd'nin (2024) yapmış olduğu bir çalışmada, öğrencilerin dijital teknolojiye yönelik tutumları, dijital okuryazarlıkları ve öz-yeterliliklerinin çevrimiçi öğrenme katılımını olumlu yönde etkilediğini belirtmektedir. Bu çalışmalar, dijital okuryazarlığın sadece teknik bir beceri değil, aynı zamanda öğrencilerin öğrenme süreçlerini destekleyen bir faktör olduğunu göstermektedir. Sonuç olarak, dijital okuryazarlığın eğitimdeki rolü, yalnızca bilgiye erişim değil, aynı zamanda bu bilgiyi etkin bir şekilde kullanabilme ve üretme becerisini de içermektedir. Bu nedenle, eğitim politikalarının dijital okuryazarlığın gelişimini destekleyecek biçimde yapılandırılması hem bireysel hem toplumsal düzeyde sürdürülebilir bir öğrenme kültürünün oluşturulması açısından önem taşımaktadır (Ilomäki, Paavola, Lakkala ve Kantosalo, 2016).

Dijital okuryazarlık, turizm sektöründe hizmet kalitesini artırmak ve sektörel sürdürülebilirliği sağlamak açısından önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle gelişmekte olan destinasyonlarda dijital becerilerin geliştirilmesi, yerel toplulukların turizm faaliyetlerine daha etkin katılımını mümkün kılmaktadır. Endonezya'nın Mentawai Adaları'nda yürütülen bir çalışmada, girişimcilik ve dijital okuryazarlık eğitiminin yerel turizm gruplarının dijital yeterliliklerini geliştirdiği ve bu gelişimin sürdürülebilir turizme katkı sağladığı tespit edilmiştir (Rezki vd., 2023). Benzer şekilde, Bali'de gerçekleştirilen bir araştırma, dijital okuryazarlığın turizm çalışanlarının mesleki yeterlilik düzeylerini istatistiksel olarak anlamlı biçimde artırdığını ortaya koymaktadır (Sinaga vd., 2023). Ayrıca, dijital teknolojilerin etkili kullanımı, turistik hizmetlerin sunumunda yenilikçi uygulamaların benimsenmesini desteklemektedir (Buhalis ve Sinarta, 2019). Bu bağlamda, dijital okuryazarlık turizm sektöründe yalnızca bireysel değil, aynı zamanda kurumsal düzeyde de stratejik bir yetkinlik alanı haline gelmektedir.

Dijital dönüşüm, turizm eğitiminde pedagojik yaklaşımları köklü bir şekilde değiştirmekte ve öğrenci odaklı, etkileşimli öğrenme modellerini ön plana çıkarmaktadır. Yapılan bir çalışmada, sanal gerçeklik (VR) ve yapay zeka (AI) gibi teknolojilerin, öğrencilerin deneyimsel öğrenme süreçlerini zenginleştirerek, sektöre yönelik becerilerini geliştirdiği belirtilmektedir (Yang, 2025). Benzer şekilde, dijital dönüşümün, öğretim yöntemleri, müfredat yapıları ve sektörle iş birliği gibi alanlarda yenilikçi değişikliklere yol açtığı ifade edilmektedir (Mandalia, 2023). Ancak, bu dönüşüm sürecinde karşılaşılan zorluklar arasında yüksek maliyetler, öğretim elemanlarının dijital yeterlilik eksiklikleri ve değişime karşı direnç gibi faktörler yer almaktadır (Yang, 2025). Bu bağlamda, dijital dönüşümün eğitim kurumları tarafından etkin bir şekilde benimsenmesi için stratejik planlamalar ve sürekli profesyonel gelişim programları önem arz etmektedir.

“Dijital teknolojileri ve interneti kullanarak içeriklere ulaşma, bunları değerlendirme, kullanabilme, paylaşma, eleştirme ve oluşturma yeteneği” (Özkaya ve Erat, 2022: 241) olarak ifade edilen dijital okuryazarlık geleneksel alandaki okuryazarlıktan farklı bir yaklaşım sunmaktadır. Okuryazarlık okuma ve yazma yeteneği olarak ifade edilirken; dijital okuryazarlık bu yeteneklerin yanı sıra içerik

oluşturma, kullanabilme, paylaşma, eleştirme ve değerlendirme gibi farklı yetenekleri de ekleyerek okuryazarlığı dinamik bir sürece dönüştürmekte ve yaşam boyu öğrenmeye konu etmektedir (Özkaya ve Erat, 2022: 241). Dijital okuryazarlık kavramı ilk olarak Amerikan yazar Paul Gilster tarafından 1997 yılında kullanılmış ve dijital okuryazarlığın sadece tuşlara basmaktan ibaret olmayan, fikirlere hâkim olmakla ilişkili özel bir tür zihniyet olduğunu belirtmiştir (Gilster, 1997). Aynı zamanda, Hague ve Payton (2010) ile Amerikan Kütüphaneler Birliği'nin Dijital Okuryazarlık Görev Birimi (Fulton ve McGuinness, 2016: 9-10), dijital okuyazar bireylerin etik kurallara uyan, dijital anlamda bilişsel ve teknik becerilere sahip, doğru ve kaliteli bilgiyi ayırt edebilen, elde ettiği bilgiyi başkaları ile paylaşabilen bireyler olduklarını ifade etmektedir.

Bayrakçı ve Narmanlıoğlu (2021) dijital okuryazarlığı etik ve sorumluluk, genel bilgi ve işlevsel beceriler, günlük kullanım, profesyonel üretim, gizlilik ve güvenlik ve sosyal boyut gibi birtakım gerekli becerilerin geliştirilmesi olarak tanımlamaktadır. *Etik ve sorumluluk*, dijital içeriklerin ahlaki ve gelişim açısından uygunluğu, içerik farkındalığı ve çevrimiçi ortamlarda yasal hak ve özgürlüklerin korunmasıyla ilgilidir. Etik, çevrimiçi platformlardaki eylemlerin davranış normlarına uygunluğunu ifade ederken, sorumluluk ise bireysel ve yasal sorumlulukları içermektedir. *Genel bilgi ve işlevsel beceriler*, yazılıma dair kötü amaçlı yazılım, korsan yazılım, lisanslı yazılım ve dijital teknolojilere dair yazılım ve donanım bilgisi gibi genel bilgileri kapsamaktadır. *Günlük kullanım*, internette gezinme, alışveriş, rezervasyon, e-vatandaşlık, canlı yayın yapma ve bulut teknolojiler gibi günlük işlemlerle ilgilidir. *Profesyonel üretim*, dijital teknolojilerinin üretiminde ve kullanımında yer almaya yönelik, daha ileri bir seviyede olan ürün geliştirme ve kodlamayı içermektedir. *Gizlilik ve güvenlik*, çevrim içi ortamlarda kullanıcıların hem kendi hem de diğer kullanıcılarının verilerini korumasına olanak sağlamaktadır. *Sosyal boyut*, bireysel medya yayıncılığı, iş birliği yapma, iletişim kurma, tasarlama, içerik üretme ve değiştirme ve çalışma alanlarında bir yazılımı etkin bir şekilde kullanabilmeleri ile ilgilidir.

Alanyazın incelendiğinde turizm alanında dijital okuryazarlık ile ilgili yapılan çalışmalara rastlamak mümkündür. Vieira, Manita, Ribeiro ve Rosa (2022) çalışmalarında yaşlı turistlerin dijital okuryazarlığını incelemiştir. Araştırma sonuçları, ankete katılan yaşlı turistlerin yaşı arttıkça internet kullanımlarının azaldığını ve katılımcıların eğitim düzeyi arttıkça internet kullanımlarının arttığını göstermektedir. Soliman, Soliman ve Baher (2022) turizm çalışanları üzerinde uyguladığı çalışmada dijital okuryazarlığın inovasyon üzerindeki etkisini araştırmış ve olumlu bir şekilde etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Marsdenia (2022) dijital okuryazarlığın yerel destinasyon turizminin gelişimine katkısını ve ekonomik dayanıklılığın sağlanmasındaki rolünü ortaya koymayı amaçlamıştır. Araştırma sonunda, COVID-19 salgını sırasında toplumun dijital okuryazarlığının ticari kuruluşları koruduğunu ve kilit başarı faktörlerinin insan kaynaklarının dijital okuryazarlığının orta düzeyde olduğunu ortaya koymuştur. Mugni, Nurjannah ve Yuniati (2023) turizm faaliyetlerini yürüten turizm yöneticilerinin dijital okuryazarlık düzeylerini belirlemeyi amaçlamıştır. Sonuçlar turizm yöneticilerinin dijital okuryazarlık yeteneğinin, BİT becerileri üzerinde daha baskın olduğunu göstermektedir. Ritonga (2023) turizm destinasyonlarını tanıtmak için yabancı dilin, dijital okuryazarlığın ve iş başarısının önemini araştırmıştır. Araştırma sonuçları, söz konusu kavramların eş zamanlı olarak turistik destinasyonun tanıtımı üzerinde anlamlı ve olumlu bir etkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Yang, Zhang ve Zhang (2023) dijital penetrasyonun (bir bilgi sistemine veya ağa yetkisiz bir şekilde erişme girişimi) yerel halkın turizmdeki girişimci davranış eğilimleri üzerindeki etkisini araştırmış ve özellikle dijital okuryazarlık, girişimcilik tutkusu ve sosyal ağ ilişkilerinin aracılık etkileri üzerinde durmuşlardır. Araştırma sonuçları dijital penetrasyonun yerel halkın turizmdeki girişimci davranış eğilimleri üzerinde doğrudan olumlu bir etkiye sahip olduğunu ve dijital okuryazarlık, girişimcilik tutkusu ve sosyal ağ ilişkilerinin, dijital penetrasyon ile yerel halkın turizmdeki girişimci davranış eğilimleri arasındaki ilişkide sırasıyla yetenek, motivasyon ve fırsat faktörleri olarak işlev gören pozitif araçlar olarak hizmet ettiğini göstermektedir. Dalgıç, Yaşar ve Demir (2024) ChatGPT ile turizm eğitimindeki öğrenme çıktıları arasındaki ilişkiyi belirlemeye odaklanmıştır. Araştırma sonuçları ChatGPT'nin öğrenme çıktılarını etkilediğini, dijital okuryazarlığın ve bireyselleştirilmiş öğrenmenin ise aracı rol oynadığını göstermektedir.

Alanyazında ayrıca turizmde eğitim alanında yapılmış çalışmalar bulunmaktadır. Morellato (2014) turizm eğitiminde dijital yeterliliği geliştirmek için deneyimsel bir yaklaşım önermiştir. Martinez ve Fernandez (2015) Küba turizmde öğretmenler için dijital okuryazarlık ve otel işletmeciliği okullarının gelişimiyle ilgili bazı deneyimlerini incelemişlerdir. Cote ve Milliner (2017) çalışmalarında Japon üniversite öğrencilerinin tamamının bilgisayarı ve akıllı telefonu olmasına rağmen dijital okuryazarlık becerilerinin düşük olduğunu belirtmişlerdir. Arango-Morales, Delgado-Cruz ve Tamayo-Salcedo (2019) Meksika’da bir devlet üniversitesindeki mesleki eğitimin turizm öğrencilerinin dijital yeterliliği üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu ifade etmişlerdir. Çınar (2020) dijital devrimin turizm eğitimine etkisini incelemiş ve turizm eğitiminde dijital medya, geleneksel öğrenme deneyimini zenginleştirmek, turizm ve otelcilik profesyonelleriyle ilgili çapraz beceriler geliştirmek gibi birçok fırsat sunduğunu belirlemiştir. Warno (2020) Endonezya’da bulunan bir devlet turizm meslek okulunda görev yapan öğretmenlerin başarı motivasyonu değişkeninin dijital okuryazarlık üzerindeki etkisini araştırmış ve önemli bir etkisi olduğunu saptamıştır. Alanyazın incelemesi sonucunda dijital okuryazarlığa ilişkin çalışmaların farklı sektörlerdeki çalışanlar üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Bununla birlikte turizm eğitimi alan öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeylerine yönelik araştırmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Bu çalışma, lisans düzeyinde turizm eğitimi gören öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeylerini analiz ederek literatürdeki bu boşluğu doldurmayı ve eğitim politikaları ile uygulamalarına yönelik somut öneriler sunmayı amaçlamaktadır.

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Bu çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modeli tercih edilmiştir. Araştırmanın evrenini, 2024-2025 eğitim öğretim yılında Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm Fakültesinde lisans düzeyinde öğrenim gören toplam 1085 turizm öğrencisi oluşturmaktadır. Bu kapsamda, Turizm Rehberliği, Turizm İşletmeciliği, Yiyecek ve İçecek İşletmeciliği, Gastronomi ve Mutfak Sanatları olmak üzere toplam dört bölümün öğrencilerine anket uygulanmıştır. Bu araştırmada örneklem yöntemi olarak basit tesadüfi (rastgele) yöntemi kullanılmıştır. Örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde Sekaran’ın (2000) önerdiği örneklem hesaplama tablosu esas alınmıştır. İlgili tabloya göre, evren büyüklüğünün 1000 civarında olduğu durumlarda, güvenilir ve geçerli sonuçlar elde edebilmek için önerilen minimum örneklem büyüklüğü 278 kişi olarak kabul edilmektedir. Araştırma kapsamında gönüllülük esasına dayalı olarak 287 katılımcıdan geri dönüş sağlanmıştır. Ancak eksik veya hatalı veri sebebiyle analizlere dâhil edilmeyen anketler çıkarılmış ve toplamda 204 adet veri analiz edilmiştir. Bu sayı araştırmada öngörülen istatistiksel analizlerin güvenilir bir şekilde gerçekleştirilmesi için yeterli görülmüştür.

Çalışmada veri toplama aracı olarak yüz yüze anket tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırma kapsamında oluşturulan hipotezleri test etmek amacıyla, Bayrakçı ve Narmanlıoğlu (2021) tarafından geliştirilen “Dijital Okuryazarlık Ölçeği” tercih edilmiştir. Anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde örneklem hakkında bilgileri içeren demografik ifadeler ve katılımcıların bilgi ve iletişim teknolojileri araçları kullanımlarıyla ilgili sorular bulunmaktadır. İkinci bölümde ise dijital okuryazarlık düzeylerini ölçmeye yönelik ifadeler yer almaktadır. Ölçek, etik ve sorumluluk, genel bilgi ve işlevsel beceriler, günlük kullanım, profesyonel üretim, gizlilik ve güvenlik ve sosyal boyut olmak üzere 6 faktör toplam 29 maddeden oluşmaktadır. Alınan puanlara göre dijital okuryazarlık düzeyleri aşağıda belirtilmiştir (Ertaş, Kiraç ve Demir, 2019).

1,62-3,07	Düşük
3,08-3,62	Zayıf
3,63-4,17	Orta
4,18-4,72	İyi
4,73-5,00	Yüksek

Dijital okuryazarlık ölçeğinin Cronbach Alpha değerleri; Bayrakçı ve Narmanlıoğlu (2021) tarafından 0.91, Akyazı (2022) tarafından 0.95 ise olarak bulunmuştur. Bu araştırma için yapılan güvenirlik analizi sonucunda, ölçeğin Cronbach Alpha güvenirlik katsayısı 0,92 olarak bulunmuştur. Ölçeğin alt boyutlarının Cronbach Alpha iç tutarlılık değerlerine bakıldığında; etik ve sorumluluk boyutu $\alpha=0,90$; genel bilgi ve işlevsel beceriler boyutu $\alpha=0,85$; günlük kullanım boyutu $\alpha=0,87$; profesyonel üretim boyutu $\alpha=0,76$; gizlilik ve güvenlik boyutu $\alpha=0,87$ ve sosyal boyut $\alpha=0,71$ olarak hesaplanmıştır. Farklı örneklem gruplarından elde edilen Cronbach Alpha değerlerinin 0.7'nin üzerinde olması, ölçeğin geçerli ve güvenilir olduğunu göstermektedir (Tavşancıl, 2010). Ölçek 5'li Likert tipinde olup, 1. Kesinlikle katılmıyorum ... 5. Kesinlikle katılıyorum şeklinde düzenlenmiştir. Araştırma kapsamında kullanılan anket uygulamasına başlanmadan önce, 20.09.2024 tarihinde Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu'ndan 2024/117 numarasıyla Etik Kurul onayı alınmıştır.

Elde edilen veri seti, SPSS 22.0 programında analiz edilmiş ve betimsel istatistiklerden faydalanılmıştır. Verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla Shapiro-Wilk ve Kolmogorov-Smirnov testleri uygulanmıştır. Analizler sonucunda verinin normal dağılım gösterdiği tespit edilmiştir. Bu nedenle parametrik testlerden ANOVA ve *t*-testi kullanılmıştır. Ayrıca ikiden fazla grup sayısı içeren değişkenlerin (sınıf düzeyi, sosyoekonomik düzeyi vb.) varyansların homojenliğini test etmek için Sheffe testinden yararlanılmıştır. Bu çalışmada ilgili alanyazın incelenerek aşağıda yer alan hipotezler test edilmektedir.

Alanyazında dijital okuryazarlık düzeylerine dair yapılan çeşitli araştırmalar yer almaktadır. Aydın, Taşdemir, Kırmızı ve Çakıroğlu (2024) Turizm Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeylerinin yüksek düzeyde olduğunu belirlemiştir. Kozan ve Bulut Özek (2019), Ocak ve Karakuş (2019), Özoğlu (2019) ve Kara (2021) çalışmalarında katılımcıların dijital okuryazarlık düzeylerinin yüksek düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmışlardır. Göldağ (2021) üniversite öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeylerinin orta düzeyde olduğunu belirtmiştir. Çetin (2016) katılımcıların dijital okuryazarlık düzeylerinin yeterli düzeyde olduğunu saptamıştır. Timur, Timur ve Akkoyunlu (2014), Semerci (2019), Güngör ve Kurtipek (2020) çalışmalarında katılımcıların dijital okuryazarlık düzeylerinin orta düzeyin üzerinde olduğu sonucuna ulaşılmışlardır. Bu veriler doğrultusunda aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

H₁: Lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeyleri yüksektir.

Alanyazında dijital okuryazarlık düzeyinde demografik farklılıkları ortaya koyan çalışmalar yer almaktadır. Örneğin, erkeklerin kadınlara göre daha yüksek düzeyde dijital okuryazarlığa sahip olduğunu gösteren çeşitli araştırmalar bulunmaktadır (Korkmaz ve Mahiroğlu, 2009; Timur, Timur ve Akkoyunlu, 2014; Acar, 2015; Özoğlu, 2019; Ocak ve Karakuş, 2019; Yazıcıoğlu, Yaylak ve Genç, 2020; Doğan, 2022). Aynı zamanda kadın katılımcıların ve erkek katılımcıların dijital okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı bir farklılığın olmadığını gösteren araştırmalar da yer almaktadır (Arslan, 2019; Ocak ve Karakuş, 2019; Semerci, 2019).

Kozan (2018) BÖTE öğretmen adaylarının sınıf düzeyi arttıkça dijital okuryazarlık düzeyinin arttığı sonucuna ulaşmıştır. Aydın, Taşdemir, Kırmızı ve Çakıroğlu (2024) turizm öğrencilerinin dijital okuryazarlıklarını inceledikleri nitel çalışmalarında, öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeylerinin sınıflarına göre farklılaştığını ve öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeylerinin sınıf düzeyi arttıkça artış eğiliminde olduğunu saptamıştır. Dinlemez (2021) ise Türkçe öğretmen adaylarının sınıfları ile dijital okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık saptamamıştır.

Şahin Karagöz (2023) bilgisayar sertifikası veya eğitimi alanların dijital okuryazarlık düzeylerinin bilgisayar sertifikası ve eğitimi almayanlara kıyasla daha yüksek olduğunu doğrulamıştır. Acar (2015) ve Çetin (2016) öğretmen adaylarının internet kullanım sıklığı arttıkça dijital okuryazarlık düzeylerinin anlamlı bir şekilde arttığı sonucuna varmışlardır. Kaya (2020) interneti 5 yıl ve üzeri kullanan ortaöğretim öğrencilerinin dijital okuryazarlık düzeylerinin, interneti daha az yıldı kullanan öğrencilere göre anlamlı olarak daha yüksek olduğunu tespit etmiştir. Kozan (2018) 9 yıldan fazla

zamandır bilgisayar kullanan BÖTE öğretmen adaylarının dijital okuryazarlık düzeylerinin 3-5 yıldır bilgisayar kullanan öğretmen adaylarına göre anlamlı bir biçimde farklı olduğunu belirtmiştir. Horne (2007) erkek öğrencilerin bilgisayar kullanma düzeylerinin kadın öğrencilerin bilgisayar kullanma düzeylerinden daha iyi olduğunu belirtmiştir.

H₂: Öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeylerinde demografik özelliklere göre anlamlı şekilde farklılık vardır.

H_{2a}: Öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeylerinde cinsiyete göre anlamlı farklılık vardır.

H_{2b}: Öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeylerinde sınıf düzeyine göre anlamlı farklılık vardır.

H_{2c}: Öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeylerinde sosyoekonomik düzeyine göre anlamlı farklılık vardır.

H_{2d}: Öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeylerinde bilgisayar kullanım düzeyine göre anlamlı farklılık vardır.

H_{2e}: Öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeylerinde daha önce bilgisayar veya sertifika alma durumuna göre anlamlı farklılık vardır.

H_{2f}: Öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeylerinde internet kullanma süresine göre anlamlı farklılık vardır.

H_{2g}: Öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeylerinde araçlarda sürekli internet bağlantısının olup olmamasına göre anlamlı farklılık vardır.

H_{2h}: Öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeylerinde internet kullanma sıklığına göre anlamlı farklılık vardır.

H_{2i}: Öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeylerinde teknolojiye erişmek için kullanılan dijital araçlara göre anlamlı farklılık vardır.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırma bulguları kapsamında çalışmaya katılan öğrencilerin demografik özellikleri, yüzde dağılımlarıyla Tablo 1’de verilmiştir. Araştırmaya ağırlıklı olarak kadın katılımcıların dahil olduğu görülmektedir. En fazla katılım 1. sınıf öğrencilerinden sağlanmıştır. Araştırmaya katılanların sosyoekonomik düzeyine bakıldığında çoğunluğun (%76,0) orta düzeyde olduğunu söylemek mümkündür. Bilgisayar kullanma düzeyine bakıldığında turizm öğrencilerinin orta (%60,8) düzeyde bilgisayar kullanabildikleri görülmektedir. Katılımcıların internet kullanma zamanı incelendiğinde büyük bir kısmının (%80,4) 7 yıldan fazla bir süredir interneti kullandıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların çoğunluğunun (%67,6) bilgisayar dersi veya sertifika almadıkları görülmektedir. Katılımcıların %81,9’unun kullandıkları araçlarda sürekli internet bağlantısının olduğunu söylemek mümkündür. İnternet kullanım sıklığına bakıldığında ise öğrencilerin %41,7’sinin interneti yoğun bir şekilde kullandıklarını ve %37,3 ise interneti kullanmadan yapamayacaklarını ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 2, araştırmaya katılanların teknolojiye erişmek için kullandıkları dijital araçları göstermektedir. Katılımcıların en fazla akıllı telefon (%41,8), dizüstü bilgisayar (%31,2) ve masaüstü bilgisayar (%15,5) gibi dijital araçları kullandığı görülmektedir. Genel anlamda, araştırmaya katılanların en az tablet bilgisayar (%10,7) kullanarak teknolojiye eriştiklerini söylemek mümkündür.

Demografik bulgulardan sonra, araştırmada veri setinin normal dağılım gösterip göstermediğine bakmak amacıyla normallik testleri uygulanmıştır. Normallik testlerinde veri gruplarının basıklık (Skewness) ve çarpıklık (Kurtosis) değerlerine bakılmıştır. Çarpıklık ve basıklık değerlerinin sırasıyla 3 ve 10 değerleri arasında olması neticesinde verinin normal dağıldığı belirlenmiştir (Kline, 2011).

Tablo 1. Demografik Bulgular

Demografik Değişkenler		(%)	Demografik Değişkenler		(n)	(%)
Cinsiyet	Kadın	58,3	Sınıf	1.Sınıf	85	41,7
	Erkek	41,7		2.Sınıf	46	22,5
Sosyo ekonomik durum	İyi	18,6	Bilgisayar kullanma düzeyi	3.Sınıf	19	9,3
	Orta	76,0		4.Sınıf	5	26,5
İnternet kullanma zamanı	Kötü	5,4	Bilgisayar sertifikası veya dersi alma durumu	İyi	59	28,9
	1 yıldan az	1		Orta	124	60,8
Araçlarda sürekli internet bağlantısının olup olmaması	1-2 yıl	0,5	İnternet kullanımı sıklığı	Kötü	21	10,3
	3-5 yıl	4,4		Evet	65	31,9
	6-7 yıl	13,7		Hayır	138	67,6
	7 yıldan fazla	80,4		Hiç	2	1
	Evet	81,9		Zorunlu kaldıkça	3	1,5
	Hayır	17,2		Yoğun olmasa da	38	18,6
				Yoğun olarak	85	41,7
				Kullanmadan yapamam	76	37,3

Tablo 2. Teknolojiye Erişmek için Kullanılan Dijital Araçlara İlişkin Bulgular

Tercihler	İşaretleme Sayısı	%
Masaüstü bilgisayar (PC)	74	15,5
Dizüstü bilgisayar (Laptop)	149	31,2
Tablet bilgisayar	51	10,7
Akıllı Telefon	200	41,8
Diğer akıllı cihazlar	4	0,8
Toplam	478	100

Tablo 3. Dijital Okuryazarlık (DOY) Ölçeğin Alt Boyutlarına Dair Betimsel Bulgular

	(X̄)	Std. Sapma	Medyan	Mod	B	Ç
1.Etik ve Sorumluluk	4,09	,86	4,14	4,00	-1,760	3,596
2.Genel Bilgi ve İşlevsel Beceriler	3,38	,98	3,50	5,00	-,178	-,374
3.Günlük Kullanım	4,06	,89	4,16	5,00	-1,268	1,429
4. Profesyonel Üretim	2,52	1,18	2,50	1,00	,430	-,695
5. Gizlilik ve Güvenlik	4,24	,87	4,50	5,00	-1,456	2,202
6. Sosyal Boyut	3,37	,90	3,50	4,00	-,519	,102
DOY	3,75	19,54	112,00	118,00	-1,139	2,075

Çalışmada kullanılan ölçek normal dağılım gösterdiği için verilerin analizinde parametrik testler kullanılmıştır. Çalışmada aynı zamanda toplanan veriler için tanımlayıcı istatistiklerden olan standart hata ve aritmetik ortalama değerleri hesaplanmıştır. Turizm öğrencilerinin dijital okuryazarlık düzeyleri incelendiğinde orta düzeyde (3,75) olduğu saptanmıştır. Dijital okuryazarlık ölçeğinin alt boyutlarının ortalamaları incelendiğinde, gizlilik ve güvenlik (4,24), etik ve sorumluluk (4,09) ve günlük kullanım (4,06) alt boyutlarının aritmetik ortalamalarının yüksek olduğu görülmüştür. Genel bilgi ve işlevsel beceriler boyutu (3,38), sosyal boyut (3,37) ile profesyonel üretim boyutu (2,52) düşük ortalamada olduğunu söylemek mümkündür. Bu ortalamalara göre turizm öğrencilerinin dijital teknolojileri günlük hayatlarında, güvenli bir şekilde sorumluluk bilincine sahip olarak kullanabilme becerilerinin ortalamaya göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Buradan hareketle, “H₁: Lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeyleri yüksektir.” hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

“H₂: Öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeylerinde demografik özelliklere göre anlamlı şekilde farklılık vardır.”, araştırma kapsamında ele alınan bir diğer hipotezdir. Söz konusu hipoteze bağlı alt hipotezleri test etmek amacıyla *t* testi ve ANOVA farklılık testlerinden yararlanılmıştır.

Tablo 4'e göre, çalışmaya katılan kadın ve erkek öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeylerinde ($p=,005$) toplam puan açısından cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık olduğu saptanmıştır. Bu bağlamda erkek öğrencilerin kadın öğrencilere göre dijital okuryazarlık düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ölçeğin alt boyutları kapsamında yapılan değerlendirmede, genel bilgi ve işlevsel beceriler ($t= -6,112$; $p=,000$) alt boyutunda erkek katılımcıların lehine anlamlı bir farklılık göstermektedir. Dijital okuryazarlık ölçeğinin diğer alt boyutlarında cinsiyet düzeyinde anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Dolayısıyla, H_{2a} kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 4. Ölçeğin Cinsiyet Değişkenine Göre Alt Boyut t -Testi Sonuçları

Değişkenler	Cinsiyet	N	x	t	sd	p
Etik ve Sorumluluk	Kadın	119	4,02	-1,368	202	,173
	Erkek	85	4,19			
Genel Bilgi ve İşlevsel Beceriler	Kadın	119	3,05	-6,112	153	,000
	Erkek	85	3,86			
Günlük Kullanım	Kadın	119	4,03	-,626	202	,532
	Erkek	85	4,11			
Profesyonel Üretim	Kadın	119	2,43	-1,216	202	,226
	Erkek	85	2,64			
Gizlilik ve Güvenlik	Kadın	119	4,18	-1,156	202	,242
	Erkek	85	4,32			
Sosyal Boyut	Kadın	119	3,35	-,409	202	,683
	Erkek	85	3,40			
DOY	Kadın	119	105,68	-2,820	202	,005
	Erkek	85	113,38			

Tablo 5'e göre, turizm öğrencilerinin dijital okuryazarlık durumları sertifika veya dersi alma durumu değişkeni açısından dijital okuryazarlık toplam puan düzeyinde anlamlı farklılık göstermemektedir ($p=,670$). Ölçeğin alt boyutları kapsamında yapılan değerlendirmede ise genel bilgi ve işlevsel beceriler ($t= 2,190$; $p=,030$) alt boyutunda ders veya sertifika alanların lehine anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Dijital okuryazarlığın diğer alt boyutlarında katılımcıların sertifika veya dijital okuryazarlık dersi alma durumuna göre anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir. Buradan hareketle, H_{2e} kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 5. Ölçeğin Sertifika veya Dersi Alma Durumu Değişkenine Göre Alt Boyut t Testi Sonuçları

Değişkenler	Sertifika veya Dersi Alma Durumu	N	x	t	sd	p
Etik ve Sorumluluk	Evet	65	4,21	1,402	201	,162
	Hayır	138	4,03			
Genel Bilgi ve İşlevsel Beceriler	Evet	65	3,60	2,190	201	,030
	Hayır	138	3,28			
Günlük Kullanım	Evet	65	4,19	1,403	201	,162
	Hayır	138	4,00			
Profesyonel Üretim	Evet	65	2,52	,028	201	,978
	Hayır	138	2,51			
Gizlilik ve Güvenlik	Evet	65	4,33	1,053	201	,294
	Hayır	138	4,19			
Sosyal Boyut	Evet	65	3,46	,922	201	,358
	Hayır	138	3,33			
DOY	Evet	65	112,52	1,843	201	,670
	Hayır	138	107,12			

Araştırma kapsamında öğrencilerin sınıfı, sosyoekonomik durumu, bilgisayar kullanma düzeyi, internet kullanma süresi, internet kullanma sıklığı gibi durumları test etmek amacıyla ANOVA testinden yararlanılmıştır. Gruplar arasında farklılık olması durumunda, hangi gruplarda farklılık olduğunu belirlemek amacıyla da Sheffe testi kullanılmıştır.

H_{2b} hipotezini test etmek amacıyla yapılan analiz sonucunda turizm öğrencilerinin dijital okuryazarlık durumları sınıfları açısından dijital okuryazarlık toplam puan düzeyinde anlamlı farklılık göstermemiştir ($p=,627$). Ölçek toplam puan sonuçlarına bakıldığı zaman öğrencilerin dijital

okuryazarlık düzeylerinin okudukları sınıfa göre sadece profesyonel üretim alt boyutunda farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($p=,011$). Ölçeğin diğer alt boyutları kapsamında yapılan değerlendirmede sınıf düzeyine göre anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir. Farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirleyebilmek için Sheffe testi yapılmıştır. Profesyonel üretim alt boyutunda 1. sınıf ile 3. sınıf arasında farklılık olduğu ve farkın 1. sınıfların lehine olduğu belirlenmiştir. Bu kapsamda H_{2b} hipotezi kısmen kabul edilmiştir (Tablo 6).

Tablo 6. Ölçeğin Sınıf Düzeyine Göre Alt Boyut ANOVA Testi Sonuçları

Ölçek alanları	Sınıf Düzeyi	N	X	SS	F	P	Anlamlı fark
Etik ve Sorumluluk	1	85	4,04	,91	,885	,450	yoktur
	2	45	3,97	,99			
	3	19	4,23	,81			
	4	54	4,21	,66			
	Total	204	4,09	,86			
Genel Bilgi ve İşlevsel Beceriler	1	85	3,19	,91	2,536	,058	yoktur
	2	45	3,56	,96			
	3	19	3,26	1,02			
	4	54	3,58	1,03			
	Total	204	3,38	,97			
Günlük Kullanım	1	85	3,92	,89	1,677	,173	yoktur
	2	45	4,14	1,02			
	3	19	4,38	,53			
	4	54	4,10	,85			
	Total	204	4,06	,89			
Profesyonel Üretim	1	85	2,77	1,17	3,795	,011	1. sınıf ile 3. sınıf arasında
	2	45	2,43	1,23			
	3	19	1,81	,90			
	4	54	2,45	1,15			
	Total	204	2,52	1,18			
Gizlilik ve Güvenlik	1	85	4,16	,82	,382	,766	yoktur
	2	45	4,29	,99			
	3	19	4,30	,94			
	4	54	4,30	,84			
	Total	204	4,24	,87			
Sosyal Boyut	1	85	3,38	,86	,338	,798	yoktur
	2	45	3,45	,98			
	3	19	3,40	,89			
	4	54	3,27	,92			
	Total	204	3,37	,90			
DOY	1	85	106,78	19,33	,583	,627	yoktur
	2	45	109,97	21,83			
	3	19	110,00	15,14			
	4	54	110,90	19,39			
	Total	204	108,89	19,54			

Öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeylerinin bilgisayar kullanma düzeyine göre farklılık gösterip göstermediğini belirleyebilmek amacıyla yapılan ANOVA analizi sonuçları Tablo 7’de yer almaktadır. Analiz sonucunda ölçek toplam puan sonuçlarına bakıldığında zaman dijital okuryazarlık durumları bilgisayar kullanma düzeyi değişkeni açısından dijital okuryazarlık toplam puan düzeyinde anlamlı farklılık göstermektedir ($p=,000$). Ölçeğin alt boyutlarına bakıldığında, öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeylerinin bilgisayar kullanım düzeylerine göre genel bilgi ve işlevsel beceriler, günlük kullanım ve gizlilik ve güvenlik alt boyutlarında farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Farkın hangi gruplar arasında

olduğunu belirleyebilmek için uygulanan Sheffe testi sonuçlarına göre, genel bilgi ve işlevsel beceriler alt boyutunda iyi ile orta ve iyi ile kötü arasında farklılık olduğu ve farkın iyi lehine olduğu belirlenmiştir. Günlük kullanım alt boyutunda iyi ile orta ve iyi ile kötü arasında farklılık olduğu ve farkın iyi lehine olduğu belirlenmiştir. Gizlilik ve güvenlik alt boyutunda iyi ile orta ve iyi ile kötü arasında farklılık olduğu ve farkın iyi lehine olduğu belirlenmiştir. Ölçeğin diğer alt boyutları kapsamında yapılan değerlendirmede bilgisayar kullanımına göre anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir. Buradan hareketle, H_{2d} kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 7. Ölçeğin Bilgisayar Kullanma Düzeyine Göre Alt Boyut ANOVA Testi Sonuçları

Ölçek Alanları	Bilgisayar kullanma Düzeyi	N	X	SS	F	P	Anlamlı Fark
Etik ve Sorumluluk	İyi	59	4,19	1,03	3,069	,153	Yoktur
	Orta	124	4,11	,71			
	Kötü	21	3,66	1,07			
	Total	204	4,09	,86			
Genel Bilgi ve İşlevsel Beceriler	İyi	59	3,96	1,09	18,036	,000	İyi ile orta arasında; iyi ile kötü arasında
	Orta	124	3,20	,79			
	Kötü	21	3,85	,94			
	Total	204	3,38	,97			
Günlük Kullanım	İyi	59	4,36	,94	5,559	,004	İyi ile orta arasında; iyi ile kötü arasında
	Orta	124	3,98	,82			
	Kötü	21	3,72	,93			
	Total	204	4,06	,89			
Profesyonel Üretim	İyi	59	2,72	1,37	1,415	,332	Yoktur
	Orta	124	2,45	1,06			
	Kötü	21	2,30	1,27			
	Total	204	2,52	1,18			
Gizlilik ve Güvenlik	İyi	59	4,51	,96	4,872	,009	İyi ile orta arasında; iyi ile kötü arasında
	Orta	124	4,16	,80			
	Kötü	21	3,91	,87			
	Total	204	4,24	,87			
Sosyal Boyut	İyi	59	3,63	1,02	4,042	,019	Yoktur
	Orta	124	3,30	,83			
	Kötü	21	3,08	,86			
	Total	204	3,37	,90			
DOY	İyi	59	117,35	24,11	10,585	,000	İyi ile orta arasında; iyi ile kötü arasında
	Orta	124	106,75	15,38			
	Kötü	21	97,76	19,18			
	Total	204	108,89	19,54			

Genel anlamda yapılan t testi ve ANOVA sonuçlarına göre, katılımcıların dijital okuryazarlık düzeyleri ile sosyoekonomik durumları, interneti kullanma süreleri, sürekli internet bağlantılarının olup olmaması durumu ve internet kullanma sıklığı arasında anlamlı farklılık tespit edilmemiştir. Dolayısıyla, H_{2c} , H_{2f} , H_{2g} ve H_{2h} kabul edilmemiştir.

SONUÇ

Turizm öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeyleri incelendiğinde öğrencilerin düzeylerinin orta düzeyde olduğu ve dijital becerilerin belirli alt boyutları arasında farklılıkların bulunduğu görülmektedir. Öğrencilerin gizlilik ve güvenlik alt boyutunun iyi düzeyde, etik ve sorumluluk ve günlük kullanım alt boyutlarının orta düzeyde, genel bilgi ve işlevsel beceriler ve sosyal alt boyutlarının zayıf düzeyde, profesyonel üretim alt boyutunda ise düşük düzeyde olduğu görülmektedir. Şahin

Karagöz (2023) tarafından yapılan çalışma sonucunda hemşirelik öğrencilerinin dijital okuryazarlık düzeylerinin orta seviyede olduğunu saptamıştır. Bu ortalamalara göre turizm öğrencileri dijital teknolojileri günlük hayatlarında, güvenli bir şekilde sorumluluk bilincine sahip olarak kullanabilme becerilerinin ortalamaya göre daha yüksek olduğu görülmüştür.

Araştırmada dijital okuryazarlık cinsiyet değişkenine göre *t* testi analiz sonuçları incelendiğinde; kadın ve erkek öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeyleri bakımından anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmektedir. Buna göre erkek öğrencilerin kadın öğrencilere göre dijital okuryazarlık becerilerinin daha yüksek seviyede olduğu söylenebilir. Ölçeğin alt boyutlarına bakıldığında; genel bilgi ve işlevsel beceriler alt boyutunda cinsiyet değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre erkek öğrencilerin kadın öğrencilere göre daha çok genel bilgi ve işlevsel becerilere sahip olduklarını söylemek mümkündür. Alanyazında erkeklerin kadınlara göre daha yüksek düzeyde dijital okuryazarlığa sahip olduğunu gösteren çalışmalar bulunmaktadır (Korkmaz ve Mahiroğlu, 2009; Timur, Timur ve Akkoyunlu, 2014; Acar, 2015; Ocak ve Karakuş, 2019). Buna göre erkeklerin bilişim teknolojileriyle ilgili mesleklere ve fakültelere daha çok talep ederek ilgi göstermesi, erkeklerin bilgisayar oyunlarını daha çok oynaması gibi sebepler erkeklerin dijital okuryazarlıklarının daha yüksek olmasına etki ettiği söylenebilir. Etik ve sorumluluk, günlük kullanım, profesyonel üretim, gizlilik ve güvenlik ve sosyal alt boyutlarında cinsiyet değişkeni açısından anlamlı bir farklılık saptanamamıştır.

Araştırmada turizm öğrencilerinin dijital okuryazarlık durumları sertifika veya dersi alma durumu değişkeni açısından dijital okuryazarlık toplam puan düzeyinde anlamlı farklılık göstermemektedir. Dijital okuryazarlık alt boyutlarına bakıldığında ise genel bilgi ve işlevsel beceriler alt boyutunda sertifika veya dersi alma durumu değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre daha önce sertifika veya ders alanların, almayanlara kıyasla daha çok genel bilgi ve işlevsel becerilere sahip olduklarını söylemek mümkündür. Etik ve sorumluluk, günlük kullanım, profesyonel üretim, gizlilik ve güvenlik ve sosyal alt boyutlarında sertifika veya dersi alma durumu değişkeni açısından anlamlı bir farklılık saptanamamıştır. Şahin Karagöz (2023) yapmış olduğu çalışmada bilgisayar sertifikası veya eğitimi alanların Dijital Okuryazarlık Ölçeği toplam puanlarının bilgisayar sertifikası ve eğitimi almayanlara kıyasla daha yüksek olduğunu tespit etmiştir. Araştırmada dijital okuryazarlık ve alt boyutlarının sürekli internet bağlantısı olma durumu değişkeni açısından dijital okuryazarlık toplam puan düzeyinde anlamlı farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır.

Öğrencilerin sınıf düzeyi, sosyoekonomik düzeyi, bilgisayar kullanma düzeyi, internet kullanma süresi ve internet kullanma sıklığına ilişkin tek yönlü varyans analiz (ANOVA) gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçları incelendiğinde öğrencilerin sınıf düzeylerine göre sadece profesyonel üretim alt boyutunda farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Scheffe testi sonuçları incelendiğinde; profesyonel üretim alt boyutunda 1. sınıf ile 3. sınıf arasında farklılık olduğu ve farkın 1. sınıfların lehine olduğu belirlenmiştir. Ölçeğin diğer alt boyutları kapsamında yapılan değerlendirmede sınıf düzeyine göre anlamlı farklılık olmadığı saptanmıştır. Bu durum, 1. sınıf öğrencilerinin dijital teknolojilere karşı daha olumlu bir tutum sergilediklerini göstermektedir. Bu sonuç, dijital beceri eğitime yönelik planlamalar yapılırken sınıf bazında eğitim stratejilerinin oluşturulmasının önemini ortaya koymaktadır. Kozan (2018) BÖTE öğretmen adaylarının sınıf düzeyi arttıkça dijital okuryazarlık düzeyinin arttığı sonucuna ulaşmıştır. Bu bulgulara ek olarak, dijital okuryazarlık düzeyi ile sınıf düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığına dair çeşitli araştırma sonuçları da alanyazında bulunmaktadır (Yontar, 2019; Sarıkaya, 2019; Kara, 2021).

Araştırmada öğrencilerin bilgisayar kullanma düzeyine göre ölçek toplam puan sonuçlarına bakıldığında dijital okuryazarlık toplam puan düzeyinde anlamlı farklılık göstermektedir. Ölçeğin alt boyutları ele alındığında, genel bilgi ve işlevsel beceriler, günlük kullanım ve gizlilik ve güvenlik alt boyutlarında farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Scheffe testi sonuçları incelendiğinde; dijital okuryazarlık toplam puan düzeyinde bilgisayar kullanma düzeyi iyi ile orta olan öğrenciler ile bilgisayar kullanma düzeyi iyi ile kötü olan öğrenciler arasında farklılık olduğu belirlenmiştir. Buna göre bilgisayar kullanma düzeyi iyi olan öğrencilerin daha çok dijital okuryazarlık becerilere sahip

olduklarını söylemek mümkündür. Genel bilgi ve işlevsel beceriler alt boyutunda bilgisayar kullanma düzeyi iyi ile orta olan öğrenciler ile bilgisayar kullanma düzeyi iyi ile kötü olan öğrenciler arasında farklılık olduğu saptanmıştır. Buna göre bilgisayar kullanma düzeyi iyi olan öğrencilerin daha çok genel bilgi ve işlevsel becerilere sahip olduklarını ifade etmek mümkündür. Günlük kullanım alt boyutunda bilgisayar kullanma düzeyi iyi ile orta olan öğrenciler ile bilgisayar kullanma düzeyi iyi ile kötü olan öğrenciler arasında farklılık olduğu belirlenmiştir. Buna göre bilgisayar kullanma düzeyi iyi olan öğrencilerin daha çok günlük kullanım becerilerine sahip olduklarını söylemek mümkündür. Gizlilik ve güvenlik alt boyutunda bilgisayar kullanma düzeyi iyi ile orta olan öğrenciler ile bilgisayar kullanma düzeyi iyi ile kötü olan öğrenciler arasında farklılık olduğu belirlenmiştir. Buna göre bilgisayar kullanma düzeyi iyi olan öğrencilerin daha çok gizlilik ve güvenlik becerilere sahip olduklarını söylemek mümkündür. Ölçeğin diğer alt boyutları kapsamında yapılan değerlendirmede bilgisayar kullanım düzeyine göre anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir. Şahin Karagöz'ün (2023) yapmış olduğu çalışmada da benzer sonuçlar elde edilmiştir.

Araştırmada öğrencilerin sosyoekonomik düzeyi, internet kullanma süresi ve internet kullanma sıklığına göre ölçek alt boyutlarının anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir. Alanyazında benzer sonuçlar gösteren çalışmalar bulunmaktadır (Doğan ve Birişçi, 2022; Türken ve Satılmış, 2022; Şahin Karagöz, 2023). Bu bulgular ışığında öğrencilerin internet kullanım süreleri, internet kullanma sıklığı ve sosyoekonomik düzeyi arttıkça dijital okuryazarlık düzeylerini etkilemediğini söylemek mümkündür.

Dijital çağda, ülkelerin geleceğini şekillendirebilmeleri için kaliteli eğitimin büyük bir öneme sahip olduğu açıktır. Bu bağlamda, eğitim politikalarının çağın ihtiyaçlarına uygun olarak yeniden değerlendirilmesi gerekmektedir (Üstündağ, Güneş ve Bahçıvan, 2017: 20). Üniversite öğrencilerinin hem eğitim hayatlarında hem de meslek yaşamlarında dijital araçları etkin şekilde kullanabilmeleri için, dijital araçlar hakkında uygulamalı derslerin müfredata dahil edilmesi faydalı olabilir. Dijital okuryazarlık dersinin seçmeli olması, dijital okuryazarlık becerilerinin yüksek olduğunu düşünen öğrencilerin bu dersleri tercih etmemesine sebep olabilecektir. Bu yüzden, dijital okuryazarlık derslerinin zorunlu hale getirilmesi daha etkili bir çözüm sunacaktır. Dijital dünya hızla değişmekte ve gelişmektedir. Bu derslerin üniversite öğrencileri için ilgi çekici olacağı ve onlara dijital okuryazar olma konusunda yardımcı olacağı düşünülebilir.

Araştırma bulguları doğrultusunda, turizm öğrencilerinin dijital okuryazarlık becerilerini geliştirmek için özellikle profesyonel üretim, genel bilgi ve işlevsel beceriler alanlarında uygulamalı dersler ve atölye çalışmaları yapılması önerilmektedir. Kadın öğrenciler başta olmak üzere tüm öğrencilerin eşit fırsatlara sahip olabilmesi için ücretsiz dijital okuryazarlık sertifika programları sunulmalı, bilgisayar kullanım düzeyi düşük olanlara yönelik temel ve ileri seviye eğitimler verilmelidir. Ayrıca KVKK ve veri güvenliği konularında sektörel uygulamalarla desteklenen eğitimler düzenlenmeli, ders içerikleri tablet ve mobil uyumlu hâle getirilerek teknolojik erişim kolaylaştırılmalı ve kampüs genelinde internet erişim imkânları artırılmalıdır.

Araştırmanın birtakım sınırlılıkları bulunmaktadır. Öncelikle bu çalışma Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi'nde lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerden oluşmaktadır. Farklı üniversitelerde turizm eğitimi alan öğrencilerin yanı sıra önlisans ve lisans düzeyindeki öğrenciler arasında da oluşabilecek farklılıkların değerlendirilmesi uygun olacaktır. Bu çalışmada kullanılan dijital okuryazarlık ölçeğinden farklı olarak diğer ölçeklerin değerlendirilmesi gerekebilir. Araştırmada birinci sınıftan dördüncü sınıfa kadar tüm öğrencilerden veri toplanmıştır. Sonraki araştırmalar staja giden öğrenciler ve gitmeyen öğrenciler açısından farklılık olup olmadığını inceleyebilir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Türk Turizm Araştırmaları Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

Etik Kurul Onayı: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulundan 20.09.2024 tarih ve 117 sayılı karar numarası ile izin alınmıştır.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

KAYNAKÇA

Acar, Ç. (2015). Anne ve babaların ilkökul ortaokul ve lise öğrencisi çocukları ile kendilerinin dijital okuryazarlıklarına ilişkin görüşleri. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Akgün, İ. H. ve Akgün, M. (2020). Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Dijital Okuryazarlık Düzeylerinin İncelenmesi. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 21(2), 1-19.

Aksoy, N. C., Karabay, E. ve Aksoy, E. (2021). Sınıf Öğretmenlerinin Dijital Okuryazarlık Düzeylerinin İncelenmesi. *Selçuk İletişim*, 14(2), 859-894.

Akteke Öztürk, B., Arı, F., Kubuş, O., Gürbüz, T. ve Çağıltay, K. (2008). Öğretim teknolojileri destek ofisleri ve üniversitedeki rolleri. *Akademik Bilişim Bildiri Kitapçığı*, 101.

Akyazi, T. E. (2022). Maslow 2.0 dijital ihtiyaçlar hiyerarşisi bağlamında dijital okuryazarlık ve pozitif psikolojik sermaye ilişkisi: imalat sektöründe bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (49), 345-363.

Anwar, M. A., Carmody, P., Surborg, B. and Corcoran, A. (2014). The diffusion and impacts of information and communication technology on tourism in the Western Cape, South Africa. *Urban Forum*, 25, 531-545.

Arango-Morales, A. J., Delgado-Cruz, A. and Tamayo-Salcedo, A. L. (2019). Digital competence of tourism students: Explanatory power of professional training. *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education*, 10(1), 310-326.

Arslan, S. (2019). İlkokullarda ve ortaokullarda görev yapan öğretmenlerin dijital okuryazarlık düzeylerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.

Aydın, M., Taşdemir, S., Kırımlı, H. ve Çakıroğlu, Ü. (2024). Turizm Öğrencilerinin Dijital Okuryazarlık Düzeylerinin ve Sahadaki Yansımalarının Değerlendirilmesi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25(1), 41-55.

Bayrakçı, S. ve Narmanlıoğlu, H. (2021). Türkiye'deki lisans öğrencilerinin ve mezunlarının dijital okuryazarlık düzeylerinin incelenmesi. *AJIT-e: Academic Journal of Information Technology*, 12(46), 46-67.

Bozdağ, B. and Ergin, M. (2021). Examination Of Digital Literacy Levels of The Sports Sciences Faculty Students. *The Online Journal of Recreation and Sports*, 10(2), 24-36.

Buhalis, D. and Sinarta, Y. (2019). Real-time co-creation and nowness service: lessons from tourism and hospitality. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(5), 563-582.

CISCO (2019). Cisco digital readiness index. 12.11.2024 tarihinde cisco: <https://www.cisco.com/c/en/us/about/csr/research-resources/digital-readiness.html> adresinden alındı.

Corbel, C. and Gruba, P. (2004). *Teaching computer literacy*. National Center for English language teaching and Research Macquarie University, Sydney.

Cote, T. J. and Milliner, B. (2017). Preparing Japanese Students' Digital Literacy for Study Abroad: Is More Training Needed?. *Jalt Call Journal*, 13(3), 187-197.

- Çetin, O. (2016). Pedagojik formasyon programı ile lisans eğitimi fen bilimleri öğretmen adaylarının dijital okuryazarlık düzeylerinin incelenmesi. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(2), 658-685.
- Çınar, K. (2020). The Digital Revolution: Impact on Tourism Education. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 2417-2443.
- Dalgıç, A., Yaşar, E. and Demir, M. (2024). ChatGPT and learning outcomes in tourism education: The role of digital literacy and individualized learning. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 34, 100481.
- Dinlemez, Ş. (2021) *Türkçe öğretmeni adaylarının dijital okuryazarlık düzeyleri ile dijital vatandaşlık düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi*. [Yüksek Lisans Tezi]. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Çanakkale.
- Direkçi, B., Akbulut, S. ve Şimşek, B. (2019). Türkçe Dersi Öğretim Programı (2018) Ve Ortaokul Türkçe Ders Kitaplarının Dijital Okuryazarlık Becerileri Bağlamında İncelenmesi. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 7(16), 797-813.
- Doğan, C. ve Birişçi, S. (2022). Covid-19 süreciyle birlikte öğretmenlerin dijital okuryazarlık düzeylerinin incelenmesi. *Ege Eğitim Teknolojileri Dergisi*, 6(1), 53-76.
- Doğan, D. (2020), Üniversite Öğrencilerinin Kendilerine İlişkin Dijital Okuryazarlık Algıları. *Eğitimde Teknoloji Uygulamaları Dergisi*, 1(1), 26-35.
- Duran, E. ve Özen, N. E. (2018). Türkçe derslerinde dijital okuryazarlık. *Türkiye Eğitim Dergisi*, 3(2), 31-46.
- Erol, S. ve Aydın, E. (2021). Türkçe Öğretmenlerinin Dijital Okuryazarlık Durumu. *Uluslararası Çevrimiçi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 13(2), 620-633.
- Ertaş, H., Kiraç, R. ve Demir, R. (2019). Dijital Okuryazarlık ve E-Sağlık Okuryazarlığı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. 3. Uluslararası 13. *Ulusal Sağlık ve Hastane İdaresi Kongresi* (s. 557-570). Sakarya: Sakarya Üniversitesi.
- Eshet-Alkalai, Y. and Amichai-Hamburger, Y. (2004). Experiments in digital literacy, *CyberPsychology & Behavior*, 7(4), 421-429.
- European Commission, Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture. (2024). *International Computer and Information Literacy Study (ICILS) in Europe, 2023 – Main findings and educational policy implications*. Publications Office of the European Union.
- Fulton, C. and McGuinness, C. (2016). *Digital detectives: Solving information dilemmas in an online world*. Cambridge, MA: Chandos Publishing.
- Getenet, S., Cantle, R., Redmond, P. and Albion, P. (2024). Students' digital technology attitude, literacy and self-efficacy and their effect on online learning engagement. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 21(1), 1-20.
- Gilster, P. (1997). *Digital Literacy*, New York: Wiley Computer Pub.
- Göldağ, B. (2021). Investigation of the relationship between digital literacy levels and digital data security awareness levels of university students. *E-International Journal of Educational Research*, 12(3), 82-100.
- Göldağ, B. ve Kanat, S. (2018). Güzel sanatlar eğitimi alan öğrencilerin dijital okuryazarlık durumları. *The Journal of Academic Social Sciences Studies*, 70, 77-92.
- Güngör, N. B. ve Kurtipek, S. (2020). Spor bilimleri fakültesi öğrencilerinin bireysel yenilikçilik düzeyinin dijital okuryazarlığa etkisinin yapısal eşitlik modeli ile incelenmesi. *Journal of Human Sciences*, 17(2), 756-767.

- Gürtekin, A. (2019). *Üniversite öğrencilerinin boş zaman tutumları ile sosyalleşme taktikleri ve dijital okuryazarlık düzeylerinin incelenmesi*, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Hague, C. and Payton, S. (2010). Digital literacy across the curriculum. FutureLab. <http://www.nfer.ac.uk/publications/FUTL06/FUTL06.pdf>. Erişim Tarihi: 27.01.2025
- Hamutoğlu, N. B., Güngören, Ö. C., Uyanık, G. K. ve Erdoğan, D. G. (2017). Dijital okuryazarlık ölçeği: Türkçe'ye uyarlama çalışması. *Ege Eğitim Dergisi*, 18(1), 408-429.
- Horne, J. (2007). Gender Differences in Computerised and Conventional Educational Tests. *The Journal of Computer Assisted Learning*, 23, 47-55.
- Ilomäki, L., Paavola, S., Lakkala, M. and Kantosalo, A. (2016). Digital competence—an emergent boundary concept for policy and educational research. *Education and Information Technologies*, 21, 655-679.
- Indaryanto, A., Purwono, R., Lestari, Y. D., Sinaga, E. and Harijadi, B. D. (2023). Digital Literacy Improves the Tourism Workers Competency in Bali. *Journal of Namibian Studies: History Politics Culture*, 35, 293-305.
- Kara, S. (2021). *Öğretmen Adaylarının Dijital Okuryazarlık Düzeyleri ile Web Ortamında Bilgi Arama ve Yorumlama Stratejileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*, Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Kardeş, S. (2020). Erken Çocukluk Döneminde Dijital Okuryazarlık. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 21(2), 827-839.
- Kavak, M. ve Emir, O. (2024). Turist rehberliği alanındaki ön lisans, lisans ve lisansüstü programların müfredatının teknoloji ve dijitalleşme açısından incelenmesi, *Journal of Tourism and Gastonomy Studies*, 11(4), 3055-3076.
- Kaya, M. (2020). Ortaöğretim Öğrencilerinin Dijital Vatandaşlık ve Dijital Okuryazarlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Mersin Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Mersin.
- Kır, Ş. (2020). Dijital dönüşüm sürecinde yükseköğretim kurumları ve öğretim elemanlarının gelişen rolleri. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 6(3), 143-163.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling* (3. Baskı) New York: Guilford Press.
- Korkmaz, Ö. ve Mahiroğlu, A. (2009). Üniversiteyi yeni kazanmış öğrencilerin bilgisayar okuryazarlık düzeyleri. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 17(3), 983-1000.
- Kozan, M. (2018). Bilgisayar ve öğretim teknolojileri eğitimi bölümü öğretmen adaylarının dijital okuryazarlık düzeyleri ve siber zorbalığa ilişkin duyarlılıklarının incelenmesi. *Firat University Journal of Social Sciences*, 29(1), 107-120.
- Kozan, M. ve Bulut Özek, M. (2019). Böte bölümü öğretmen adaylarının dijital okuryazarlık düzeyleri ve siber zorbalığa ilişkin duyarlılıklarının incelenmesi. *Firat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 29(1), 107-120.
- Lankshear, C. and Knobel, M., (2006). Digital Literacy and Digital Literacies: Policy, Pedagogy and Research Considerations for Education. *Digital Kompetanse*, 1:12-24.
- Maden, S., Maden, A. ve Banaz, E. (2018). Ortaokul 5. sınıf Türkçe ders kitaplarının dijital okuryazarlık bağlamında değerlendirilmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(55), 685-695.
- Mandalia, S. (2023). Tourism education in the digital era: navigating innovation and transformation. In *International Conference on Social Science and Education (ICoESSE 2023)* (pp. 509-530). Atlantis Press.

- Marsdenia, M. (2022). Digital Literacy of Rural Community to Achieve Economic Resilience: Development of Tourism Local Destination. *Proceedings*, 83(1), 1-4.
- Martinez, R. A. and Fernandez, R. L. (2015). Digital literacy for teachers in Cuban Tourism and Hotel Management Schools. Some experiences on its development. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 12(3), 3-16.
- Morellato, M. (2014). Digital competence in tourism education: Cooperative-experiential learning. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 14(2), 184-209.
- Mugni, M., Nurjannah, N. and Yuniati, Y. (2023). Managing tourism in Rinjani circle region: how tourism business owners understand digital literacy. *International Journal on Social Science, Economics and Art*, 13(2), 101-111.
- Ng, W. (2012). Can we teach digital natives digital literacy? *Computers & Education*, 59(3), 1065-1078.
- Ocak, G. ve Karakuş, G. (2018). Öğretmen Adaylarının Dijital Okuryazarlık Öz-Yeterliliği Ölçek Geliştirme Çalışması. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 26(5), 1427-1436.
- Ocak, G. ve Karakuş, G. (2019). Öğretmen adaylarının dijital okuryazarlık öz-yeterlilik becerilerinin farklı değişkenler açısından incelenmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 129-147.
- Okumuş, M. ve Atılgan, S. S. (2021). Üniversite Öğrencilerinin Dijital Okuryazarlık Becerileri ile Dijital Mahremiyet Kaygısı Arasındaki İlişki. *TRT Akademi*, 6(12), 342-363.
- Onursoy, S. (2018). Üniversite gençliğinin dijital okuryazarlık düzeyleri: Anadolu üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(2), 989-1013.
- Özerbaş, M. A. ve Kuralbayeva, A. (2018). Türkiye ve Kazakistan öğretmen adaylarının dijital okuryazarlık düzeylerinin incelenmesi. *MSKU Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5(1), 16-25.
- Özkaya, Y. ve Erat, V. (2022). Türkiye’de dijital okuryazarlık çalışmaları: Literatüre dayalı nitel bir araştırma. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 12, 240-256.
- Özoğlu, C. (2019). Öğretmen Adaylarının Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimlerinin Dijital Okuryazarlıkları ile İlişkisi Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Örneği. *Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi*.
- Özoğlu, C. ve Kayaz, E. (2021). Kuşağı Öğretmen Adaylarının Yaşam Boyu Öğrenmeleri ve Dijital Okuryazarlıkları Arasındaki İlişki. *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 11(1), 415-437.
- Pala, S. M. ve Başbüyük, A. (2020a). 10-12 Yaş Grubu Öğrencileri İçin Dijital Okuryazarlık Ölçeği Geliştirme Çalışması. *Mediterranean Journal of Educational Research*, 14(33), 542-565.
- Pala, Ş. M. ve Başbüyük, A. (2020b). Ortaokul beşinci sınıf öğrencilerinin dijital okuryazarlık düzeylerinin incelenmesi. *Cumhuriyet Uluslararası Eğitim Dergisi*, 9(3), 897-921.
- Rezki, I. K., Yulastri, A., Muskhir, M. and Hudai, A. (2024). Entrepreneurship And Digital Literacy Training Program To Promote Tourism For Pokdarwis In Mentawai Islands: A Case Study of Muntei Village. *Edu Research*, 5(3), 734-745.
- Ritonga, A. K. (2023). An Analysis of English for Tourism, Digital Literacy, and Business Success to A Tourist Destination Promotion. *Jurnal Iqra’: Kajian Ilmu Pendidikan*, 8(2), 325-339.
- Sakal, M. (2020). Dijital Yerlilerin Dijital Okuryazarlık Düzeyleri. 7. Uluslararası Yönetim Bilişim Sistemleri Konferansı Sağlık Bilişimi ve Analitiği. 9-11 Aralık, Bakırçay Üniversitesi, İzmir.
- Sarıkaya, B. (2019). Türkçe Öğretmeni Adaylarının Dijital Okuryazarlık Durumlarının Çeşitli Değişkenler Açısından Değerlendirilmesi. *Journal Of International Social Research*, 12(62), 1098-1107.

- Sekaran, U. (2000), *Research Methods for Business: A Skill Building Approach* (3. Baskı). New York: John Wiley & Sons.
- Semerci, A. (2019). Eğitim fakültesi öğrencileri ile diğer fakültelerdeki öğrencilerin siber güvenlik farkındalıklarının karşılaştırılması. *Akdeniz Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 29, 138-156.
- Soliman, M. R., Baher, M. and Soliman, D. M. (2022). Digital literacy and its effect on employees' innovation in Egyptian official tourism organizations. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 11(6), 2079-2091.
- Şahin Karagöz, N. (2023). Hemşirelik Öğrencilerinin Dijital Okuryazarlık Düzeylerinin İncelenmesi, Ege Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Şener, G. ve Gündüzalp, S. (2018). Akademisyenlerin üniversitelerde dijital dönüşüm ile ilgili görüşleri. *Uluslararası Battalgazi Multi Disipliner Çalışmalar Kongresi Tam Metin Kitabı*, 1, 177-182.
- Taşlıbeyaz, E. (2020). Yükseköğretimde Dijital Dönüşüm. İçinde S. Karaman (Ed.), *Yükseköğretimde Dijital Dönüşüm* (ss. 20-32). Pegem Akademi.
- Tavşancıl, E. (2010). *Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Timur, B., Timur, S., ve Akkoyunlu, B. (2014). Öğretmen adaylarının sayısal yetkinlik düzeylerinin belirlenmesi. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, (33), 41-59.
- Türkben, T. ve Satılmış, S. (2022). Öğretmen adaylarının akademik okuryazarlık, dijital okuryazarlık ve eleştirel okuryazarlık becerilerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Türkiye Eğitim Dergisi*, 7(2), 345-364.
- Üstündağ, M. T., Güneş, E. ve Bahçivan, E. (2017). Dijital okuryazarlık ölçeğinin Türkçeye uyarlanması ve fen bilgisi öğretmen adaylarının dijital okuryazarlık durumları. *Journal of Education and Future*, (12), 19-29.
- Vandeyar, T. (2015). Policy intermediaries and the reform of e-Education in South Africa. *British Journal of Educational Technology*, 46 (2), 344–359.
- Vieira, G., Manita, C., Ribeiro, C. and Rosa, M. P. (2022). Digital literacy of elderly tourists in the Algarve destination. *Journal of Accessibility and Design for All*, 12(2), 180-211.
- Warno, K. (2020). The factors influencing digital literacy of vocational high school teachers in Yogyakarta. *Journal of Physics: Conference Series*, 1446(1), 12-68.
- World Economic Forum. (2019). The Global Competitiveness Report 2019. Geneva: World Economic Forum. Erişim adresi: https://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf [Erişim tarihi: 14.11.2024].
- Yang, J., Zhang, T. and Zhang, L. (2023). Research on the influence of digital penetration on the entrepreneurial behavior tendency of rural residents in tourism. *Environment, Development and Sustainability*, 26(10), 25549–25567.
- Yang, X. (2025). Digital transformation of tourism education: Technologies, opportunities, challenges, and future research agenda. *Journal of Tourism Theory and Research*, 11(1), 38–46.
- Yazıcıoğlu, A., Yaylak, E. ve Genç, G. (2020). Okulöncesi ve sınıf öğretmen adaylarının dijital okuryazarlık düzeyleri. *ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 10 (2), 274-286.
- Yontar, A. (2019). Öğretmen adaylarının dijital okuryazarlık düzeyleri. *Ana Dili Eğitimi Dergisi*, 7(4), 815-824.