

TURİZMDE GÜNCEL YAKLAŞIMLAR

Editör
ALPER BOZKURT



BİDGE Yayınları

Turizmde Güncel Yaklaşımlar

Editör: ALPER BOZKURT

ISBN: -

1. Baskı

Sayfa Düzeni: Gözde YÜCEL

Yayınlama Tarihi: 2025-12-25

BİDGE Yayınları

Bu eserin bütün hakları saklıdır. Kaynak gösterilerek tanıtım için yapılacak kısa alıntılar dışında yayıncının ve editörün yazılı izni olmaksızın hiçbir yolla çoğaltılamaz.

Sertifika No: 71374

Yayın hakları © BİDGE Yayınları

www.bidegyayinlari.com.tr - bidegyayinlari@gmail.com

Krc Bilişim Ticaret ve Organizasyon Ltd. Şti.

Güzeltepe Mahallesi Abidin Daver Sokak Sefer Apartmanı No: 7/9 Çankaya /
Ankara



Turizmin lke ekonomilerine katkısı ve önemi tartışılmazdır. Ülkemiz de gerek doğal gerekse tarihi değerler olarak son derece avantajlı bir konumda bulunmaktadır. Ülkemizde son yıllarda turizmin değeri daha iyi anlaşılmış, akademik olarak yapılan çalışmalarda da hissedilir bir artış görülmüştür. Genel olarak incelendiğinde yapılan yayınların miktarı yanında kalitelerinin de arttığını söylemek mümkündür. Teknolojik gelişmeler, turizmin disiplinler arası çalışmalara uygunluğu mevcut konulara farklı bakış açılarından yaklaşmayı mümkün kıldığı gibi, güncel yaklaşımların da ele alınmasına imkan tanımıştır. Aynı zamanda kitabımızın başlığını da oluşturan bu yöntem ile meydana getirilen bu çalışmanın gerek akademisyenler, gerekse öğrenciler ve işletmeler açısından da faydalı bir kaynak olduğunu düşünüyor, emeği ve katkısı geçen herkese teşekkürlerimi sunuyorum. Saygılarımla.

Prof.Dr. Alper BOZKURT

İÇİNDEKİLER

PARANORMAL TURİZM: HÜZÜN, ÖLÜM VE AFET TURİZMİ İLİŞKİSİ	1
<i>BEKİR EŞİTTİ, BUKET BULUK EŞİTTİ</i>	
KÜLTÜREL MİRAS TURİZMİ LİTERATÜRÜNÜN KAVRAMSAL VE ENTELEKTÜEL YAPISI: 2003-2025 DÖNEMİ BİBLİYOMETRİK ANALİZİ	16
<i>İLKER VURAL</i>	
İNANÇ TURİZMİ KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ VE TÜRLERİ	42
<i>BEKİR EŞİTTİ, BUKET BULUK EŞİTTİ</i>	
SAĞLIK TURİZMİ KAPSAMINDA APİTERAPİ UYGULAMALARI	56
<i>HARUN ÇALHAN</i>	
EKOTURİZM BAĞLAMINDA TREKKING ROTALARININ SÜRDÜRÜLEBİLİR YÖNETİMİ	76
<i>SERCAN ARAS, YAĞMUR YILDIRIM</i>	
TURİZMDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK GÖSTERGELERİ: WEB OF SCIENCE VERİTABANINA DAYALI BİR BİBLİYOMETRİK ANALİZ	92
<i>ELİF TUBA TAMER</i>	
GASTRONOMİDE UMAMI: GIDA TEKNOLOJİSİ, PROSESLER VE MODERN MUTFAK UYGULAMALARI ...	117
<i>EYYÜP ALTUN, SERPİL YALIM KAYA</i>	
TÜRKİYE'DE GASTRONOMİ TURİZMİ VE YABANCI TURİST YİYECEK-İÇECEK HARCAMALARININ ÜLKE EKONOMİSİNE KATKISI	161
<i>MURAT GÜNER</i>	
GASTRONOMİDE DİJİTAL İNOVASYON VE DİJİTAL DÖNÜŞÜM	170
<i>HARUN ÇALHAN</i>	

TURİST REHBERLİĞİ ÖNLİSANS PROGRAMLARINDA MÜZE EĞİTİMİNİN UYGULANABİLİRLİĞİNE DAİR ELEŞTİREL BİR DEĞERLENDİRME	190
--	-----

DUYGU İLKHAN SÖYLEMEZ, ADNAN SÖYLEMEZ

ABANT GÖLÜ VE ÇEVRESİNİN BİR DOĞA TEMELLİ TURİZM DESTİNASYONU OLARAK GELİŞİM SÜRECİ	206
---	-----

NAİL HOŞCAN

BÖLÜM 1

Paranormal Turizm: Hüzün, Ölüm ve Afet Turizmi İlişkisi

1. BEKİR EŞİTTİ¹

2. BUKET BULUK EŞİTTİ²

Giriş

Paranormal Turizm, insanların açıklanamayan doğaüstü olaylar, hayalet hikayeleri, UFO gözlemleri veya mistik efsanelerle ilişkilendirilen yerleri ziyaret etmesiyle oluşan, hızla büyüyen bir niş turizm türü olmasına karşın, özel ilgi turizminin konusu olarak henüz net bir şekilde tanımlanamamıştır. 'Paranormal' terimi, "din, psi (durugörü, önsezi, telepati ve psikokinezi), okültizm, büyücülük, batıl inançlar, doğaüstü ve olağanüstü olaylar ve dünya dışı yaşam formlarıyla ilgili geniş bir yelpazedeki inanç ve deneyimler" olarak tanımlanmıştır (Tobacyk & Milford, 1983: 1029). Paranormal turizmin açıklanmasının aynı zamanda turizmin öncüsü ve vazgeçilmez bir parçası olan 'seyahat' terimini de içine alması gerekmektedir. Etkinliklere veya destinasyonlara seyahat etmek, ziyaretçilerin paranormal aktiviteleri ve olayları gerçekten deneyimleyebilmeleri için zorunlu bir unsurdur (Pharino Pvd., 2018).

Daha resmi bir anlamda, paranormal konularla ilgilenen turistler, gerçekçi ontolojileri ve temsili epistemolojileri de sorgularlar.

¹ Doç.Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümü, Orcid: 0000-0002-5240-9233

² Doç.Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Orcid: 0000-0001-5646-6166

Paranormal kavramı, hüznün (veya karanlık) turizmi (Lennon, 2017), hayalet turizmi (Holzhauser, 2015), ruhani (spiritual) turizm (Cheer vd., 2017), inanç turizmi (Woodward, 2004) ve hac turizmi (Collins-Kreiner, 2018) gibi diğer ilgili turizm türlerinin bir genişlemesi olarak görülebilir.

Alanyazında turizm hareketinin belirli bir destinasyonda aradığı temel unsurun “orijinallik ve el değmemişlik” olduğu vurgulanmaktadır (Beyaz, 2017). Destinasyonlar, özgünlüğü öne çıkaran yerel ürünlerinin yanı sıra masallar ve gizemli efsanelere varıncaya dek kültürün tüm soyut ürünlerini metalaştırarak pazarlanabilir bir eşyaya dönüştürmektedirler (Çobanoğlu, 1999: 9; akt. Beyaz, 2017). Kültürün gizemli yönü, etkinlikleri ve ürünleri çoğu zaman hüznün turizmi (Dark Tourism) başlığı altında değerlendirilse de odağında trajedi yerine daha çok gizem, heyecan ve "öteki dünya" ile temas arayışı yattığından paranormal turizm kapsamında da değerlendirilmektedir.

1. Hüzün Turizmi

İnsanların savaş, ölüm ve tarihin karanlık yönlerine duyduğu hayranlık uzun zamandır kültürleri etkilemiş ve sanat, edebiyat ve hatta boş zaman etkinliklerinde kendini göstermiştir (Stratton, 2020). Hüzün Turizmi (literatürdeki adıyla Dark Tourism), ölüm, acı, trajedi veya felaketle ilişkilendirilen mekanlara yapılan ziyaretleri kapsayan geniş bir şemsiye terimdir (Foley & Lennon, 1996). Bu kavram, özellikle akademik çevrelerde ve turizm sektöründe yaygın kullanılır hale gelmiş olsa da, bu olguyu tanımlamak için kullanılan tek ifade kesinlikle bu değildir. Başlangıçta, hüznün turizmi çalışmaları, esas olarak 1990'lar ve 2000'lerin başlarında geliştirilen tanımlar ve sınıflandırmalar üzerine yapılan tartışmalarla karakterize edilmiş olsa da özellikle ölüm veya ölümle dolaylı bir şekilde ilgisi olan turizm çekiciliklerini tanımlamak için (Dale ve Robinson 2011: 205)

kullanıla gelmiş bir kavramdır. Bu turizm türü, sadece bir "merak" duygusu değil, aynı zamanda geçmişten ders çıkarma, empati kurma ve insanın faniliğini anlama (thanatopsis) ihtiyacından doğmaktadır. Akademik bir kavram olan hüzn turizmi, literatürde çeşitli öncüllere sahiptir (örneğin Rojek, 1993'e bakınız), ölüm, ölme, acı çekme ve trajediyle ilişkilendirilen ve görünüşte ortak bir karanlık temaya sahip yerlerin popüleritesini araştırmak için ortaya çıkmıştır (Light, 2017). Alanyazına bakıldığında hüzn turizmi konusunda en önemli teorik çerçevelerinden biri Philip Stone tarafından geliştirilen 'Hüzn (Karanlık) Turizm Spektrumu'nun olduğu görölmektedir. Bu spektrum, bir destinasyonun hüzn turizmi açısından ne kadar "karanlık" veya ne kadar "aydınlık" olduğunu, o yerin ticarileşme düzeyi, eğitim amacı ve olayın gerçekleştiği zamana olan uzaklığı gibi kriterlerle belirlenmektedir.

Philip Stone'un Hüzn Turizmi Spektrumu

Spektrum, hüzn turizmini "En Karanlık" (Darkest) uctan "En Aydınlık" (Lightest) uca doğru yedi temel kategoriye ayrılmaktadır (bakınız tablo 1).

Tablo 1: Hüzün Turizmi Kategorileri ve Özellikleri

Spektrum Derecesi	Kategori Adı	Özellikleri	Örnekler
En Karanlık 	Karanlık Soykırım Kampları	Gerçek trajedi mekanlarıdır. Eğitici ve anma odaklıdır, ticari kaygı çok düşüktür.	Auschwitz Toplama Kampı
	Karanlık Çatışma Alanları	Savaşların geçtiği, stratejik ve tarihi önemi olan geniş alanlar.	Çanakkale Savaş Alanları, Gelibolu
	Karanlık Zindanlar/Hapis haneler	Adalet, ceza ve insanlık dışı koşulların sergilendiği eski yapılar.	Sinop Cezaevi, Alcatraz
Orta Derece 	Karanlık Tapınaklar / Anıtlar	Genelde olayın geçtiği yerin üzerine inşa edilen anma noktaları.	Hiroşima Barış Anıtı, 11 Eylül Anıtı
	Karanlık Sergiler / Müzeler	Ölüm ve trajedi unsurlarını daha "steril" ve küratöryel bir ortamda sunarlar.	İşkence Müzeleri, Savaş Müzeleri
	Karanlık Eğlence Tesisleri	Trajediye kurguyla birleştirir. Ticari yönü ağır basar, eğlence unsuru ön plandadır.	London Dungeon, Korku Evleri
En Aydınlık	Karanlık "Eğlence" Fabrikaları	Ölümü tamamen bir meta veya eğlence aracı olarak sunan, kurgusal alanlar.	Dracula Parkı temalı turlar

Kaynak: Stone, (2006:151). A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions.

Hüzün turizminde bir destinasyonun bu spektrumdaki yerini aşağıdaki üç temel faktör değiştirir:

Olayın Gerçekliği: Olay gerçekten orada mı yaşandı yoksa sadece simüle mi ediliyor? Gerçek mekanlar spektrumun "karanlık" ucuna yakındır.

Amaç: Ziyaretçiye eğitim vermek ve bir trajediyi hatırlatmak mı amaçlanıyor (Karanlık), yoksa sadece heyecan ve eğlence mi sunuluyor (Aydınlık)?

Ticarileşme: Giriş ücretleri, hediyeelik eşya dükkanları ve gösterişli sunumlar arttıkça mekan "aydınlık" (light) tarafa kayar (Stone, 2006:151).

Türkiye’de bulunan destinasyonlar ele alındığında, bu spektrumda geniş bir yelpazenin var olduğu görülmektedir. Örneğin **Çanakkale (Gelibolu):** Savaş alanı olması sebebiyle spektrumun oldukça "karanlık" ve manevi tarafındadır. **Sinop Cezaevi:** "Karanlık Zindanlar" kategorisinde yer alır. **Ulucanlar Cezaevi Müzesi:** Daha çok "Karanlık Sergi/Müze" kategorisine yakındır. Bu spekturumdan anlaşılacağı üzere hüznün turizmi mekanlarının, ziyaretçi ile geçmişteki kurban (veya yer) arasında bir empati derecesi yaratması gerektiğini öne sürülmektedir. Bu empati, hüznün turizmi ürünlerinin tasarımında turizmin mekânsal yakınlığı yoluyla güçlendirilmektedir.

Hüznün turizmi mekanlarının zamansal boyutu (örneğin Anzak Günü Şafak Ayini töreni için gelen ziyaretçiler, 24 Nisan gece yarısı Çanakkale kent merkezinden Gelibolu Yarımadası'na geçerek Anzak Koyu’nda sabahın ilk ışıklarına kadar Çanakkale Muharebelerinde hayatını kaybedenleri anarlar. Törenin organizasyonu, Avustralya ile Yeni Zelanda devleti tarafından dönüşümlü olarak 24-25 Nisan tarihlerinde üstlenilmektedir.) da ziyaretçilerin empatisini artıracaklarını ve dolayısıyla ürünün nasıl algılandığı, üretildiği ve nihayetinde tüketildiği konusunda önemli olduğu savunulmaktadır.

Özellikle, Lennon ve Foley (2000) tarafından özetlendiği gibi hayatta kalanlar veya tanıklar aracılığıyla canlı hafızaya taşınabilecek yakın tarihli ölümlerin ve trajik olayların, uzak geçmişe inmiş diğer olaylardan belki de daha 'hüzünlü (karanlık)' olduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla, günümüze daha kısa bir zaman dilimiyle bağlı olan ve bu nedenle yaşayanlar tarafından

doğrulanabilen ve daha büyük bir empati duygusu uyandıran hüznü (karanlık) olaylar, belki de 'daha karanlık' olarak nitelendirilebilecek ürünlerdir.

2. Ölüm Turizmi (Thanatourism)

Önceki tartışmalarda değinilmesi gereken önemli bir unsur, hüznü turizm tanımına alternatif olarak popülerlik kazanan bir diğer terim olan thanatourism kavramıdır. Foley ve Lennon'ın "karanlık turizm" etiketini önerdiği aynı yıl (1996) Seaton tarafından ortaya atılan bu kavram, savaş alanlarını ve mezarlıkları ziyaret eden bazı kişilerin ölüm ve ölüme duydukları derin ilgiyi, genellikle bu yerlerde gömülü olan ve anılan kişilerle özdeşleşmelerini ele almıştır. Analizinde, günümüzdeki Waterloo savaş alanı ziyaretçileri ve Birinci Dünya Savaşı ziyaretçileri de dahil olmak üzere, ölümlerle gerçek veya sembolik karşılaşma arzusuyla motive olan turistlerin motivasyonlarını ve yaşam dünyasını incelemiştir. Daha sonraki bir vaka çalışmasında, Birinci Dünya Savaşı'nın büyük mezarlıklarında İngiliz turistlerle yaptığı gezintiden elde ettiği bulguları rapor etmiştir (Seaton, 1999).

Hüznü turizmi ve thanaturizm kavramları aynı olguyu ifade etse de, ontolojik farklılıklar gösterirler. Hüznü (Karanlık) turizm, "geç modern dünyanın koşullarının bir ürünüdür" (Lennon & Foley, 2000, s. 3), ölümün tüketim için bir meta haline geldiği postmodernitenin bir işaretidir. Öte yandan, thanaturizm, ölümün tefekküründen, yani tanatopsisten türetilmiştir ve "özellikle, ancak yalnızca değil, şiddetli ölümlerle gerçek veya sembolik karşılaşma arzusundan" (Seaton, 1996: 236) kaynaklanmaktadır.

Ölüm turizmi, hüznü turizminin en "karanlık" ve ciddi kısmını oluşturur. Ziyaretçiler burada bireysel veya toplu ölümlerin yaşandığı, insan eliyle yaratılmış trajedilere tanıklık ederler. Soykırım ve Savaş Alanları: Auschwitz-Birkenau (Polonya) toplama kampları, Kamboçya'daki "Ölüm Tarlaları" veya

Çanakkale Savaş Alanları bu kapsamdadır. Suikast ve İdam Mekanları: John F. Kennedy'nin vurulduğu Dallas'taki Dealey Plaza veya eski hapishanelerdeki (örn. Alcatraz) infaz alanları thanaturizme örnektir. Turistlerin temel motivasyonları ise saygı, anma, eğitim ve katarsis (acı çekmiş kişilerin yerine kendini koyarak ruhsal bir arınma yaşama) olarak ifade edilebilir.

Ötenazi turizmi; ölüm turizmi bazen hüznün turizmden farklı bir alanda da kullanılabilmektedir. Bazı ülkelerde yasal olan ötenazi veya yardımcı intihar hizmetlerinden yararlanmak için başka ülkelere (örneğin İsviçre'ye) giden kişilerin yaptığı yolculukları ifade eder.

Ötenazi gibi tıbbi işlemleri gerçekleştirmek amacıyla, insanların ötenazinin yasal olduğu ülkelere seyahat etmeleri “ötenazi turizmi” ile ifade edilmektedir (Amujo & Otubanjo, 2012: 92). Bu, sağlık turizminin en tartışmalı ve etik açıdan en karmaşık dalıdır (Christou, 2021).

3. Afet Turizm (Disaster Tourism)

'Afet turizmi' genellikle 'karanlık turizm' ile karıştırılır ve sıklıkla afet sonrası iyileşme ile ilişkilendirilir (Tucker vd., 2016). Afet turizmi, hem doğal (Vezüv Yanardağı'nın külleri altında kalan Pompei-İtalya gibi) hem de insan eliyle meydana gelen büyük felaketler (Çernobil-Ukrayna) nükleer patlama alanı ve terk edilmiş hayalet şehir Pripyat gibi) yaşandığı bölgelere yapılan ziyaretleri kapsayan bir turizm türüdür. Literatürde genellikle “Hüzün Turizmi (Dark Tourism)” başlığı altında incelenir.

Bu turizm türü, trajedinin hemen ardından "merak" odaklı düzensiz ziyaretlerden başlayıp, zamanla "hafıza ve eğitim" odaklı profesyonel müzeleşme süreçlerine kadar geniş bir yelpazeyi kapsar (Biran vd., 2014).

Temel Özellikleri ve Türleri

Afet sonrası turizm, ziyaretin zamanlamasına ve amacına göre farklılaşır:

Hemen Sonrası (Voyeurism/Röntgencilik): Afetin sıcaklığı geçmeden, merak duygusuyla yapılan ziyaretlerdir. Genellikle etik açıdan tartışmalı kabul edilir (Lisle, 2004).

Hüzün Turizmi: Trajedi alanlarını, anıtları ve toplu ölüm yerlerini ziyaret etmektir (Örneğin: Çernobil, 9/11 Anıtı).

Dayanışma ve Gönüllü Turizmi: Ziyaretçilerin bölgeyi sadece görmek için değil, yardım etmek ve yerel ekonomiyi canlandırmak için gitmesidir (Wearing vd., 2020).

Eğitim ve Dayanıklılık Turizmi: Afetin nasıl olduğu, nasıl önlenebileceği ve toplumsal direncin nasıl inşa edildiğine dair bilgi edinme amaçlı turlardır (Örneğin Kobe Deprem Müzesi) (Lin vd., 2021)

Bu turizm türü, bölge halkı hala acı çekiyorken yapıldığında "röntgencilik" (voyeurism) eleştirilerine maruz kalabilir; ancak uzun vadede bölgenin yeniden kalkınmasına ve farkındalığa hizmet eder.

Afetler ve turizm arasındaki bağlantı, hızla büyüyen bir araştırma alanıdır (Hall vd., 2017). Bir afet sonrasında, öncelikle bir destinasyonun güvenli imajını yeniden oluşturmaya ve ardından "destinasyonun geleneksel, "afet öncesi" turizm pazarlarını ve ürünlerini yeniden canlandırmaya" (Biran vd., 2014: 3) önemli ölçüde dikkat edilmektedir. Bununla birlikte, giderek artan sayıda araştırma, pazarların ve ürünlerin çeşitlendirilmesinin gerekli olduğunu ve bunun afete dayalı yeni cazibe merkezleri ve yeni pazarlar yaratmayı içerebileceğini öne sürmektedir. Sonuç olarak, turizm ve afetler turizm endüstrisinin "iyileşmesine" odaklanan bir yönetim perspektifi benimsemekte denilebilir.

4. Hayalet Turizmi (Ghost Tourism)

Hayalet turizmi paranormal turizmin daha "hafif" (light) ve eğlence odaklı ucunda yer alır. Bu turizm türü mekanlarında ziyaretçiler heyecan, korku ve gizem arayışı içindedir. Hayalet turizmi, ölümün kendisinden ziyade, ölümden sonraki "varlık" veya paranormal hikayelerle ilgilidir. Alanyazında bu kavram “perili turizm (haunted tourism), hayalet turizmi (ghost tourism), korku turizmi (fright/horror tourism)” olarak kullanılmaktadır (Beyaz, 2017)

Hayaletlerin ticari olarak metalaştırılmaları aslında yeni bir şey değildir. Davies (2007), geçmişte kalabalıkların sözde hayaletli yerlerde toplanmasının ve yerel işletmelerin bundan kazanç sağlamasının yaygın olduğunu kaydetmektedir. Inglis ve Holmes (2003) da çalışmasında 18. ve 19. yüzyıllarda İngiliz üst sınıfının İskoçya'yı hayaletlerin ve doğaüstü olayların merkezi olarak görmesini ele almıştır. Birleşik Krallık'taki bar ve hanların yaygın olarak perili olduğu iddiaları, birçok işletme sahibinin işletmelerinde ürkütücü bir gece geçirme fırsatını pazarlamasına olanak sağlamıştır (Holloway, 2010). Daha sonraları perili olduğuna inanılan şatolar, eski akıl hastaneleri ve tarihsel cinayetlerin yaşandığı söylenen sokaklar (örn. Londra'daki Karındeşen Jack turları) bu turizm türüne katılmıştır. Bir afet veya ekonomik çöküş sonrası tamamen terk edilmiş yerler (örn. Türkiye'deki Kayaköy) hem hayalet turizmi hem de hüzün turizmi unsurlarını bir arada barındırırlar.

Çağdaş hayalet turizminin en az üç temel unsuru vardır. *Birincisi*; perili olduklarını iddia ederek misafir çekmeye çalışan otellerdir. Örneğin, Wills, "*sakin bir gece uykusu beklememeniz gereken*" en perili 10 evi listelemektedir (2007: 1). Birçok seyahat şirketi, perili yerlerin listelerini ve buralarda tatiller sunmaya başlamıştır; bunlar arasında Haunting Breaks ve The Haunted Hotel Guide yer almaktadır.

İkincisi; turiste hayalet avına çıkma şansı sunan şirketlerdir. Haunted Hotel Guide gibi şirketler hem normal tatiller hem de bu ürkütücü keşif gezilerinin yapılabileceği özel "hafta sonu perili evleri" sunmaktadır. Haunted Happenings, Paranormal Tours ve Eerie Evenings gibi diğer firmalar ise katılımcıların tüm gece uyanık kalmasını gerektiren araştırmanın kendisine odaklanmaktadır.

Üçüncüsü; Hayalet turizminin bu son yönü ise hayalet turları veya hayalet yürüyüşlerini içermektedir. Bunlar, şehirler ve kasabalar çevresinde düzenlenen yürüyüşleri içerir; bu yürüyüşler sırasında kişi iddia edilen perili yerleri ziyaret eder, hayalet hikayeleri dinler ve bazı durumlarda (örneğin Edinburgh'da) oyuncuların ürkütücü olayların ardındaki anlatıları canlandırmasını izlerler (Holloway, 2010: 619).

5. Paranormal Turizmin Etkileri

Bu turizm türü, yukarıda ele alındığı gibi, alternatif turizmin anlamlı bir yelpazesine hitap etmekte ve sadece eğlence değil, ekonomik ve sosyolojik etkiler de yaratmaktadır. Paranormal turizm, insanların doğaüstü olaylarla bağdaştırılan yerleri ziyaret etmesi, hüznün, ölüm ve afet gibi olguları ele alışı ile turizme farklı bir bakış açısı kazandırmaktadır. Bu turizm türü, yerel ekonomilerden kültürel mirasa kadar geniş bir yelpazede hem olumlu hem de olumsuz etkilere sahiptir.

Ekonomik Canlanma: Paranormal turizm, özellikle "sezon dışı" dönemlerde yerel turizme can suyu olabilir. Terk edilmiş veya az bilinen bölgelerin (örneğin eski hapishaneler veya köyler) turist çekmesini sağlanabilir. Turistlerin konaklama, yeme-içme ve hediyelik eşya harcamaları bölgedeki küçük işletmeleri destekler. Yerel rehberler, hikaye anlatıcıları ve etkinlik organizatörleri için yeni bir iş alanı ortaya çıkarabilir (Bowen, 2022).

Kültürel Miras: Unutulmaya yüz tutmuş yerel efsanelerin ve hikayelerin kayıt altına alınmasına yardımcı olur. Ziyaretçiler paranormal bir hikayenin peşinden giderken aslında o bölgenin gerçek tarihi, mimarisi ve geçmişteki yaşam koşulları hakkında da bilgi sahibi olurlar. Ancak kontrolsüz yapılan ziyaretler; binalara zarar verilmesine, izinsiz girişlere (trespassing) ve yapıların doğal dokusunun bozulmasına neden olabilir.

Sürdürülebilirlik: Genellikle küçük gruplarla yapıldığı için turizm destinasyonlarında kitle turizminin yarattığı tahribatı azaltılabilir.

Oflaz (2023) çalışmasında paranormal turizme yönelik yapılan akademik yazının büyük bir çoğunluğunun seyahat sektöründe yoğunlaştığı tespit edilmiştir. Sosyal medya veya televizyon programları aracılığıyla anlatılan hikayeler paranormal turizme olan ilgiyi artmıştır. Giderek artan bir trendle insanlar paranormal turizmi deneyimlemekte, seyahate çıkmakta ve hayalet turlara katılmaktadır.

Sonuç

Paranormal turizm, her ne kadar özel ilgi turizmi kapsamında henüz tam olarak netleşmemiş bir alan olsa da; hüznün (dark) turizmi, ölüm turizmi (thanatourism) ve afet turizmi gibi türlerle derin bir ilişki içerisinde. Bu turizm türleri arasındaki temel bağ, insanlığın ölüm, trajedi, gizem ve "öteki dünya" ile olan kadim merakıdır.

Yapılan incelemeler sonucunda ulaşılan temel çıkarımlar şunlardır:

Turizm Spektrumundaki Yeri: Philip Stone'un "Hüznün Turizmi Spektrumu"na göre paranormal turizm, özellikle hayalet turları ve korku evleri gibi kurgusal ve ticari yönü ağır basan unsurlarıyla spektrumun "en aydınlık" (lightest) ucuna daha yakındır. Buna karşın, toplu ölümlerin yaşandığı gerçek savaş alanları veya soykırım mekanları spektrumun "en karanlık" tarafını oluşturur.

Motivasyon Farklılıkları: Thanatourism ve hüzün turizmi daha çok empati, anma ve geçmişten ders çıkarma gibi motivasyonlara dayanırken; paranormal turizmde odak noktası trajedi yerine heyecan, gizem ve doğaüstü olayları deneyimleme arzusudur.

Ekonomik ve Sosyolojik Potansiyel: Paranormal turizm, terk edilmiş alanların veya unutulmaya yüz tutmuş yerel efsanelerin canlandırılması yoluyla yerel ekonomilere, özellikle sezon dışı dönemlerde önemli katkılar sağlayabilmektedir.

Etik ve Yönetimsel Boyut: Afet turizminde görülen "röntgencilik" (voyeurism) eleştirileri ve kontrolsüz ziyaretlerin kültürel mirasa zarar verme riski, bu turizm türlerinin sürdürülebilir bir yönetim perspektifiyle ele alınmasını zorunlu kılmaktadır.

Sonuç olarak paranormal turizm, sadece bir eğlence aracı değil, aynı zamanda kültürel mirasın korunması ve destinasyon çeşitliliği açısından stratejik bir öneme sahiptir.

Kaynakça

Amujo, O. C. & Otubanjo, O. (2012). Leveraging rebranding of “unattractive” nation brands to stimulate post-disaster tourism. *Tourist Studies*, 12(1), 87-105.

Beyaz, D. (2017). Paranormal Turizm Bağlamında Tirnava Cadıları. *Uluslararası Turizm Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 1(2), 42-48.

Biran A., Liu W., Li G., et al. (2014) ‘Consuming Post-Disaster Destinations: The Case of Sichuan, China’, *Annals of Tourism Research* 47: 1–17.

Bowen, D. (2022). Contemporary tourist behaviour: Yourself and others as tourists. *Cabi*.

Cheer, J. M., Belhassen, Y., & Kujawa, J. (2017). The search for spirituality in tourism: Toward a conceptual framework for spiritual tourism. *Tourism Management Perspectives*, 24, 252-256.

Christou, P. A. (2021). Suicide tourism: Leiper's tourism system theoretical perspective. *Tourism an International Interdisciplinary Journal*, 69(2), 300-304.

Collins-Kreiner, N. (2018). Pilgrimage-tourism: Common themes in different religions. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 6(1), 3.

Çobanoğlu, Ö. (1999). Halkbilimi açısından gelenek, turizm ve icad edilmiş gelenek bağlamında Ayvalık şeytan sofrası örneği. *Millî Folklor*, 43, 7-12.

Dale, C. ve Robinson, N. (2011). Dark Tourism. In P. Robinson and S. Heitmann (Eds.). *Research Themes for Tourism*. CAB International, UK

Davies, O. (2007). *The Haunted: A Social History of Ghosts*, Palgrave Macmillan, Basingstoke, Hants.

Foley, M., & Lennon, J. J. (1996). JFK and dark tourism: A fascination with assassination. *International Journal of Heritage Studies*, 2(4), 198–211

Hall, C. M., Prayag, G., & Amore, A. (2017). Tourism and resilience: Individual, organisational and destination perspectives (Vol. 5). Channel View Publications.

Holzhauser, E. (2015). Paranormal tourism in Edinburgh: Storytelling, appropriating ghost culture and presenting an uncanny heritage (Doctoral dissertation, University of St Andrews).

Holloway, J. (2010). Legend-tripping in spooky spaces: Ghost tourism and infrastructures of enchantment. *Environment and Planning D: Society and Space*, 28(4), 618-637.

Inglis, D., & Holmes, M. (2003). Highland and other haunts: Ghosts in Scottish tourism. *Annals of tourism research*, 30(1), 50-63.

Lennon J. J. & Foley M. (2000) *Dark Tourism: the Attraction of Death and Disaster*. London: Cassell.

Lennon, J. (2017). Dark tourism. *In Oxford research encyclopedia of criminology and criminal justice*

Light, D. (2017). Progress in dark tourism and thanatourism research: An uneasy relationship with heritage tourism. *Tourism Management*, 61, 275–301.

Lin, Y., Kelemen, M., & Kiyomiya, T. (2021). Bridging community resilience and sustainable tourism development via post-disaster education tourism in rural Japan. *The Journal of Organization and Discourse*, 2(1), 32-44.

Lisle, D. (2004). Gazing at ground zero: Tourism, voyeurism and spectacle. *Journal for Cultural Research*, 8(1), 3-21.

Oflaz, M. (2023). Paranormal turizm ile ilgili yapılan makaleler üzerine bibliyometrik analiz. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 20(2), 191-207.

Pharino, C., Pearce, P., & Pryce, J. (2018). Paranormal tourism: Assessing tourists' onsite experiences. *Tourism Management Perspectives*, 28, 20-28.

Rojek, C. (1993). *Ways of escape*. MacMillan

Seaton, A. V. (1996). Guided by the dark: From thanatopsis to thanatourism. *International journal of heritage studies*, 2(4), 234-244.

Seaton, A. V. (1999). War and thanatourism: Waterloo 1815–1914. *Annals of tourism Research*, 26(1), 130-158.

Stone, P. R. (2006). A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 54(2), 145-160.

Tobacyk, J., & Milford, G. (1983). Belief in paranormal phenomena: Assessment instrument development and implications for personality functioning. *Journal of personality and social psychology*, 44(5), 1029.

Tucker, H., Shelton, E. J., & Bae, H. (2016). Post-disaster tourism: Towards a tourism of transition. *Tourist Studies*, 17(3), 306-327.

Woodward*, S. C. (2004). Faith and tourism: Planning tourism in relation to places of worship. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 1(2), 173-186.

BÖLÜM 2

KÜLTÜREL MİRAS TURİZMİ LİTERATÜRÜNÜN KAVRAMSAL VE ENTELEKTÜEL YAPISI: 2003- 2025 DÖNEMİ BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

İLKER VURAL¹

Giriş

Kültürel miras, geçmiş toplumların yaşam biçimlerini, değerlerini ve sanatsal ifadelerini günümüze taşıyan, korunması ve gelecek nesillere aktarılması gereken kolektif bir birikimdir. Günümüz turizm endüstrisinde bu miras, destinasyonların küresel pazarda farklılaşmasını sağlayan ve turistler için "özgünlük" arayışına yanıt veren en stratejik çekicilik unsurlarından biri haline gelmiştir (Timothy, 2011). Kültürel miras turizmi, sadece tarihi yapıların ziyaret edilmesiyle sınırlı kalmayıp; somut olmayan mirasın, yerel geleneklerin ve toplumsal kimliğin de deneyimlendiği karmaşık bir yapıya bürünmüştür (McKercher ve du Cros, 2002).

Alan yazında, kültürel mirasın korunması ile turistik amaçlı kullanımı arasındaki hassas dengenin korunması temel bir tartışma konusudur. Tamer vd. (2017) yaptıkları çalışmada kültür mirası

¹ Öğr. Gör., Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Domaniç Hayme Ana MYO, Bilgi Yönetimi, Kütahya, Türkiye, Orcid: 0000-0002-3357-7725, ilker.vural@dpu.edu.tr

yönünden Kütahya ilinde bulunan tarihi konakların incelenmesinde sadece konakların restorasyonunun gerçekleştirilerek turizme kazandırılması yeterli olmayacağını, kültür varlıklarının korunmasında sürekliliğin sağlanması amacıyla çalışmalar yapılması gerektiğini vurgulamışlardır. Turizmin ekonomik kalkınma için bir araç olarak görülmesi, miras alanlarının "metaşlaşması" (commodification) ve özgünlüğün (authenticity) yitirilmesi riskini de beraberinde getirmektedir (Wang, 1999). Bu noktada Kolar ve Zabkar (2010), kültürel miras pazarlamasının temelinde "tüketici odaklı bir özgünlük modeli" yattığını belirterek, turistlerin algıladığı özgünlüğün destinasyon sadakati üzerindeki belirleyici rolüne dikkat çekmiştir. Poria, Butler ve Airey (2003) tarafından vurgulandığı üzere, kültürel miras turizmi araştırmalarında turistlerin bu alanlarla kurduğu kişisel bağ ve algılanan değer, destinasyon yönetimi stratejilerinin merkezinde yer almaktadır. Benzer olarak, Vural ve Tamer (2024) tarafından kültür varlıklarının çevrimiçi yorumlarına ait duygu analizinde yabancı turistlerin ihtiyaçlarına yönelik bilgi ve hizmetlerin artırılması, kültür varlıklarının uluslararası düzeyde daha cazip hale gelmesini sağlayabilir sonucuna ulaşılmıştır.

Kültürel miras turizmine yönelik akademik ilginin son yirmi yılda katlanarak artması, mevcut çalışmaların bibliyometrik yöntemlerle analiz edilmesini zorunlu kılmıştır. Zira bibliyometrik analizler, belirli bir disiplindeki bilgi üretim sürecini, iş birliği ağlarını ve kavramsal evrimi sayısal verilerle ortaya koyarak araştırmacılara geniş bir perspektif sunar (Zupic ve Čater, 2015).

Bu çalışmanın amacı, 2003-2025 yılları arasında kültürel miras turizmi üzerine yayımlanan makalelerin performans yapısını ve entelektüel bağlantılarını incelemektir. Bu doğrultuda Web of Science (WoS) veri tabanından elde edilen 352 makale, R tabanlı "biblioshiny" ara yüzü ile analiz edilmiş; alanın öncü yazarları, etkili

dergileri ve gelecekteki araştırma potansiyeli taşıyan "motor temaları" belirlenmiştir.

Kavramsal Çerçeve

Kültürel miras turizmi ve dijital dönüşüm

Kültürel miras turizmi, geleneksel koruma ve sergileme yöntemlerinden sıyrılarak dijital bir dönüşüm sürecine girmiştir. Analiz verilerinde "motor tema" olarak saptanan bilgi teknolojileri ve kullanıcı kabulü gibi unsurlar, bu alanın teknolojik entegrasyonla yeniden şekillendiğini kanıtlamaktadır. Özellikle COVID-19 pandemisi sonrası ivme kazanan dijitalleşme, miras alanlarının fiziksel sınırlarını aşarak sanal ve etkileşimli deneyimler sunmasını mümkün kılmıştır (Gretzel vd., 2015). Bu süreçte kültürel miras, sadece yerinde ziyaret edilen bir varlık olmaktan çıkıp, "akıllı turizm" ekosisteminin bir parçası haline gelmiştir.

Akıllı Teknolojiler ve Artırılmış Gerçeklik (AR)

Kavramsal haritada ve kelime ağacında yer alan "augmented reality" (artırılmış gerçeklik), kültürel miras deneyimini zenginleştiren en temel araçlardan biri olarak öne çıkmaktadır. AR teknolojisi, somut miras varlıklarının üzerine dijital katmanlar ekleyerek ziyaretçilere tarihi olayları canlandırma veya kaybolmuş yapıları görme imkanı tanımaktadır (Bec vd., 2021). Bu tür teknolojiler, ziyaretçilerin "algılanan değer" ve "deneyim kalitesi" üzerindeki olumlu etkileri nedeniyle literatürde sıkça vurgulanmaktadır. Dijital hikaye anlatıcılığı (digital storytelling) ise, mirasın pedagojik değerini artırarak turisti pasif bir izleyiciden aktif bir katılımcıya dönüştürmektedir (Tussyadiah, 2020).

Özgünlük Algısı ve Teknolojik Etkileşim

Kültürel miras turizmi literatüründeki en baskın kavramlardan biri "özgünlük"tür. Turistlerin ziyaret ettikleri mekanın veya izledikleri ritüelin ne kadar "gerçek" olduğuna dair

algıları, seyahat memnuniyetini doğrudan etkilemektedir. Wang (1999), özgünlüğü nesnel, simgesel ve varoluşsal olmak üzere üç boyutta ele alarak, turistin deneyim anında hissettiği öznel duygunun önemini vurgulamıştır. Teknolojinin mirasa eklenmesi, literatürde "özgünlük" tartışmalarını da yeni bir boyuta taşımıştır. Kelime analizinde yüksek sıklıkla görülen "perceived authenticity" (algılanan özgünlük), dijital ortamda sunulan deneyimlerin ne kadar gerçekçi kabul edildiğiyle doğrudan ilişkilidir. Güncel çalışmalar, yüksek kaliteli dijital rekonstrüksiyonların turistlerde "varoluşsal özgünlük" hissini tetikleyebildiğini savunmaktadır (Fan vd., 2022). Ancak bu durum, Kolar ve Zabkar (2010) tarafından temelleri atılan ve günümüzde dijital sadakat modelleriyle genişletilen "tüketici odaklı özgünlük" yaklaşımının teknolojik mecralara uyarlanmasını zorunlu kılmıştır.

Sürdürülebilirlik ve Koruma-Kullanma Dengesi

Kültürel miras alanlarının korunması ile bu alanların ekonomik birer kaynak olarak kullanılması arasındaki ilişki, "koruma-kullanma dengesi" çerçevesinde tartışılmaktadır. Aşırı turizm (overtourism), miras alanlarının fiziksel tahribatına yol açabildiği gibi, yerel halkın kültürel değerlerinin bozulmasına (commodification) da neden olabilmektedir (Poria, Butler ve Airey, 2003). Bu nedenle, sürdürülebilir bir kültürel miras turizmi yönetimi; yerel toplulukların sürece katılımını, kültürel bütünlüğün korunmasını ve ziyaretçi yönetimi stratejilerinin etkinliğini zorunlu kılmaktadır (Garrod ve Fyall, 2000).

Bibliyometrik Analiz

Bibliyometrik analiz, bilimsel yayınların niceliksel olarak incelenmesini sağlayan ve literatürün genel eğilimlerini, araştırma alanlarının entelektüel yapısını ve etki dinamiklerini ortaya koymayı amaçlayan bir yöntemdir (Tamer ve Vural, 2024:483; Donthu vd., 2021:290). Bu yöntem, geniş veri setlerindeki gizli örüntüleri ortaya

koyarak literatürün tarihsel gelişimini ve gelecekteki eğilimlerini belirlemede geleneksel literatür taramalarına göre daha nesnel sonuçlar sunmaktadır (Zupic ve Čater, 2015). Donthu vd. (2021), bibliyometrik analizlerin sadece performans ölçümü (yayın sayıları vb.) yapmadığını, aynı zamanda kavramsal ve sosyal ağ yapılarını (yazar iş birlikleri, kavramsal kümelenmeler) görselleştirerek araştırmacılara stratejik bir bakış açısı sağladığını vurgulamaktadır. Bibliyometrik analiz ilk olarak araştırmacıların atıflara, anahtar kelimelere veya yazarlara dayanarak araştırma ağını belirlemelerine ve anlamalarına yardımcı olmak için ortaya atılmıştır (Kumar vd., 2020; Rusydiana vd., 2021).

Bibliyometrik ağların oluşturulması ve görselleştirilmesi için en yaygın kullanılan araçlardan biri VOSviewer'dır. Özellikle ortak yazarlık, ortak atıf ve anahtar kelime eş-dizimi analizlerinde (co-occurrence) mesafe tabanlı haritalama tekniği ile öne çıkmaktadır (Van Eck ve Waltman, 2010).

CiteSpace, bilimsel literatürdeki yapısal ve dinamik değişimleri tespit etmek amacıyla tasarlanmış bir Java uygulamasıdır. Özellikle "araştırma cephelerini" (research fronts) ve atıf patlamalarını (citation bursts) belirleyerek alanın zaman içindeki evrimini görselleştirmede güçlüdür (Chen, 2006).

Biblioshiny, R Studio ortamında çalışan ve "Bibliometrix" paketi üzerine inşa edilmiş kullanıcı dostu bir arayüzdür (Aria ve Cuccurullo, 2017). Bu araç; verilerin temizlenmesi, birleştirilmesi ve çoklu uygunluk analizi (MCA) gibi ileri düzey istatistiksel işlemlerin yapılmasına olanak tanır. Özellikle tematik haritaların (Thematic Map) oluşturulması, yazarların ve ülkelerin bilimsel üretkenliğinin haritalandırılması ve anahtar kelime ağaç haritalarının (TreeMap) çizilmesi süreçlerinde Biblioshiny, bibliyometrik iş akışının kapsamlı bir şekilde yönetilmesini sağlamaktadır.

Bu araştırmada veri kaynağı olarak Web of Science (WoS) veri tabanının tercih edilme nedeni, platformun küresel ölçekte bilimsel mükemmeliyetin temel referans noktası olarak kabul edilmesidir. WoS, yalnızca prestijli yayıncılar tarafından sunulan erikleri indeksleyerek; bağımsız bir inceleme kurulu tarafından yürütülen titiz kalite kontrol süreçlerinden geçen çalışmaları bünyesinde barındırmaktadır. Bu seçici yaklaşım, veri tabanındaki eriğin en yüksek akademik standartlarda ve güvenilirlikte olmasını garanti altına almaktadır.

Literatürde vurgulandığı üzere WoS; araştırmacıların kapsamlı literatür taraması yapmalarına, alanın nc uzmanlarını belirlemelerine ve dinamik araştırma eğilimlerini takip etmelerine olanak tanıyan çok boyutlu bir yapı sunmaktadır. Özellikle bibliyometrik analizlerde veri setinin homojenliği ve atıf verilerinin doğruluğu kritik önem taşıdığından, WoS'un sunduğu yüksek kaliteli indeksleme yapısı, araştırmanın metodolojik geçerliliğini desteklemektedir (Pranckut, 2021).

Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın temel amacı, kültürel miras turizmi (cultural heritage tourism) odağındaki akademik yazının tarihsel evrimini, mevcut bilgi yapısını ve entelektüel ağlarını bibliyometrik analiz yöntemiyle derinlemesine incelemektir. Araştırma, 2003-2025 yılları arasında Web of Science (WoS) veri tabanında indekslenen 352 makaleyi kapsayarak, alanın performans yapısını ve kavramsal değişimini sayısal verilerle ortaya koymayı hedeflemektedir.

Bu genel amaç doğrultusunda araştırmada şu temel sorulara yanıt aranmaktadır:

- **Performans Analizi:** Kültürel miras turizmi konulu çalışmaların yıllara göre dağılımı, en üretken yazarlar, ülkeler ve dergi bazlı performans yapısı nasıldır?

- **Entelektüel ve Yapısal Bağlantılar:** Alandaki çalışmaların atıf ağları, ortak yazarlık ilişkileri ve ülkeler arası iş birliği yapıları nasıl bir görünüm sergilemektedir?
- **Kavramsal Yapı:** Literatürde öne çıkan anahtar kelimeler, tematik kümeler ve "motor temalar" ışığında kültürel miras turizminin kavramsal haritası nasıl şekillenmektedir?

Bu çalışma, R Studio tabanlı Biblioshiny yazılımını kullanarak elde ettiği görsel ve istatistiksel bulgularla, araştırmacılara ve politika yapıcılara kültürel miras turizmi literatürünün mevcut durumuna dair bütüncül bir perspektif sunmayı ve gelecekteki araştırma alanlarına ışık tutmayı amaçlamaktadır.

Yöntem

Bu çalışmada, kültürel miras turizmi kavramına yönelik araştırma makalelerinin bilgi yapısının belirlenen parametreler kapsamında incelenmesi amaçlanmaktadır. Çalışmada betimsel araştırma modeli kullanılmıştır. Betimsel araştırmalar, var olan bir durumu olduğu gibi tanımlamayı amaçlayan, olayların ve olguların mevcut koşullar altında betimlenmesine dayanan araştırmalardır (Karasar, 1982).

Verilerin Toplanması Ve Analizi

Araştırma verileri WoS veri tabanı kullanılarak 20.12.2025 tarihinde elde edilmiştir. Veriler, veri tabanında “konu” kısmı seçilerek ve “cultural heritage tourism” anahtar kelimesi kullanılarak filtrelenmiştir. Analiz için R Studio paket programı kullanıldığı için filtrelenen veriler BibTex formatında indirilmiş ve analiz yapılabilmesi için birleştirilmiştir. Filtreleme sonucunda WoS veri tabanında 460 tane dokümana ulaşılmıştır. Elde edilen verilerden doküman türü “makale” olarak belirlenmiş ve 352 makaleye ulaşılmıştır. Elde edilen 352 makalenin bibliyometrik analizinin

yapılabilmesi için R tabanlı biblioshiny açık kaynak kodlu paket programına aktarılmıştır ve analiz gerçekleştirilmiştir.

Bulgular

Araştırmada 2003-2025 yılları arasında araştırmanın yapıldığı tarihe kadar olan sürede yayınlanan 352 makale tespit edilmiştir. WoS veri tabanından elde edilen verilere ilişkin ana veriler Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Araştırmaya ait Ana Veriler

Ana Kategoriler	Alt Kategoriler	Sonuçlar
Ana Bilgiler	Zaman aralığı	2003:2025
	Kaynaklar	171
	Makale sayısı	352
	Yıl başına düşen ortalama makale sayısı	4,93
	Makale başına düşen ortalama atıf	18,39
	Referanslar	17341
Belge İçeriği	Anahtar kelimeler	561
	Yazarın anahtar kelimeleri	1265
Yazarlar	Yazar sayısı	937
	Tek yazarlı makale sayısı	70
	Çok yazarlı makale sayısı	867

Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir.

Veri tabanında elde edilen 352 makalede makale başına düşen ortalama atıf sayısı 18,39, makalelerde kullanılan anahtar kelime sayısı 561 ve yazar sayısı 937 olarak tespit edilmiştir. Bu makalelerin 70 tanesi tek yazarlı kalan 867 makale ise çok yazarlıdır. 937 yazarın sadece 70'inin tek yazarlı çalışma yapması, alanın disiplinlerarası doğası gereği iş birliğine son derece açık olduğunu göstermektedir. Çok yazarlı makalelerin (867 adet) baskınlığı, karmaşık kültürel miras sorunlarının çözümü için kolektif bir çaba olduğunu ortaya koymaktadır.

En Üretken Yazar

Kültürel miras turizmi ile ilgili makaleler incelendiğinde en üretken 10 yazar bilgisi Tablo 2’de verilmiştir. Tablo 2’ye göre 8 makale ile en üretken yazar olan Lee Timothy J’nin ardından sırasıyla 6 makale ile Zhang Mu ve 5 makale ile Zhang Yang gelmektedir.

Tablo 2. En Üretken İlk On Yazar

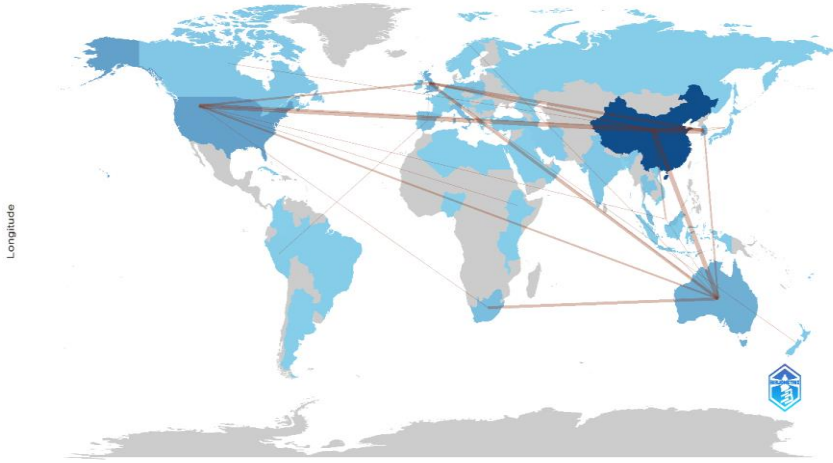
Yazarlar	Makale Sayısı
Lee Timothy J	8
Zhang Mu	6
Zhang Yang	5
Boussaa Djamel	4
Law Rob	4
Li Xi	4
Luo Jian Ming	4
Mitchell Clare J A	4
Butler Gareth	3
Dieck M Claudia Tom	3

Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir.

Ülkelerin Bilimsel Üretkenliği

Şekil 2’de kültürel miras turizmine yönelik ülkelerin bilimsel üretkenliklerine ilişkin bir harita paylaşılmıştır. Haritada yer alan gri alanlar çalışma yapılmadığını, mavi alanlar ise açık renkten koyu renge doğru üretkenliğin arttığını göstermektedir.

Şekil 2. Ülkelerin Bilimsel Üretkenliği



Tablo 3'te 58 ülkenin toplam makale sayıları ve toplam atıf sayısının, toplam makale sayısına oranının sayısal verileri verilmiştir. Tabloya göre makale sayısına göre en üretken ülke 109 makale ile Çin olurken Türkiye 3 makale ile 23. sırada yer almıştır. Toplam atıf sayısının, toplam makale sayısına oranına bakıldığında ise ilk sırada %19433,33 ile Slovenya yer almaktadır. Makale sayısında Çin önde olmasına rağmen, Slovenya(%19433,33), Hollanda(6700%) ve Birleşik Krallık'ın(%5262,5) performansının daha iyi olduğunu söyleyebiliriz. Çin, 109 makale ile en üretken ülke olmasına rağmen, Slovenya'nın makale başına düşen atıf oranında (%19433,33) lider olması dikkat çekicidir. Bu durum, Slovenya menşeli çalışmaların alanda "öncü" veya "temel taş" niteliğinde olduğunu, Çin'in ise hacimsel bir üstünlük kurduğunu göstermektedir. Bu durum, Çin'in zengin kültürel mirasını akademik bir çıktıya dönüştürme konusundaki stratejik başarısını ve araştırma politikalarının etkinliğini yansıtmaktadır. Araştırma bulguları, yayın sayısının her zaman yüksek atıf etkisiyle doğru orantılı olmadığını kanıtlamaktadır. Amerika Birleşik Devletleri (29 makale) ve Birleşik Krallık (16 makale) gibi geleneksel akademik merkezler, yayın

sayısı bakımından Çin'in gerisinde kalsa da, atıf oranları (sırasıyla %1593 ve %5263) bakımından yüksek etki değerlerini korumaktadırlar. Bu durum, Batı literatürünün teorik çerçeve çizme konusundaki hâkimiyetinin devam ettiğine işaret etmektedir. Türkiye, 3 makale ile üretim sıralamasında 23. basamakta yer alırken, toplam atıf sayısının makale sayısına oranında (%433,33) 35. sıraya gerilemektedir. Bu ayrışma, Türkiye'deki çalışmaların yerel odaklı kaldığını ve küresel akademik tartışmalara küresel etki yaratma noktasında geliştirilmeye muhtaç olduğunu göstermektedir

Tablo 3. Ülkelere Göre Toplam Makale Sayıları ve Toplam Atıf Sayısının Toplam Makale Sayısına Oranları

Sıra	Ülke	Makale Sayısı	Toplam Atıf Sayısı/Toplam Makale Sayısı	Sıra	Ülke	Makale Sayısı	Toplam Atıf Sayısı/Toplam Makale Sayısı
1	Çin	109	1354%	30	Yeni Zelanda	2	0%
2	ABD	29	1593%	31	Peru	2	250%
3	Avustralya	16	2638%	32	Cezayir	1	0%
4	Birleşik Krallık	16	5263%	33	Arjantin	1	0%
5	Kore	15	4527%	34	Avusturya	1	200%
6	Malezya	15	720%	35	Bangladeş	1	0%
7	İtalya	14	1393%	36	Belçika	1	0%
8	Tayland	11	682%	37	Bosna Hersek	1	300%
9	İspanya	10	2610%	38	Kolombiya	1	500%
10	Güney Afrika	9	1622%	39	Hırvatistan	1	0%
11	Polonya	8	975%	40	Küba	1	100%
12	Hollanda	6	6700%	41	Mısır	1	300%
13	Kanada	5	2600%	42	Etiyopya	1	0%
14	Hindistan	5	300%	43	Fiji	1	300%
15	Katar	5	980%	44	Fransa	1	100%

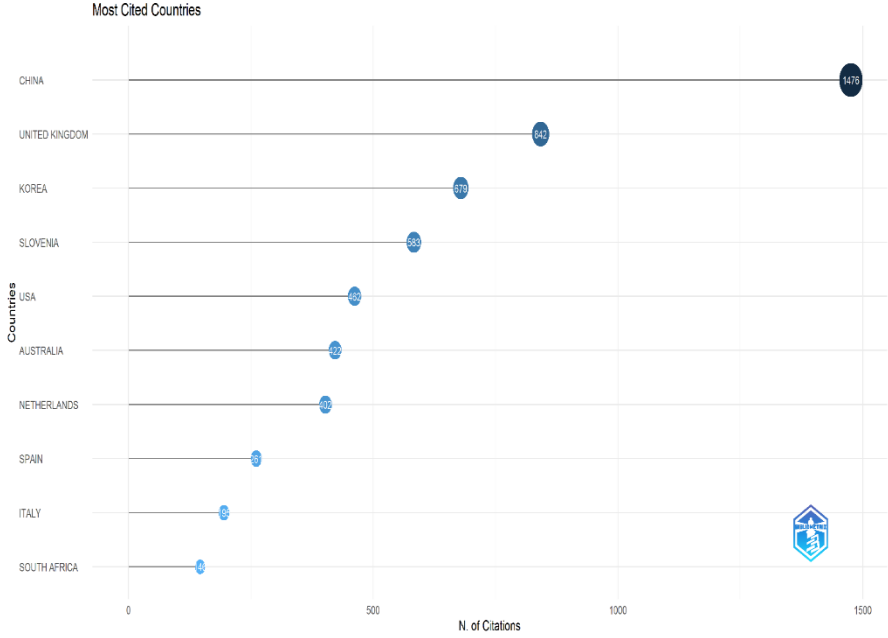
16	Endonezya	4	375%	45	Gürcistan	1	0%
17	İran	4	150%	46	Irak	1	300%
18	Japonya	4	1400%	47	İsrail	1	1400%
19	Portekiz	4	1475%	48	Malawi	1	1800%
20	Almanya	3	1300%	49	Nijerya	1	800%
21	Romanya	3	933%	50	Umman	1	500%
22	Slovenya	3	19433%	51	Rusya	1	0%
23	Türkiye	3	433%	52	Suudi Arabistan	1	0%
24	Azerbaycan	2	400%	53	Sırbistan	1	1900%
25	Brezilya	2	150%	54	Slovakya	1	1400%
26	Kıbrıs	2	500%	55	Tanzanya	1	800%
27	Yunanistan	2	550%	56	Tunus	1	500%
28	İrlanda	2	1450%	57	Birleşik Arap Emirlikleri	1	1200%
29	Ürdün	2	1350%	58	Vietnam	1	4100%

Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir.

Atıflara İlişkin Bulgular

Şekil 3’te en çok atıf yapılan ilk 10 ülke verilmiştir. Şekil 3’e göre en çok atıf alan ülke 1476 atıf ile Çin’dir. Çin’i sırasıyla 842 atıf ile Birleşik Krallık, 679 atıf ile Güney Kore takip etmektedir. Türkiye ise 13 atıf ile 29. sırada yer almaktadır.

Şekil 3. En çok Atıf Yapılan İlk 10 Ülke ve Atıf Sayıları



Kültürel miras turizmi alanında atıf alan tüm ülkelere ilişkin bilgiler Tablo 4’de gösterilmiştir. Tabloya göre Yeni Zelanda, Cezayir, Arjantin, Bangladeş, Belçika, Hırvatistan, Etiyopya, Gürcistan, Rusya ve Suudi Arabistan’da yazılan makalelere hiç atıf yapılmamıştır.

Tablo 4. Ülkelerin Atıf Sayıları

Sıra	Ülke	Atıf Sayısı	Sıra	Ülke	Atıf Sayısı
1	Çin	1476	30	Birleşik Arap Emirlikleri	12
2	Birleşik Krallık	842	31	Yunanistan	11
3	Güney Kore	679	32	Kıbrıs	10
4	Slovenya	583	33	Nijerya	8
5	Abd	462	34	Tanzanya	8
6	Avustralya	422	35	Azerbaycan	8
7	Hollanda	402	36	Iran	6
8	İspanya	261	37	Kolombia	5

9	İtalya	195	38	Umman	5
10	Güney Afrika	146	39	Tunus	5
11	Kanada	130	40	Peru	5
12	Malezya	108	41	Bosna	3
13	Polonya	78	42	Mısır	3
14	Tayland	75	43	Fiji	3
15	Portekiz	59	44	Irak	3
16	Japonya	56	45	Brezilya	3
17	Katar	49	46	Avusturya	2
18	Vietnam	41	47	Küba	1
19	Almanya	39	48	Fransa	1
20	İrlanda	29	49	Yeni Zelanda	0
21	Romanya	28	50	Cezayir	0
22	Ürdün	27	51	Arjantin	0
23	Sırbistan	19	52	Bangladeş	0
24	Malawi	18	53	Belçika	0
25	Endonezya	15	54	Hırvatistan	0
26	Hindistan	15	55	Etiyopya	0
27	İsrail	14	56	Gürcistan	0
28	Slovakya	14	57	Rusya	0
29	Türkiye	13	58	Suudi Arabistan	0

Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir.

Tablo 5’de yıllara göre makale sayısı, makale başına ve yıllık makale başına ortalama atıf sayıları verilmiştir. En çok makale 2025 yılında en az makale ise 2003 ve 2005 yıllarında yazılmıştır. 2004 yılında ise kültürel miras turizmine ilişkin makale yazılmamıştır. Makale başına ortalama atıf sayısı 75,08 atıf ile en çok 2010 yılında, en az ise 2,61 atıf ile 2025 yılındadır. 2003-2025 yılları arasındaki veriler, özellikle son beş yılda (2020 sonrası) yayın sayısında bir artış olduğunu göstermektedir. 2025 yılındaki 79 makalelik zirve, konunun güncelliğini koruduğunu ve akademik ilginin katlanarak arttığını kanıtlamaktadır.

Tablo 5. Yıllara Göre Makale Sayısı, Makale Başına Ortalama Atıf ve Yıllık Atıf Sayısı

Yıllar	Makale Sayısı	Makale Başına Ortalama Atıf Sayısı	Yıllık Makale Başına Ortalama Atıf Sayısı	Yıllar	Makale Sayısı	Makale Başına Ortalama Atıf Sayısı	Yıllık Makale Başına Ortalama Atıf Sayısı
2003	1	16.00	0.70	2015	11	27.27	11
2004	0	-	-	2016	13	17.62	10
2005	1	17.00	0.81	2017	10	33.80	9
2006	2	32.50	1.62	2018	18	51.44	8
2007	2	20.50	1.08	2019	18	21.22	7
2008	5	48.80	2.71	2020	24	31.29	6
2009	4	17.25	1.01	2021	20	17.90	5
2010	13	75.08	4.69	2022	29	14.62	4
2011	8	7.88	0.53	2023	30	15.60	3
2012	5	8.80	0.63	2024	43	7.42	2
2013	5	5.00	0.38	2025	79	2.61	1
2014	10	21.40	1.78				

*Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir. * 2025 yılı için veriler 20.12.2025 tarihine kadar olan verileri içermektedir.*

Tablo 6’da en çok alıntı yapılan ilk 10 global kaynağa ilişkin bilgiler verilmiştir.

Tablo 6. En Çok Alıntı Yapılan İlk 10 Global Kaynak

Sıra	Makale	Toplam Atıf Sayısı	Yıl Başına Toplam Atıf Sayısı
1	Kolar T, 2010, Tourism Manage	569	35.56
2	Chung N, 2018, J Travel Res	271	33.88
3	Dieck Mct, 2017, J Destin Mark Manag	210	23.33
4	Willemen L, 2008, Landsc Urban Plan	192	10.67
5	Willemen L, 2010, Ecol Indic	185	11.56
6	Jung Th, 2018, Int J Contemp Hosp Manag	183	22.88

7	Han Di, 2018, J Herit Tour	179	22.38
8	Dominguez-Quintero Am, 2020, Curr Issues Tour	153	25.50
9	Wells Vk, 2015, Tourism Manage	126	11.45
10	Dieck Mct, 2018, Curr Issues Tour	123	15.38

Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir.

Tablo 6'ya göre globalde en çok atıf 569 atıf ile 2010 yılında Kolar T. tarafından *Tourism Manage* dergisinde yazılan makale olmuştur. Makalede kültürel turizmde özgünlük kavramının önemini ve kavramsallaştırılması yönetsel bakış açısından incelemektedir. Çalışmada, dört Avrupa ülkesindeki 25 Romanesk miras alanında yapılan bir anket yoluyla ampirik olarak incelenmiştir. LISREL 8.72 kullanılarak doğrulayıcı faktör analizi ve yapısal denklem modellemesi yapılmıştır. Sonuçlar, kültürel motivasyonun hem nesne tabanlı hem de varoluşsal özgünlüğün önemli bir öncülü olduğunu ve bunun da turist sadakatini etkilediğini göstermektedir.

Globalde en çok atıf alan yayınlara ilişkin veriler çok fazla olduğu için tüm veriler sunulamamıştır. Elde edilen veriler incelendiğinde 59 yayının hiç atıf almadığı tespit edilmiştir. Atıf almayan makalelerin tarih aralığı 2011-2025 yılları arasındadır. 39 yayın 2025 yılında yayınlandığı için atıf almaması normal bir durum olarak değerlendirilebilir.

Tablo 7'de kültürel miras turizmi kavramı ile ilgili dergilerin etki değerleri gösterilmiştir. Tabloda konuya ilişkin en çok makale yayınlayan ilk 10 dergi ve bu dergilere ait bazı endeks bilgileri, toplam atıf sayıları ve kavramın ilgili dergide ilk kez kullanıldığı yıl hakkında bilgiler verilmiştir. Tabloya göre en çok yayın yapılan dergi 39 makale ile *Sustainability* dergisidir. Dergide kültürel miras turizmi kavramı ilk kez 2018 yılında kullanılmış ve 734 atıf yapılmıştır. Derginin h endeksi 15, g endeksi 26 ve m endeksi de 1,875 dir. İkinci sırada ise *Journal Of Heritage Tourism* dergisi yer almaktadır. Dergide 28 makale yayınlanmış ve 661 atıf yapılmıştır.

Kültürel miras turizmi kavramı ilk kez 2003 yılında *Journal Of Cultural Heritage* dergisinde kullanılmış ve derginin yayın sayısı 2, toplam atıf sayısı 25, h enkesi 2, g endeksi 2 ve m endeksi 0,087 dir. Dergi yayın sayısına göre 30. sırada, h endeksine göre 29. sırada yer almaktadır.

Tablo 7. Dergilerin Etki Değerleri, Yayın Sayısı ve Toplam Atıf Sayısı

Dergi Adı	h_ind ex	g_ind ex	m_in dex	Topla m Atıf	Ya yın Say ısı	Kavra mın İlk Kez Kullanı ldığı Tarih
Journal Of Heritage Tourism	15	25	0.75	661	28	2006
Sustainability	15	26	1.875	734	39	2018
Asia Pacific Journal Of Tourism Research	6	6	0.4	191	6	2011
Journal Of Sustainable Tourism	6	8	0.353	235	8	2009
Tourism Management Perspectives	6	6	0.857	209	6	2019
Current Issues In Tourism	5	8	0.625	352	8	2018
International Journal Of Tourism Research	5	8	0.714	161	8	2019
Journal Of Destination Marketing \ve Management	5	6	0.556	349	6	2017
Anatolia-International Journal Of Tourism And Hospitality Research	4	4	0.235	56	4	2009
Tourism Recreation Research	4	6	0.211	42	6	2007

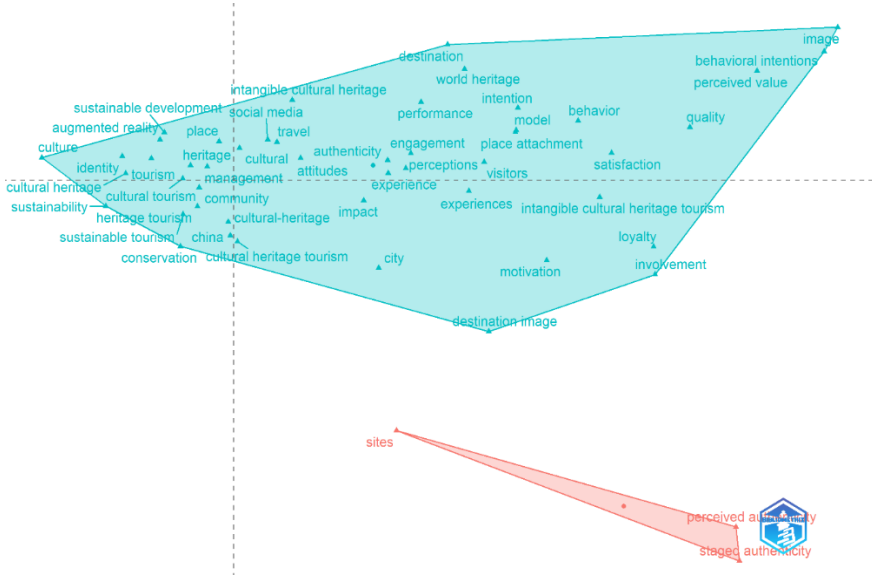
Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir.

Kelime Analizine İlişkin Bulgular

Yapılan çalışmanın kavramsal yapısını ortaya koymak için Bibliometrix programı üzerinden çoklu uygunluk analizi (MCA) gerçekleştirilmiştir. Çoklu uygunluk analizi (MCA), iki veya daha

fazla kategorik değişkenden oluşan veri setlerinde değişkenler arasındaki ilişkileri özetleyen ve bu ilişkileri düşük boyutlu bir geometrik uzayda gösteren bir veri analiz yöntemidir (Greenacre ve Blasius, 2006). Burada en çok kullanılan kelimelerin oluşturduğu iki farklı kümeyle yoğunluklar belirlenmiş ve kavramsal bir harita oluşturulması amaçlanmıştır.

Şekil 4. En Çok Kullanılan Kelimelerin Kavramsal Analizi



Şekil 4'e göre yapılan analiz sonucunda kırmızı ve mavi olmak üzere kelimelerin iki grup etrafında kümелendiği görülmektedir. Şekil 4'e göre “image”, “destination”, “culture”, “sustainability”, “conservation”, “destination image” ve “involvement” kelimelerinin birbiri ile bağlantılı, “sites”, “perceived authenticity” ve “staged authenticity” kelimelerinin birbiri ile bağlantılı olduğu görülmektedir. Şekil 4'teki MCA analizi, literatürün iki ana aksa ayrıldığını gösterir: Bir yanda destinasyon yönetimi ve sürdürülebilirlik (image, sustainability, conservation), diğer yanda ise turist algısı ve deneyim kalitesi (perceived/staged authenticity, sites).

Şekil 5 ve Şekil 6’da analize ilişkin Kelime Bulutu (World Cloud) ve Kelime Ağaç Haritası (World TreeMap) verilmiştir. Kelime bulutu en çok kullanılan kelimeleri göstermektedir. Kelimenin boyutu büyüdükçe çalışmalarda daha sık kullanıldığı anlamına gelmektedir. Kelime ağaç haritasında ise kelimelerin çalışmalarda hangi oranda ve kaç kez geçtiğini göstermektedir. "Tourism", "cultural heritage tourism" ve "authenticity" kelimelerinin yoğunluğu, literatürün merkezinde turistik deneyimin meşruiyeti ve korunması olduğunu göstermektedir.

Şekil 5. Kelime Bulutu



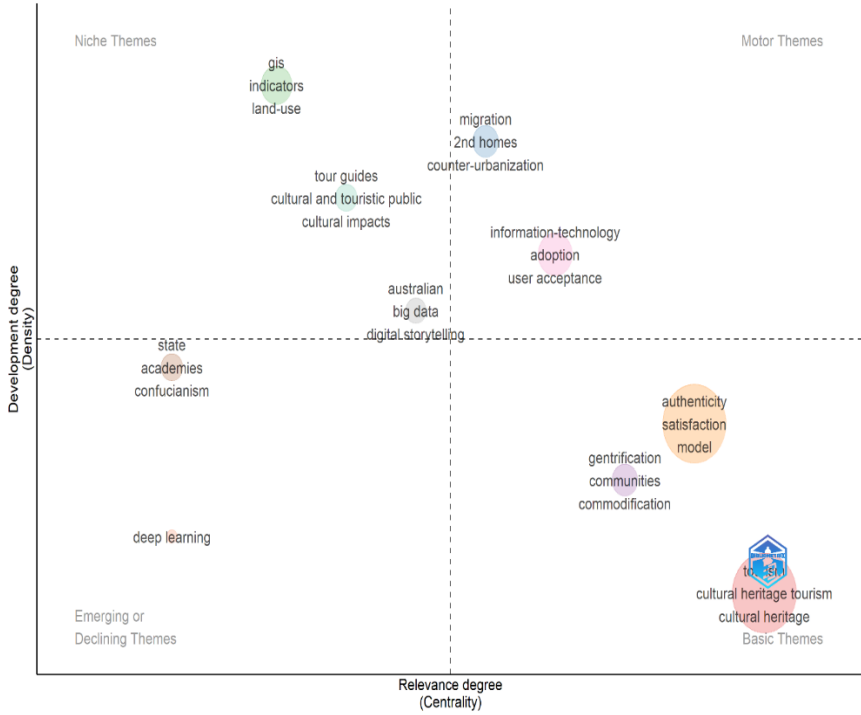
Şekil 6. TreeMap



Şekil 5 ve Şekil 6’da görüldüğü üzere “tourism” kelimesi 81 (%7) çalışmada, “cultural heritage tourism” kelimesi 70 (%6) çalışmada ve “authenticity” kelimesi 65 (%6) çalışmada kullanılmıştır.

Şekil 7’de yazarların anahtar kelimelerinin tematik haritası çıkarılmıştır. Tematik harita aracılığıyla kullanılan anahtar kelimelerin temel, motor, niş ve gerileyen temalarına ilişkin bilgiler sunmaktadır. Tema bölgelerindeki kelimeler ne kadar yukarıda yer alırsa yoğunluklarının da o kadar fazla olduğu anlamına gelmektedir.

Şekil 7. Anahtar Kelimelerin Tematik Haritası



Şekil 7’ye göre çalışmalarda kullanılan temel kelimeler “authenticity”, “satisfaction”, “model”, “gentrification”, “communities”, “commodification”, “tourism”, “cultural heritage tourism” ve “cultural heritage” kelimeleridir. Niş tematik kelimeler “gis”, “land-use”, “tour guides”, “cultural and touristic public”, “cultural impacts”, “australian”, “big data” ve “digital storytelling”dir. Gerileyen temalar ise “state”, “akademies”, “confucianism” ve “deep learning”dir. Motor temada ise “migration”, “2nd homes”, “counter-urbanizaion”, “information-technology”, “adoption” ve “user acceptance”dir.

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Bu bibliyometrik analiz, kültürel miras turizminin son yirmi yılda disiplinlerarası bir ilgi odağı haline geldiğini ve özellikle 2018

yılından itibaren sistematik bir büyüme sergilediğini ortaya koymuştur. 2025 yılındaki 79 makalelik zirve noktası, konunun güncelliğini koruduğunun ve akademik ilginin katlanarak arttığının en somut kanıtıdır. Araştırma ağının yapısı incelendiğinde, 937 yazarın sadece %7,5'inin (70 yazar) tek yazarlı çalışma yapması, alanın kolektif bir çaba gerektiren karmaşık yapısını ve iş birliğine olan açık tutumunu göstermektedir.

Literatürün kavramsal yapısı; sürdürülebilirlik, özgünlük ve teknolojik adaptasyon (artırılmış gerçeklik, büyük veri vb.) kavramları etrafında olgunlaşmaktadır. Çoklu Uygunluk Analizi (MCA) sonuçları, literatürün iki temel aksa ayrıldığını göstermiştir: Bir yanda koruma ve destinasyon yönetimi gibi makro meseleler (sustainability, conservation), diğer yanda ise turist algısı, memnuniyet ve özgünlük gibi mikro deneyim süreçleri (perceived authenticity, satisfaction) yer almaktadır. Bu durum, kültürel mirasın artık sadece "korunması gereken bir nesne" olarak değil, aynı zamanda "deneyimlenen ve pazarlanan bir turizm ürünü" olarak konumlandırıldığını tartışmaya açmaktadır.

Analiz sonuçları, kültürel miras turizmi literatüründe “üretim hacmi” ile “akademik etki” arasında bir ayrışma olduğunu doğrulamaktadır. Çin niceliksel olarak alana yön verirken; Slovenya, Hollanda ve Birleşik Krallık gibi ülkeler niteliksel ve atıf odaklı performanslarıyla alanın entelektüel derinliğini belirlemektedir. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler için temel strateji, sadece yayın sayısını artırmak değil, evrensel teorik modellere katkı sunarak atıf potansiyeli yüksek çalışmalar üretmek olmalıdır.

Elde edilen bulgular, kültürel mirasın sadece korunması gereken bir varlık değil, aynı zamanda "özgünlük" ve "memnuniyet" kavramları üzerinden pazarlanan bir turizm ürününe dönüştüğünü tartışmaya açmaktadır. Özellikle "metaşlaştırma" (commodification) ve "soylulaştırma" (gentrification) kavramlarının temel temalar arasında yer alması, turizmin yerel kültürler üzerindeki dönüştürücü

etkisinin akademik çevrede kritik bir endişe kaynağı olduğunu göstermektedir. Lee Timothy J. gibi üretken yazarlar ve *Sustainability* gibi dergiler, bu tartışmaların yönünü tayin eden temel aktörler olarak öne çıkmaktadır.

Elde edilen bulgular ışığında, gelecekteki araştırmalar ve sektörel uygulamalar için şu önerilerde bulunulabilir:

- Yöntemsel Çeşitlilik: Mevcut çalışmaların yoğunlukla "betimsel" ve "anket" odaklı olduğu görülmektedir. Gelecek çalışmalarda, tematik haritada "niş" olarak görülen GIS (Coğrafi Bilgi Sistemleri) ve Büyük Veri analizlerinin daha entegre kullanılması önerilir.
- Teknolojik Entegrasyon: "Motor Temalar" arasında yer alan bilgi teknolojileri ve kullanıcı kabulü konuları, akıllı turizm uygulamalarının kültürel miras alanlarına nasıl adapte edileceğine dair daha fazla araştırma yapılması gerektiğini göstermektedir.
- Türkiye Odaklı Strateji: Türk akademisyenlerin, küresel ölçekte yüksek atıf alan Slovenya veya Hollanda örneklerinde olduğu gibi, yerel vakaları evrensel teorik modellerle (örneğin Kolar T., 2010'un yaptığı gibi) ilişkilendirmesi, uluslararası etki değerini artıracaktır. Türkiye, makale sayısında 23. sırada yer almasına rağmen atıf etkisinde 35. sıraya gerilemektedir. Türk akademisyenlerin, Kolar (2010) örneğinde olduğu gibi, yerel kültür varlıklarını evrensel teorik modellerle (duygu analizi, özgünlük modelleri vb.) harmanlayan ve uluslararası literatürde referans alınabilecek yüksek etkili çalışmalar üretmesi elzemdir.

Kaynakça

Aria, M., ve Cuccurullo, C. (2017). bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959-975.

Bec, A., Moyle, B., Schaffer, V., ve Timms, K. (2021). Virtual reality and mixed reality for heritage tourism: Is openness to using technology enough? *Journal of Heritage Tourism*, 16(2), 204-221.

Chen, C. (2006). CiteSpace II: Detecting and visualizing emerging trends and transient patterns in scientific literature. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 57(3), 359-377.

Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., ve Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285-296.

Fan, D. X., Law, R., ve Buhalis, D. (2022). Exploring the nexus between technology and cultural tourism: A systematic review. *International Journal of Tourism Research*, 24(1), 121-135.

Garrod, B., ve Fyall, A. (2000). Managing heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 682-708.

Greenacre, M., ve Blasius, J. (2006). Multiple correspondence analysis and related methods. Chapman and Hall/CRC.

Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., ve Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179-188.

Karasar, N. (1982). Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Kolar, T., ve Zabkar, V. (2010). A consumer-based model of authenticity: An oxymoron or the foundation of cultural heritage marketing? *Tourism Management*, 31(5), 652-664.

Kumar, S., Spais, G. S., Kumar, D., ve Sureka, R. (2020). A bibliometric history of the journal of promotion management (1992–2019). *Journal of Promotion Management*, 26(1), 97-120.

McKercher, B., ve Du Cros, H. (2002). *Cultural tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management*. New York: The Haworth Hospitality Press.

Poria, Y., Butler, R., ve Airey, D. (2003). The core of heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 238-254.

Pranckutė, R. (2021). Web of Science (WoS) and Scopus: The titans of bibliographic information in today's academic world. *Publications*, 9(1), 12.

Rusydiana, A. S., Aswad, M., Pratomo, W. A., Hendrayanti, E., ve Sanrego, Y. D. (2021). Halal tourism indicators: a bibliometric study. *Library Philosophy and Practice (e-journal)*, 5738.

Tamer, E. T., Güven, Ö. Z., ve Akça, İ. (2017). Kütahya ilinde bulunan tarihi konakların kültür turizmi kapsamında değerlendirilmesi. *Eurasian Academy of Sciences Social Sciences Journal*, (Özel Sayı), 252–259.

Tamer, E. T., ve Vural, İ. (2024). Etnik restoranlarla ilgili çalışmaların bibliyometrik analizi. 6. *Uluslararası Bursa Bilimsel Araştırmalar Kongresi*, 24-26 Aralık 2024, Bursa, (ss. 395-411)

Timothy, D. J. (2011). *Cultural heritage and tourism: An introduction*. Channel View Publications.

Tussyadiah, I. (2020). A review of research on technology in tourism. *Annals of Tourism Research*, 81, 102869.

Van Eck, N. J., ve Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523–538.

Vural, İ., ve Tamer, E. T. (2024). Kütahya ilinde yer alan önemli kültür varlıklarına ilişkin çevrimiçi yorumların duygu analizi yöntemiyle incelenmesi. *EGE 12. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi*, 26-30 Aralık 2024, İzmir, Türkiye, (ss. 85-94).

Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349-370.

Zupic, I., ve Čater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429-472.

BÖLÜM 3

İNANÇ TURİZMİ KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ VE TÜRLERİ

1. BEKİR EŞİTTİ¹

2. BUKET BULUK EŞİTTİ²

Giriş

Bu bölüm, insanlık tarihinin en eski seyahat motivasyonlarından biri olan inanç turizmini ele almaktadır. Bölümde, inanç turizminin tanımı yapıldıktan sonra, bu turizm çeşidi ve motivasyon kaynaklarına göre; Hac ve İbadet Turizmi, Dini Miras Turizmi, Spiritüel Turizm ve Dini Festival Turizmi olarak dört ana başlık altında sınıflandırılmış ve detaylandırılmıştır.

İnsanlık tarihi ve turizm olgusu birlikte incelendiğinde, insanların yer değiştirme hareketlerinin temelinde yatan en köklü motivasyonun "inanç" olduğu görülmektedir. Modern turizm anlayışından yüzyıllar önce, insanlar kutsal kabul ettikleri mekanları ziyaret etmek, dini vecibelerini yerine getirmek için veya manevi bir arayışla zorlu yolculuklara çıkmışlardır. Günümüzde ise

¹ Doç.Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümü, Orcid: 0000-0002-5240-9233

² Doç.Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Orcid: 0000-0001-5646-6166

turizm olgusunun gelişimi ile inanç turizmi, belirli bir turizm niş pazarını tanımlamak için kullanılan bir terim olarak, kolayca tanımlanamamaktadır. Bunun nedeni kısmen, bu niş pazarın arz mı yoksa talep perspektifinden mi tanımlanması gerektiği konusundaki sorulardır. Turizm endüstrisi normalde niş pazarlarını, insanların seyahat motivasyonlarından ziyade, seyahat ederken yaptıkları faaliyetlere göre tanımlar (Timothy ve Olsen, 2006). Bu bakış açısıyla inanç turizmi, sadece dindar bireylerin gerçekleştirdiği bir eylem olmaktan ziyade; tarih, kültür, sanat ve kişisel gelişim arayışındaki kitleleri de içine alan geniş bir şemsiye kavram konumundadır. Turizm sektörünün önemli bir boyutu olan inanç turizmi, destinasyonların tanıtılması için de hayati öneme sahiptir (Raj, 2012). Bu bağlamda inanç turizmini doğru analiz edebilmek için, onu alt türlerine ayırarak incelemek gerekmektedir.

Genellikle dini turizm ve hac turizmi ile eşanlamli kullanılan inanç turizmi, günümüzde küresel seyahat endüstrisinin önemli bir bölümünü temsil etmektedir. Bireylerin veya grupların manevi tatmin, ritüeller, kültürel alışveriş ve miras deneyimleri için kutsal yerlere yaptıkları yolculukları kapsamaktadır. İnanç turizminin ardındaki motivasyonlar, derin manevi bağlılıktan daha geniş kültürel ilgi alanlarına kadar çeşitli bir karışımı yansıtmaktadır (Yadav, ve Bhupathi, 2026).

Özellikle alternative turizm türlerinin gelişimi ile kutsal mekanlar seyahat güzergahlarının bir parçası olmuş ve kültür, miras ve eğitim amaçlı seyahatlerle ilgilenen kişiler için katma değerli yerler olarak kabul edilmiştir (Olsen, 2023). Birçok durumda, inanç turizminin gelişen ekonomik potansiyeli, kutsal mekanların bakımı ve desteği için bir gerekçe olarak kullanılmaktadır. Birçok önemli ve popüler kutsal mekan, her yıl milyonlarca inanç turistini çekmekte ve bu da bu mekanları inanç örgütleri ve çevredeki topluluklar için karlı hale getirmektedir (Shepherd, 2016). Bu bağlamda 2024 ve 2025 yılları için önde gelen pazar araştırma raporu ve uluslararası turizm verilerine (UNWTO, Future Market Insights vb.) göre uluslararası inanç turizmi istatistikleri aşağıdaki tabloya göre şekillenmektedir. Bu veriler, inanç turizminin küresel

turizm pastasından aldığı payın giderek arttığını ve özellikle Asya-Pasifik ile Orta Doğu'nun bu alanda liderliği üstlendiğini göstermektedir (Future Market Insights, 2025).

Tablo 1: Küresel İnanç Turizmi Pazar Büyüklüğü ve Tahminler (2024-2033)

Veri Kategorisi	2024 Değerleri	2030-2033 Projeksiyonu	Yıllık Bileşik Büyüme
Pazar Büyüklüğü (Gelir)	175 Milyar \$ - 286 Milyar \$	630 Milyar \$ - 893 Milyar \$	%14 - %16
Yıllık Turist Sayısı	330 - 350 Milyon Kişi	450 - 500 Milyon Kişi	Artış Eğiliminde
Küresel Turizmdeki Payı	%12.5	%14 - %15	Sabit Artış
Baskın Seyahat Türü	Hac & Umre, Hristiyan Hacı Rotaları	Spiritüel ve Wellness (Esenlik)	Çeşitleniyor

**Not: Pazar büyüklüğü tahminleri, "inanç turizmi" tanımının kapsamına (sadece hac ibadeti mi yoksa kültürel-dini geziler dahil mi) göre raporlarda değişiklik göstermektedir.*

Bu tablo, pazarın mevcut finansal büyüklüğünü ve gelecek projeksiyonlarını özetler niteliktedir. Tabloda farklı araştırma kuruluşlarının (Grand View Research, Market Research Future vb.) ortalama verileri baz alınmıştır. Ayrıca Türkiye bakıldığında genel turizm gelirleri içinde inanç turizminin doğrudan payı resmi olarak ayrıştırılmasa da, kültürel turların içindeki payı üzerinden tahmin yürütülebilmektedir. Aşağıdaki tablolarda (Tablo 2 ve Tablo 3) yer alan veriler Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜİK ve ilgili müze

müdürlüklerinin (Mevlana Müzesi, Efes Müzesi vb.) açıkladığı resmi rakamlar ve sektör raporlarından derlenerek oluşturulmuştur.

*Tablo 2: Türkiye Genel Turizm Verileri ve İnanç Turizminin Payı
(2024 - 2025)*

Veri Kategorisi	2024 Gerçekleşen	2025 Hedefi / Tahmini
Toplam Turist Sayısı	61 Milyon	63 - 65 Milyon
Toplam Turizm Geliri	60 Milyar \$	64 Milyar \$
İnanç Odaklı Turların Payı	%8 - %10 (Tahmini)	Artış Bekleniyor
Öne Çıkan Pazarlar	G. Kore, Japonya, ABD (Hristiyan Rotaları)	İran, Endonezya, Malezya (İslami Rotalar)

Türkiye'nin sadece tekil mekanlar değil, "inanç rotaları" üzerindeki potansiyeli de istatistiklere yansımaktadır. Gelişen rotalarda ülkenin inanç turizmi zenginliği önemli bir belirleyici konumundadır.

Tablo 3: Türkiye'nin Özel İnanç Rotaları ve Potansiyel Verileri

Rota / Bölge	Hedef Kitle	Mevcut Durum ve İstatistiksel Notlar
Yedi Kiliseler (Seven Churches)	Protestan & Katolikler	İzmir, Manisa, Denizli hattı. Özellikle ABD ve Güney Koreli gruplar yoğun ilgi gösteriyor (Yıllık tahmini 150-200 bin özel turisti).
St. Paul Yolu	Doğa & İnanç Yürüyüşçüleri	Antalya - Isparta hattı. Likya Yolu'ndan sonra en popüler ikinci yürüyüş rotası.
Demre (Noel Baba Kilisesi)	Ortodoks (Rusya/Ukrayna)	Rus turistlerin azalmasıyla ziyaretçi sayısında dalgalanma var (Yıllık ort. 300-400 bin).
Meryem Ana Evi (İzmir)	Katolik Hacılar	Efes ziyaretçilerinin yaklaşık %25-30'u burayı da ziyaret eder (Yıllık tahmini 700-800 bin).

Özellikle 2024 yılı Efes ve Mevlana Müzesi için tüm zamanların rekor ziyaretçi sayılarına ulaşılan bir yıl olmuştur. Türkiye'nin "inanç turizmi" potansiyelinin (örneğin İznik Konsili, Göbeklitepe'nin ruhani yönü) tam olarak veriye dökülemediğini ve sadece "kültür turizmi" başlığı altında eridiğini belirtmektedir. 2025'te özellikle "Göbeklitepe - Karahantepe" hattının (Taş Tepeler Projesi) inanç turistlerini daha fazla çekmesi beklenmektedir.

Kültürel zenginleşme veya dini duygularını doyurmayı arayanlar, inanç turizmi destinasyonlarını kişisel veya topluluk katılımı için mekanlar şeklinde hizmet eden yerler olarak düşünmekte ve budurum da yerel bölgeler için sosyal ve ekonomik faydalar sağlamaktadır. Örneğin, Hindistan'daki hac yolculukları artan bir

ilgi görmekte, dini seyahat edenlerin deneyimlerini karşılamak ve geliştirmek için altyapı yatırımlarında da paralel bir şekilde bir artış olduğunu görülmektedir (Bhandari vd., 2024).

İnanç turizmi yerel topluluklar içinde sürdürülebilir kalkınmaya önemli ölçüde katkıda bulunabilmektedir. Turizm yönetiminde paydaş katılımı, kültürel mirası korurken ve yerel ekonomileri desteklerken ziyaretçi deneyimini geliştirebilir (Romanelli vd., 2021; Ulak, 2022). İnanç turistlerinin ihtiyaçlarına göre tasarlanmış konaklama altyapıları, ekonomik ve sosyal değer yaratımı yoluyla yerel topluluklara fayda sağlayıp sürdürülebilir turizm gelişimine yol açabilir. Bu yaklaşım, inanç turizminin sosyal boyutlarını tanımayı gerekli kılmaktadır, çünkü bunlar genellikle topluluk dinamiklerinde dönüşümler içermektedir (Hassan vd., 2022).

Dini mabetler ve mekanlar, maneviyat ve ticariliğin i  i e geçtiği, ziyaretçiler için eşsiz deneyimler yaratan önemli etkileşim noktaları olarak işlev görmektedir. Manevi deneyimler ve turizm dinamikleri arasındaki ilişki oldukça hassastır ve turizm yönetimleri için önemli sonuçlar doğurur (Kim vd., 2019). İnanç turizminde otantik deneyimler etrafındaki tartışmalar, ziyaretçilerle inanç eksenli ve bilinçli bir şekilde etkileşim kurma, hem manevi hem de estetik tatmin ihtiyaçlarının etkili bir şekilde karşılanmasını sağlama destinasyonlar açısından üzerinde durulması gereken konulardır (Bond vd., 2015; Hung Lee vd., 2021).

Ziyaretçileri hacı veya turist olarak sınıflandırmanın karmaşıklığı, tamamen dini güdülerden seküler meraklara kadar uzanan bir yelpazeyi inanç turizmi kapsamında değerlendirmek gerekmektedir. İnanç turizmi sınırlarının bulanıklığı, kişisel ve kolektif anlamların seyahat deneyimleri aracılığıyla tartışıldığı ve inşa edildiği inanç turizmi ortamını daha zengin hale getirmektedir. Bu değişkenlik, özellikle seyahat motivasyonlarının değişen toplumsal normlarla birlikte nasıl evrimleştiğini anlamak destinasyonların verimliliğini ve turist memnuniyetini artıracaktır (Kim vd., 2019). Sonuç olarak, inanç turizmi sadece bir seyahat kategorisinden daha fazlasıdır; maneviyatın, kültürel mirasın ve

sürdürülebilir topluluk gelişiminin kesiştiği zengin bir insan deneyimi dokusunu temsil eder. İnançların yolculuğunun önemi ve kapsamı gelişmeye devam ederken, yerel ekonomiler ve küresel turizm uygulamaları üzerinde inançın etkilerinin daha fazla araştırılması ve inanç turizminin türlerinin belirginleşmesi büyük önem taşımaktadır.

1. İnanç Turizminin Sınıflandırılması

İnanç turizmi, seyahat eden kişinin (turistin) dini aidiyetine bağlı olarak, seyahatin amacına ve ziyaret edilen mekanın inanç turizmi açısından niteliğine göre aşağıdaki gibi kategorize edilebilir:

1.1. Hac ve İbadet Odaklı Turizm (Pilgrimage Tourism)

İnanç turizminin en geleneksel ve çekirdek formudur. Bu kategorideki turist, dini literatürde "Hacı" "Umre yapan kimse Mu'temir" veya "Ziyaretçi" olarak tanımlanır. Seyahatin temel amacı, mensubu olunan dinin emrettiği veya tavsiye ettiği ritüelleri, o dinin kutsal merkezinde gerçekleştirmek, sevap kazanmak ve günahlardan arınmaktır. Hac ve ibadet odaklı ziyaretler, insan toplumlarında yaygın bir dini ve kültürel olgu olup dünyanın büyük dinlerinin önemli bir özelliğidir. Bu faaliyetler 'dışsal ve içsel' olmak üzere manevi amaçlarla ve temelde dini nedenlerden kaynaklanan bir yolculuk olarak tanımlanmıştır (Collins-Kreiner, 2018: 8). Ziyaret edilen yer (Örneğin Müslümanlar için Kâbe-Mekke, Katolikler için Vatikan, Yahudiler için Kudüs-Ağlama Duvarı) inananlar için "Axis Mundi" (Dünyanın Merkezi) sayılmaktadır (Eliade, 1969).

Hac ve İbadet Odaklı turizm, seyahat endüstrisinin önemli ve büyüyen bir bölümünü kapsamakta olup, maneviyat, kültürel kimlik ve boş zaman unsurlarını bir araya getirmektedir. Kültürel, sosyal ve ekonomik faktörlerden etkilenen çeşitli motivasyonlar ve deneyimlerle karakterize edilmektedir. Literatürde hac ve ibadet odaklı ziyaretler çerçevesinde öne çıkan birkaç temel sosyal fikir şunlardı: "ritüel süreci"; dünyanın merkezi olarak kutsal mekan

(Eliade, 1969); iki sosyal statü arasında geçiş aşaması olan “eşik durumu”; hacı topluluklarının karakteristik özelliği olan belirli bir grup dinamiği türüne katılma (Turner & Turner, 1969; 1978); modern insanın hac yolculuğunu temsil eden “otantik” arayışı olarak turizm ve “kutsal bir yolculuk” olarak turizm (akt. Collins-Kreiner, 2020: 146)

1.2. Dini Miras ve Kültür Turizmi (Religious Heritage Tourism)

Bu türde, ziyaretçinin mutlaka o dinin bir mensubu olması gerekmez. Kutsal mekanlar (katedraller, camiler, sinagoglar, tapınaklar), birer ibadethane olmalarının ötesinde; mimari, estetik ve tarihsel birer "kültür varlığı" olarak görülür. Ayrıca bu mekânlar, sanat, mimari, kültür ve festivallerle dolu olup turistler için çekim yaratan başlıca destinasyonlardır (Pande & Shi, 2023). Bu yönleriyle, farklı mezhep ve dinlerden turistlerin yanı sıra dindar olmayan ziyaretçileri de cezbederek, farklı kültür ve geleneklere sahip insanlar arasında karşılıklı anlayış ve saygının geliştirilmesine yardımcı olabilirler (Kasim, 2011).

Bu turizm türüne katılanların temel motivasyonları; eğitim, merak, sanat tarihi incelemesi ve kültürel keşiftir. Ziyaretçi, mekana saygı duymakla birlikte, ritüellere katılım göstermekten ziyade gözlemci konumundadırlar. Bu nedenle bazen ‘Seküler Yaklaşım’ gösterdikleri yönünde tasvir edilmektedirler. Örneğin Ayasofya-i Kebir Cami-i Şerifi'nin mimari yapısını inceleyen bir turist veya Göbeklitepe'yi dinler tarihinin başlangıcı olarak ziyaret eden bir arkeoloji meraklısı bu gruba girebilir.

1.3. Spiritüel (Manevi) Turizm ve Yeni Çağ Arayışları

Spiritüel turizm, daha kurallı olan hac ve ibadet odaklı turizmden farklıdır ve genellikle doğal ortamlarda veya dini merkezlerde anlam, kimlik ve esenliğe katkıda bulunan deneyimler aramaktadır (Kiper vd., 2025). Post-modern dönemle birlikte yükselişe geçen bu tür, kurumsal dinlerden ziyade bireysel maneviyata odaklanır. "Spiritüel turist", bedensel ve zihinsel iyileşme, içsel yolculuk ve

huzur, evrenle bütünleşme, stres atma ve kendini gerçekleştirme arayışındadır. Genellikle "Wellness (Esenlik) Turizmi" ile iç içe geçmiştir. İçsel motivasyon, destinasyonun fizikselliği, turist deneyimi ve ev sahibi topluluk desteği dahil olmak üzere çeşitli boyutları kapsamaktadır (Mishra & Maheshwari, 2025). Spiritüel turizmde turistler ortamı deneyimlemenin yanı sıra rekreatif faaliyetlere (Yoga kampları, meditasyon inzivaları veya sessizlik oruçları gibi) katılabilmektedirler. Mevlevihanelerde yapılan sema törenlerini izleme ve tasavvuf odaklı gezilere katılım bu turizm türüne örnek olarak verilebilir.

1.4. Dini Etkinlik ve Festival Turizmi

İnanç, din ve maneviyat, turistlerin seyahat ve deneyimleri için önde gelen motivasyonlardır ve birçok büyük turistik destinasyon, büyük ölçüde kutsal kişiler, mabetler ve olaylarla olan bağlantıları sonucunda gelişmiştir. Son yıllarda inanaç turizmi açısından uluslararası öneme sahip büyük ölçekli etkinliklere paralel olarak, yerel dini temalı festivaller gibi niş etkinliklerde de belirgin bir büyüme olmuştur. Bunlar genellikle topluluk düzeyinde ve bazen de kamu sektörünün desteğiyle başlatılmakta ve bu tür faaliyetleri toplum teşvik ederek potansiyel bir ekonomik kalkınma aracı olarak kullanabilmektedir (Page & Connell, 2012).

İster kamuya açık olsun; ister özel, ticari veya hayır amaçlı, kutlama amaçlı, anma amaçlı olsun dini etkinlikler insanları bir araya getirerek bir deneyimi paylaşmalarını ve ölçülebilir sonuçlar üretmelerini sağlarlar (Silvers, 2012). Bu turizm türü, belirli bir takvime bağlı olarak gerçekleşen, dini kökenli ancak sosyal ve eğlence yönü de güçlü olan organizasyonları (etkinlikleri ve festivalleri) kapsar. Bu tür, destinasyonlarda dönemsel olarak büyük bir turist yoğunluğu yaratabilmektedir. Turistlerin temel motivasyonları toplumla bütünleşme, kutlama ve deneyimleme çerçevesinde şekillenmektedir. Örneğin Rio Karnavalı (kökeni dini perhiz öncesine dayanır), Avrupa Noel Pazarları, Hindistan'daki Kumbh Mela veya İspanya'daki Semana Santa (Kutsal Hafta) yürüyüşleri bu kapsamda değerlendirilebilir.

2. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

İnanç turizmi, insanlık tarihinin en köklü yer değiştirme motivasyonu olmasının yanı sıra, günümüzde modern turizm endüstrisinin en dinamik ve dirençli niş pazarlarından birini temsil etmektedir. Bu turizm türü sadece dindar bireylerin ibadet amaçlı seyahatlerini değil; tarih, kültür, sanat ve kişisel gelişim arayışındaki geniş kitleleri de kapsayan bir şemsiye kavram haline gelmiştir. Bir turist, kültürel amaçla gittiği bir tapınakta spiritüel bir deneyim yaşayabilir veya hac amacıyla gittiği bir şehirde tarihi yerleri de gezebilir. Turizm profesyonelleri ve akademisyenler için önemli olan, bu motivasyonların çeşitliliğini anlayarak, kutsal mekanların korunması ve sürdürülebilir turizm ilkeleri çerçevesinde yönetilmesini sağlamaktır.

İnanç turizmi, destinasyonların tanıtımı için hayati bir rol oynamakta ve yerel topluluklar için sürdürülebilir kalkınma ile ekonomik faydalar sağlamaktadır. Kutsal mekanların bakımı ve korunması için gerekli olan finansal kaynaklar, genellikle bu turizm türünün yarattığı ekonomik potansiyel ile karşılanmaktadır.

Küresel veriler, inanç turizminin turizm pastasından aldığı payın giderek arttığını göstermektedir. 2024 yılında 175-286 milyar dolar civarında olan pazar büyüklüğünün, 2030-2033 projeksiyonunda 630-893 milyar dolara ulaşması beklenmektedir. Türkiye açısından ise inanç turizmi özellikle Meryem Ana Evi ve St. Paul Yolu gibi önemli inanç merkezleri ve rotalarıyla devasa bir potansiyele sahiptir. İstatistiki göstergelere bakıldığında 2024 yılında Efes ve Mevlana Müzesi'nde rekor ziyaretçi sayılarına ulaşılmıştır. 2025 yılı için ise Göbeklitepe ve Karahantepe (Taş Tepeler Projesi) hattının inanç turistleri için ana çekim noktası olması öngörülmektedir.

Günümüzde turistler, geleneksel hac ibadetlerinin ötesinde; spiritüel esenlik, yoga, meditasyon ve dini festivaller gibi

"deneyim" odaklı faaliyetlere de yönelmektedir. Bu olgular da, destinasyon yönetimlerinin hem manevi hem de estetik tatmin ihtiyaçlarını karşılayacak "otantik" deneyimler sunmasını zorunlu kılmaktadır.

Sonuç olarak, inanç turizmi maneviyatın, kültürel mirasın ve ekonomik gelişimin kesiştiği çok boyutlu bir yapıdır. Yerel ekonomilerin bu pastadan daha fazla pay alabilmesi için inanç rotalarının daha belirgin hale getirilmesi, reklam, tanıtım ve altyapı yatırımlarının artırılması ve kültürel mirasın korunarak ziyaretçi deneyiminin zenginleştirilmesi inanç turizmi açısından büyük önem arz etmektedir.

Kaynakça

Bhandari, H., Mittal, A., & Arora, M. (2024). Influence of memorable tourism experience on attitude towards pilgrimage: a moderated-mediation model with memorable religious experience and religiosity. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 7(2), 1111-1129.

Bond, N., Packer, J., & Ballantyne, R. (2015). Exploring visitor experiences, activities and benefits at three religious tourism sites. *International Journal of Tourism Research*, 17(5), 471-481.

Collins-Kreiner, N. (2018). Pilgrimage-tourism: Common themes in different religions. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 6(1), 8-17.

Collins-Kreiner, N. (2020). Pilgrimage tourism-past, present and future rejuvenation: a perspective article. *Tourism review*, 75(1), 145-148.

Eliade, M. (1969), *The Quest: History and Meaning in Religion*, University of Chicago Press, Chicago, IL.

Future Market Insights (2025). Faith-based Tourism Market Outlook from 2024 to 2034 Erişim Tarihi: 11.15.2025, Erişim Adresi: <https://www.futuremarketinsights.com/reports/faith-based-tourism-sector-overview>

Hassan, T., Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, W., & Carvache-Franco, O. (2022). Segmentation of religious tourism by motivations: A study of the pilgrimage to the city of Mecca. *Sustainability*, 14(13), 7861.

Hung Lee, T., Jan, F. H., & Lin, Y. H. (2021). How authentic experience affects traditional religious tourism development: Evidence from the Dajia Mazu Pilgrimage, Taiwan. *Journal of Travel Research*, 60(5), 1140-1157.

Kasim, A. (2011). Balancing tourism and religious experience: Understanding devotees' perspectives on Thaipusam in Batu Caves, Selangor, Malaysia. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20(3-4), 441-456.

Kim, H., Yilmaz, S., & Ahn, S. (2019). Motivational landscape and evolving identity of a route-based religious tourism space: A case of Camino de Santiago. *Sustainability*, 11(13), 3547.

Kiper, G., Batman, O., & Kiper, V. O. (2025). Turizmin Spiritüeli Olur Mu? Spiritüel (Ruhani) Turizm Üzerine Kavramsal Bir Çalışma. *Journal of tourism research institute*, 6(1), 65-76.

Mishra, D., & Maheshwari, N. (2025). Spiritual tourism development: A comprehensive synthesis for sustainable destination planning and growth. *Journal of Islamic Marketing*, 16(2), 606–626.

Olsen, D. H. (2023). Religious and Faith Tourism and the Politicization of Sacred Sites. In *The Politics of Religious Tourism* (pp. 13-27). GB: CABI.

Page S, & Connell J (2012) *The Routledge Handbook of Events*. London: Routledge.

Pande, K., & Shi, F. (2023). Managing visitor experience at religious heritage sites. *Journal of Destination Marketing & Management*, 29, 100800.

Raj, R. (2012). Religious tourist's motivation for visiting religious sites. *Int. J. Tourism Policy*, 4 (2), 95-105.

Romanelli, M., Gazzola, P., Grechi, D., & Pollice, F. (2021). Towards a sustainability-oriented religious tourism. *Systems Research and Behavioral Science*, 38(3), 386-396.

Shepherd, R.J. (2016) *Faith in Heritage*. In: *Faith in Heritage: Displacement, Development, and Religious Tourism in Contemporary China*. Routledge, London and New York. DOI: 10.4324/9781315428659.

Silvers, J. (2012) *Professional Event Coordination*, 2nd edition. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.

Timothy, D.J. & Olsen, D.H. (2006) *Tourism, Religion and Spiritual Journeys*. Routledge, London. DOI: 10.4324/9780203001073.

Turner, V. & Turner, E. (1969), *The Ritual Process*, Routledge, London.

Turner, V. & Turner, E. (1978), *Image and Pilgrimage in Christian Culture*, Colombia University Press, New York, NY.

Ulak, N. (2022). Prospect of pilgrimage tourism in Namo Buddha area, Kavre. *The Gaze: Journal of Tourism and Hospitality*, 13(1), 1-26.

Yadav, S. J., & Bhupathi, M. M. (2026). Religious Tourism, Economic Behavior, and Global Change: A Multidimensional Study of Devotee Spending at Cultural Festivals. In *Technology, Geopolitics, and the Transformation of International Political Economy* (pp. 399-418). IGI Global Scientific Publishing.

BÖLÜM 4

SAĞLIK TURİZMİ KAPSAMINDA APİTERAPİ UYGULAMALARI

1. HARUN ÇALHAN¹

Giriş

Turizm denince ilk akla gelen dinlenmek, deniz, kum ve güneşin tadını çıkarmak şeklinde düşünülse de son zamanlarda turizm faaliyetleri kapsam ve uygulama yönünden çok fazla çeşitlilik göstermektedir. Turizm politikaları kapsamında sürdürülebilir turizm faaliyetleriyle beraber birçok turizm türü ortaya çıkmıştır (Suna, 2018). Artan dünya nüfusuyla birlikte sağlık sorunlarının ve sağlık maliyetlerinin de artması, aynı zamanda yaşam kalitesinin de yükselmesiyle insanların daha ekonomik ve profesyonel iş yapan ülkelerde sağlık sorunlarına çözüm aramak istemesi sağlık turizmi sektörünün oluşmasına neden olmuştur (Kantar ve Işık, 2014).

Sürdürülebilir turizm anlayışı ve arıcılık faaliyetlerinin sentezlenmesiyle ortaya çıkan bir diğer alternatif turizm türü ise “ilham, eğitim ve gelişme için seyahat” amacıyla gerçekleştirilen ve temel işlevleri arasında sağlık, eğitim, turizm ve sosyal faaliyetler

¹ Doç. Dr., Erciyes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Orcid: 0000-0002-7256-2411

olan apiturizmdir (Çukur ve Çukur, 2021). Son yıllarda popüler olmaya başlayan apiturizm turistlerin arıcılık, arı ürünleri, bal çeşitleri, bal üretimi ve arı kovanlarındaki yaşam hakkında her şeyi öğrenme fırsatına sahip olabildiği bir turistik deneyimdir (Çalhan, 2024). Apiturizm, turizm ve arıcılığın birleşimini kapsamaktadır (Ayaz Dönmez, 2024). Apiterapi kavramı ise bal, polen, arı sütü, bal mumu, arı zehri, propolis gibi arı ürünlerinin insan sağlığını korumak, olası hastalıklardan korunmak ve hastalıkları tedavi etmek amacıyla kullanılması şeklinde tanımlanmaktadır (Özdemir, Ersöz ve Dilek, 2021). Bal içinde şeker olarak glikoz ve früktoz bulunduğundan dolayı insan vücudu tarafından hızla emilmeye başlar ve böylelikle tedavi süreci çok hızlı bir biçimde başlamış olur. Bal, egzama, solunum yolu, yara, yanık, ülser gibi hastalıkların tedavisinde sıklıkla kullanılmaktadır. Apiterapi yöntemi, genellikle hastane ortamında tedavi olmayı tercih etmeyen ve ilaç kullanamayan hastaların sıklıkla yöneldiği alternatif bir tedavi yöntemidir (Çakmak, 2001; Güleç, Oktay, Çılgınoğlu ve Güleç, 2024).

Bu çalışmada, temel işlevlerinden biri olarak bünyesinde sağlığı da barındırması sebebiyle apiturizm kapsamında yer alan apiterapi uygulamaları sağlık turizmi bağlamında ele alınmış ve Türkiye’de apiturizm uygulaması yapan T.C. Sağlık Bakanlığı denetiminde faaliyette bulunan sağlık uygulama merkezlerine değinilmiştir.

Sağlık Turizmi Olgusu

Sağlığın, insan yaşamı ve gelişimi için en önemli ve en değerli şey olduğuna inanılır. Sağlık başka bir kişiden satın alınamaz veya başkasına satılamaz bir olgudur. Bireysel zenginliği ve belirli bir insana atfedilen özel bir değeri temsil eder. Çalışan insanların fiziksel, zihinsel, ruhsal (bireysel ve toplumsal farkındalıkla ilgili) ve sosyal açıdan sağlıklarını koruyabilmeleri için boş zamanlarında

dinlenmeleri gerekir, çünkü aksi takdirde bedenleri zayıflayabilir ve uzun vadede hastalıklara açık hale gelebilir. "Sağlığın ya sahip olunan ya da olunamayan bir şey olduğunu" iddia etmek aşırı basitleştiricidir. Sağlık, sürekli olarak ilgilenilmesi gereken bir şeydir; insanlar sağlıklarını aramalı, hastalıklarını (varsa) tedavi ettirmeli, vücutlarını daha formlu hale getirmeli ve her şeyden önce olası hastalıkları önlemelidir. Sağlıklı yaşam tarzlarına artan ilgi, fiziksel ve zihinsel aktiviteyle birleşince, mevcut boş zaman geçirme kalıplarının değişmesine doğrudan katkıda bulunmuştur. Bu durum turizmde 3S (deniz, kum, güneş) modelinden 3E (eğlence, heyecan, eğitim) ve 3A (aksiyon, eğlence, macera) modellerine geçişi ortaya çıkarmıştır (Roman, Roman ve Wojcieszak-Zbierska, 2023).

Bir bireyin belirli bir amaç çerçevesinde yaptığı seyahat ve geçici konaklamalar turizm kapsamında ele alınmaktadır. Sağlık amacıyla yapılan seyahatler tarihsel açıdan yeni bir kavram değildir. Antik çağlardan beri insanlar sağlık ve şifa arayışı içinde bulundukları yerden başka yerlere seyahat etmişlerdir (Demir, 2020). Sağlık sebebiyle yapılan seyahatler ve geçici konaklamalar sağlık turizmi kapsamında ele alınmaktadır (Özer ve Sonğur, 2012). Sağlık konusunda insanlar, sadece kendi ülkelerinin imkânlarıyla sınırlı kalmayıp diğer ülkelerdeki sağlık sistemlerini ve sağlık uygulamalarını da araştırarak en kaliteli hizmeti en iyi fiyata almayı amaçlamaktadırlar. Bu amaç doğrultusunda yapılan tüm turizm hareketleri sağlık turizmi olarak adlandırılmaktadır (Aydın, 2012). Sağlık turizmi, temel motivasyonu tıbbi ve sağlıklı yaşam temelli faaliyetler yoluyla fiziksel, zihinsel ve/veya ruhsal sağlığa katkıda bulunmak olan ve bireylerin kendi ihtiyaçlarını karşılama ve çevrelerinde ve toplumda daha iyi bir birey olarak işlev görme kapasitelerini artıran turizm türlerini kapsamaktadır (Ceti ve Unluonen, 2020).

Sağlık turizmi son yıllarda yükselen bir trend haline gelmiştir. Birçok ülke, ihracatta önemli bir hizmet haline geldiği için

son yıllarda sağlık turizmine odaklanmaktadır. Küreselleşmenin bir sonucu olarak sağlık turizminin popüleritesi son yıllarda artmış olmakla birlikte, sağlık turizminin en az iki bin yıldır varlığını sürdürdüğü ifade edilebilir (Omay ve Cengiz, 2013). Sağlık turizmi, eski çağlardan beri insanların toplu yerleşim yerlerinden uzaklaşıp başka yerlerdeki doğal kaynaklara giderek kendilerine dönme, zihni dinlendirme gibi ihtiyaçlarını karşıladıkları turizm hareketidir (Özkurt, 2007). İnsanların yaşadığı yerden başka bir yere giderek koruyucu, önleyici, tedavi ve rehabilite edici sağlık hizmetlerini alması sağlık turizmi olarak adlandırılmaktadır (Özsarı ve Karatana, 2013; Bozça, Kırarç ve Kırarç, 2017). Sağlık turizmi hastaların ve refaketçilerinin bulundukları yerden tedavi amacıyla başka bir ülkeye, bölgeye, şehre gitmeleriyle başlayan, sağlık, konaklama, yeme-içme, gezme-görme vb. hizmetlerin alınmasını kapsayan ve tedavilerinin tamamlanmasından sonra yaşadıkları yere geri dönmesiyle tamamlanan süreç olarak ifade edilmektedir (Tontus, 2018).

Dünya nüfusunun artması, yaşam kalitesinin yükselmesi ve çeşitli ülkelerdeki tıbbi maliyetlerin artması nedeniyle, daha düşük maliyetlerle yüksek kaliteli tedavilerin gerçekleştirildiği bazı ülkelerde sağlık turizmi sektörünün yükselişi yaşanmıştır. Sağlık turizminin ortaya çıkmasına neden olan bir diğer etken ise dünya nüfusunun artan şekilde yaşlanmasıdır. Sağlık turizminin küresel ölçekte yükseliş göstermesinin temel hızlandırıcı nedenleri; hastalar için uzun bekleme listelerinden kaçınmak, daha kaliteli tedaviyi daha ucuza almak, tıpta ileri teknolojiye ulaşmak, tıbbi hizmet maliyetlerini düşürmek, kronik hastaların, yaşlıların veya engellilerin başka bir yere gidip tedavi olma ihtiyacını ortadan kaldırmak, uyuşturucu veya başka bir madde bağımlılığı olan kişilerin farklı veya daha uygun ortamlarda tedavi olma istekleri, tedavinin yanı sıra seyahat etme ve kültürel ziyaretlerde bulunma

isteği, kişinin yaşam isteği ve yaşam m¼cadelesi şeklinde açıklanabilir (İştar, 2016).

Sağlık turizminin beklenenden daha olumlu etkileri vardır. Örneğin, hizmet tabanlı bir sektör olması nedeniyle sağlık turizmi, rezervlerin korunmasına yardımcı olur. Ayrıca insan kaynaklarının becerilerinin gelişmesine yardımcı olur ve sadece kalifiye çalışanlar için değil, aynı zamanda vasıfsız ve yarı kalifiye çalışanlar için de istihdam yaratır. Yeni tıbbi binaların inşası, bahçıvan, aşçı vb. gibi farklı iş pozisyonları gerektirdiğinden ekonomi ¼zerindeki çarpan etkisi çok y¼ksektir. Dahası, sağlık turizmine yapılan yatırımlar, turist kabul eden ¼lke vatandaşlarının yaşam kalitesini artırır. Diğer yandan, sağlık turistleri tek başlarına seyahat etmeyi tercih etmedikleri için daha fazla turistin ¼lkeye gelmesine katkı sağlar (Omay ve Cengiz, 2013).

G¼n¼m¼zde, teknolojik gelişmelerle birlikte, bireylerin sağlık hizmeti almak için birçok farklı ¼lkeye kolayca seyahat edebildiğini ve turist kabul eden ¼lkeler açısından sağlık turizminin turizm gelirlerinde önemli bir paya sahip olduğunu söylemek mümkündür (Ceti ve Unluonen, 2020). Sağlık turizmi, g¼n¼m¼z¼n en hızlı büyüyen hizmet sektör¼ olmuştur. Sağlık turizmi, herkesin kaliteli sağlık hizmetlerine ulaşmasını sağlayan, istihdam oranını artıran ve ekonomileri destekleyen bir sektör haline gelmiştir. Sağlık turizminin ortaya çıkışı, tıp alanındaki gelişmelerle bağlantılı olarak gerçekleşmiştir. Sağlık turizmi, genel cerrahi veya özel uzmanlık gerektiren diğer alanlarda tıbbi tedavi uygulamalarına ihtiyaç duyan hastalara özel "uygun maliyetli" tedavi sağlamak amacıyla turizm sektör¼yle iş birliği yapan bir sektördür (İştar, 2016).

Sağlık Turizmi Kapsamında Apiterapi

Apiturizm olarak adlandırılan turizm tür¼, apiterapi ve arıcılığın ¼rünlerinden gelişmiştir. Apiturizm, ekoloji, gıda ve tıbbi anlamda profesyonel arıcılık ve arı ¼rünleriyle ilgili özel bir turizm

türüdür. Turistler, arı kovanlarını, arıcılık müzelerini ve açık hava müzelerini ziyaret ederek, arıcılığın tarihini, geleneklerini ve türlerini tanıyabilmekte, belirli bir ülkenin kültürel ve doğal güzelliklerini tecrübe edebilmektedir. Apiturizmin temel özelliklerinden biri sosyal sorumluluktur çünkü benzersiz bir turistik deneyim aracılığıyla anlayışı, sosyal bütünlüğü ve eğitimi teşvik eder. Apiturizm, kırsal alanların canlandırılmasına ve özgün kültür ve geleneklerin korunmasına yardımcı olur. Geleneksel kırsal etkinlikler de birçok fırsat sunar. Bu, apiturizmin yalnızca sağlıkla ilgili ürün ve hizmetler sunan bir faaliyet değil, aynı zamanda disiplinler arası bir faaliyet olduğu anlamına gelir (Suligoj, 2021).

Apiturizm, gelenek, alternatif tıp ve arıcıların sürdürülebilir gelir getirici faaliyetlerinin kesiştiği bir alan olarak sürdürülebilir arıcılık, niş, tarihi miras ve sağlık turizmini bir araya getirir. Arıcılığa yönelik faaliyetlerin temelinde (arı ürünleri, apiterapi, arı kovana havası, arı müzeleri, üretim faaliyetleri, tarihi arıcılık faaliyetleri, görseller ve diğerleri), arıcıları ve girişimcileri çekmek, sektör ile ülke gelirini artırmak amaçlanmaktadır. Bal arısının izleri, gıda, kozmetik, eczane ve ilaç gibi çok çeşitli alanlarda görülebilir (Topal vd., 2021).

Apiterapi kavramı ise, bal arısı ürünlerinin tedavi amacı ile kullanılması anlamına gelmektedir. Alternatif bir tedavi yöntemi olarak kullanılan bal ürünlerinin kullanımı çok eskilere dayanmaktadır. Sağlık alanında alternatif tedavi yöntemlerinin kullanımı genel olarak son zamanlarda hızla artış gösterdiği ve bununla beraber arı ürünlerinin kullanımının da popüler hale geldiği gözlenmektedir (Ekici ve Gölgeci, 2021). Apiterapi olarak adlandırılan arı ürünleri ile tedavi yöntemi son zamanlarda dünya genelinde ani bir yükselişle popüler olmaya başlamıştır. Arıcılıktan elde edilen arı ürünlerinden, bal, polen, propolis, arı sütü, arı zehri ve balmumu halk arasında en çok bilinen ve yüzlerce yıldır birçok hastalığa karşı doğal antibiyotik olarak iyi geldiği ve kullanıldığı

bilinen ürünlerdendir (Karaman, Artık, Küçükersan, Halıcı ve Çelik, 2017).

Eski Mısırlılar, arıları hükümdarlarının armalarına yerleştirir, firavun mezarlarının duvarlarına resmederlerdi. Göz, böbrek ve mide rahatsızlıklarını tedavi etmek için bal kullanılmasının önerildiği bir kayıt da bu döneme aittir. Kayıta ayrıca lapalar, merhemler ve diğer karışımlardan da bahsedilmektedir. Balın bir sağlık aracı olarak kullanımının tıp tarihinden çok daha eski olduğu açıktır. En eski tıbbi tarif, M.Ö. 2000 civarında Sümerlere dayanmaktadır ve diğer malzemelerin yanı sıra baldan da bahsedilmektedir. Dini kitaplarda da bu tariften bahsedilir. Dahası, eski Doğu tıbbi bitki, hayvan ve mineral zehirlenmelerine karşı balı önermektedir. Budist kültüründe bal, yaşamı uzatan bir bileşen olarak kabul edilmektedir. Antik Çin'de Tang Hanedanlığı döneminde bal, çürük oluşumunu önlemek ve cilt bakımı için tavsiye edilmiştir. Bal ve diğer arı ürünlerinin tedavi amaçlı önerildiğine dair benzer kayıtlar, balın faydalarının Hipokrat ve Aristo tarafından anlatıldığı Hint ve Yunan kültürlerinin yanı sıra Roma kültüründe de bulunmaktadır. Benzer kayıtlar, kimya ve teknoloji kullanılarak balın etkilerinin bilimsel olarak araştırılmasının başlamasıyla birlikte tarih boyunca günümüze kadar ulaşmıştır. Arı ürünlerinin sağlık üzerindeki olumlu etkileri üzerine yapılan araştırmaların sayısı her geçen gün artmaktadır (Soligoj, 2021).

Arıların ürettiği bal, propolis, polen, arı zehri ve sütü gibi özgül ürünlerin kimyasal yapısı ve biyolojik özellikleri sayesinde pek çok alternatif alanda uygulanabilirliği ve günümüzde de alternatif tıp uygulamalarında kullanılması bu ürünlerin yüzyıllardır varoluşunu ve önemini ortaya koymaktadır (Onbaşlı, Yuvalı Çelik, Kahraman ve Kanbur, 2019). Bilimde yeni bir disiplin olarak sayılan apiterapi, 1990'lı yıllarda hızlı bir büyümeyle beraber önem kazanmıştır. Apiterapi yeni bir bilim dalı olarak, arı ürünlerinin; insanlarda beslenme bozukluklarında, beslenme eksikliklerinde ve

başka diğer hastalıkların tedavisinde tıptaki yerini almaktadır (Çakmak, 2001).

Arı ürünleri, ilaç firmaları tarafından sentetik olmamaları, standardizasyon problemleri, içeriğinin bulunduğu bölgeye göre değişiklik göstermesi ve patent sorunlarından dolayı çok fazla tercih edilmemekle beraber modern tıpta yeterince yer edinememiştir. Ancak son yıllarda sentetik ilaçların hastalıklar üzerinde etki göstermemesiyle, yan etkilerinin çok fazla ortaya çıkmasıyla, ilaç firmalarına olan güvenin sarsılmasıyla insanlar alternatif tedavi yolları aramaya başlamış olup arı ürünleri de tıbbın destekçisi olarak alternatif bir yöntem olarak önem kazanmıştır (Onbaşı vd., 2019). Yeni bir disiplin olarak araştırılmaya başlanan apiterapiyle beraber toplum tarafından bal ürünlerinden mucizevi ilaçlarmış gibi ümit beklemek, bilimsel araştırma ve çalışmalarla desteklenmeden yanlış kullanımlarına sebep olmak son derece hatalıdır (Çakmak, 2001). Apiterapi, geleneksel tıptan ayrı, alternatif tıp olarak sınıflandırılabilir. İnsanlar balın ve diğer arı ürünlerinin sağlık yararlarının farkındadır ve geleneksel olarak bunları küçük rahatsızlıkları ve yaralanmaları tedavi etmek için kullanmaktadır. Apiterapi sistematik, bütünsel ve organize bir pazar sunumuna dönüştüğünde, çağdaş bir olgu olan apiturizmin bir parçası haline gelmiştir (Soligoj, 2021).

En bilinen arı ürünlerinden olan bal, polen, arı sütü, arı zehri ve propolis sağlığın korunması, hastalıkların önlenmesi ve iyileştirilmesi amacıyla alternatif ve destek tedavi yöntemi olarak kullanılmaktadır. Bal arıları; ürettikleri kendilerine özgü ürünlerin kimyasal yapısı ve biyolojik özellikleri sayesinde değişik alanlarda kullanılması, tedavi maksadıyla modern tıpta ve alternatif ve tamamlayıcı tıpta uygulanmasıyla yüzyıllardır varlığını sürdürmekte ve her geçen gün üzerine olan ilgiyi daha fazla yukarıya çekmektedir (Tuna, 2021).

Arı ürünlerinin yapılan araştırmalarla; antikanser, antimikrobiyal, antiinflamatuvar, antioksidan, immünomodülatör etkileri apiterapiye olan merakı arttırmış ve apiterapinin alternatif tıpta yer bulmasına ve kullanım alanlarının genişlemesine de katkı sağlamıştır. Bununla birlikte sadece geleneksel ve alternatif tıptaki kullanımıyla da kalmayarak laboratuvar testlerinde ve klinik çalışmalarda arı ürünlerinin etkinliği ve yararları bildirilmiştir (Onbaşlı vd., 2019). Son yıllarda modern tıbbın yanında geleneksel ve tamamlayıcı tıbbın yeniden önem kazanmasıyla arı ürünlerine ve apiterapiye olan ilgi ve talepte açık şekilde artış yaşanmaktadır (Kekeçoğlu, 2021).

Yüzlerce yıldır doğal ürünler sağlığın korunması ve hastalıkların tedavi edilmesi için kullanılmıştır. Son yıllarda kimyasal ilaçların bilinçsiz tüketimine bağlı gelişen ilaç direnci, ilaçların yan etkileri ve kanser vakalarının artışı modern tıbbi alternatif başka çözüm yolları aramaya yönlendirmiştir. Arı  r nleri de bu alternatif tedavi yollarının en önemlileri arasında yer almaktadır. 2014 yılında yayınlanan geleneksel ve tamamlayıcı tıp uygulamaları yönetmeliğiyle birlikte ülkemizde apiterapi alanında çalışmalar başlatılmış ve apiterapi kursları ve merkezleri de kurulmaya başlanmıştır (Sorucu, 2019).

Apiterapinin Temel Unsurları

Tarihi çok eski dönemlere dayanan, alternatif bir tedavi yöntemi olan apiterapi; tedavi amaçlı olarak bal arısı ürünlerinin kullanımı anlamına gelmektedir. Günümüzde; sağlık alanında tedavide alternatif bir yöntem olarak doğal yöntemlerin yeniden popülerleşmesiyle beraber arı ürünlerinin kullanımı da hızla yaygınlaşmaya başlamıştır. Bu  r nler içerisinde de en bilinenleri; bal, polen, arı sütü, propolis ve arı zehridir (Altıntaş ve Bektaş, 2018).

Apiterapi ve Bal

Bal yüzyıllardır şifalı bir besin olarak ilaç gibi kullanılmaktadır. İnsanlar tarafından ilk üretiminin M.Ö. 4000'li yıllara dayandığı bilinen bal; insan beslenmesi ve sağlığı açısından her zaman önemli bir ürün olmuştur (Onbaşlı vd., 2019). Bal, bitki nektarlarının, bitkilerin canlı kısımlarının salgılarının veya bitkilerin canlı kısımları üzerinde yaşayan bitki emici böceklerin salgılarının bal arıları tarafından toplandıktan sonra kendine özgü maddelerle birleştirilerek değişikliğe uğrattığı, su içeriğini düşürdüğü ve petekte depolayarak olgunlaştırdığı doğal bir üründür (Onbaşlı vd., 2019). Bal arıları öncelikle bitkilerin çiçeklerindeki salgı bezleri tarafından salgılanan tatlı, şekerli sıvıları emici dilleri ile bal midesinde toplar ve kovana getirir. Kovanda petek hücrelerine kendi salgılarını da ekleyerek nektar adı verilen bu tatlı şekerli sıvıları depolarlar. Nektarın bala dönüşmesi sürecinde ise devreye işçi arılar girer ve gerekli işlemler ve eklemeler, işçi arılar tarafından yapılır (Çakmak, 2001).

Önemli bir besin olmasıyla beraber doğal bir antioksidan olan bal, aynı zamanda bağışıklığın güçlendirilmesi, yaraları iyileştirmesi ve bazı solunum sistemi hastalıklarının tedavisinde destek tedavi olarak kullanılmaktadır. Bal ticari olarak da çok değerli olup ciddi oranda üretimi ve ticareti yapılmaktadır. Fenolik bileşiklerden ve balın içeriğinde bulunan osmotik yapısından ve yine yapısındaki glikoz oksidaz enziminin oluşturulan hidrojen peroksitten dolayı bal antibakteriyel bir özelliğe sahiptir. Balın bütünü ve tadı; arıcının işletme sürecinde kullandığı yöntemden, nektar kaynağına, balın yapıldığı bölgedeki iklim kadar birçok değişkene bağlı olarak farklılık göstermektedir. Balın içeriğindeki prolin miktarı, şeker ve glukonik asit miktarına göre tadı değişmektedir. Balın aromasını ve kalitesini yine balın içinde bulunan uçucu ve yarı uçucu organik bileşenler büyük oranda etkilemektedir. Temel maddeler olarak balın yapısını monosakkaritler (früktöz ve glikoz), disakkaritler (sukroz, maltoz,

izomaltoz, maltuloz ve turanoz) ve oligosakkaritlerden oluşan karbonhidratlar oluşturmakta olup; balın bileşimi alındığı kaynağın türüne, üretildiği döneme ve üretim metoduna göre değişiklik göstermektedir (Parlakpınar ve Polat, 2021).

Antimikrobiyal, antibakteriyel, antioksidan özellikleri olduğu bilinen balın; ağız ve diş sağlığı üzerine de birçok olumlu etkisi vardır. Antibakteriyel özelliğine bağlı olarak bal tüketimi, çürük oluşumuna yol açan bakterilerin engellenmesini sağlar ve ağızda oluşan diş çürümelerine karşı koruyucu etki sağlar. Antimikrobiyal özelliği sayesinde de dental plak oluşumuna ve diş iltihabına karşı da ağız ve diş sağlığını koruduğu bilinmektedir (Aydın ve Tekeoğlu, 2018). Binlerce yıldır bal; özellikle yara ve yanıkların tedavisinde, mide rahatsızlıklarında ve cilt rahatsızlıklarında kullanılmaktadır. Yapılan birçok bilimsel çalışmada balın mide ve bağırsakla ilgili bozukluklarda, yara ve yanıkların iyileşmesinde antimikrobiyal olarak etkili olduğu ve mide rahatsızlıklarına karşı gastrik koruma sağladığını kanıtlamıştır. Enfeksiyonların çabuk temizlenmesinde, yaralardan ölü dokuların hemen atılmasında, iltihaplanmanın önlenmesinde yaraların hızla onarılmasında bal önemli rol oynamaktadır. Ayrıca karaciğer rahatsızlıklarının tedavi edilmesinde de yardımcı olabileceği yapılan çalışmalarla ortaya koyulmuştur (Ulusoy, 2012). Meme kanseri, lösemi, rahim ağzı kanseri, böbrek hücreli kanser, kolon kanseri, mesane kanseri, ağız kanseri, prostat kanseri, kemik kanseri ve beyin kanseri gibi çeşitli tümör hücrelerinde de balın kanser önleyici etkisi gözlemlenmiştir (Onbaşı vd., 2019).

Balın apiterapi amacıyla kullanılacağı zaman dikkat edilmesi gereken en önemli nokta balların “ham bal” olmasıdır. Filtrasyon, pastörizasyon ve ısıl işlem görmeyen ballar ham bal olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca ham balda invertaz ve glikoz oksidaz enzim aktiviteleri için sıcaklığın 45°C'nin üzerinde olmaması da önemli bir noktadır (Kekeçoğlu, 2021).

Apiterapi ve Polen

Polen çiçekli bitkilerin döllemesini sağlayan erkek üreme birimi bitkilerinin antenlerinde bulunur. Bal arıları ise bu polenleri ayakları ile toplayıp arka ayaklarında biriktirir ve kovana getirir. Kovanda ise kendi sindirim enzimleri ile karıştırıp petek gözlerinde saklarlar (Sorucu, 2019). Kendi tükürüğüyle karıştırıp pelet haline getirdiği bu polenler artık çiçek poleni olmaktan çıkıp arı poleni olarak adlandırılır. Arılar polenleri yavrularını beslemek için toplarlar. Arı poleni, yavruların büyüyüp gelişmesi için gerekli vitamin, mineral ve proteinleri yapısında bulundurmasından dolayı ve arı sütü üretimi için son derece önemlidir (Ekici ve Gölge, 2021).

Arı poleni genellikle dünyanın en iyi gıda ürünlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Vitaminler, pigmentler, esansiyel aminoasitler ve fenolik bileşiklerden oluşan güçlü antioksidanlar olarak işlev görürler. Bu zengin içeriği sayesinde antikanserojen, antioksidan, antimikrobiyal ve immün sistemini güçlendirici çalışmalarda oldukça olumlu sonuçlar vermiştir (Sipahi, Göç Rasgele ve Kaya, 2021). Polenin, Avrupa'da insan beslenmesinde kullanımı doğal bir besin olması sebebiyle oldukça artmıştır. Yine Avrupa da son yıllarda yapılan bilimsel çalışmalarda polenin; kanser türleri, prostat ve alerjik hastalıklar üzerindeki olumlu etkilerine yoğunlaşmıştır (Aydın ve Tekeoğlu, 2018). Ayrıca son derece besleyici özelliğe sahip olan polen, arı ürünleri üretimi yaygın olan ülkelerde; polen tabletleri, polen sıvıları, polen granülleri ve polen şekerlemeleri halinde halka sunulmaktadır. Türkiye'de genellikle kurutularak, tabletler halinde ya da bala batırılarak tüketilmektedir (Tolon, 1997).

Polen günlük vitamin, protein ve mineral ihtiyacının karşılanması için insanlar tarafından doğrudan tüketilebilir. Polenin çok güçlü bir antibakteriyel etkisinin olduğu yapılan çalışmalarla kanıtlanmıştır. X ışınlarına karşı da koruyucu etkisinin olduğu,

radasyonun zararlı etkilerini azalttığı da yapılan çalışmalarla sunulmuştur. Bağışıklık sistemini uyarıcı etkileriyle meme, prostat ve kolorektal gibi farklı kanser türlerinde de kanserin gelişimine karşı olumlu etkilerinin olduğuna dair çalışmalar artmaktadır. Yüksek irtifa hastalığının semptomlarına iyi gelmesi nedeniyle de pilotlar, dağcılar ve yüksek rakımlarda bulunanlar için de önemli bir gıda maddesidir (Aydın ve Tekeoğlu, 2018).

Apiterapi ve Arı Sütü

Arı sütü, işçi arıların kraliçe arı ve larvaları beslemek için yutak altı ve alt çene bezlerinden salgılanan özel bir maddedir. Beyaz-sarımsı renkte, olup jel kıvamında ve asidik bir yapısı bulunmaktadır (Sipahi vd., 2021). Yüzyıllar boyunca arı sütü, insanların ilgisini çekmiş, fiziksel gücü desteklemek için de kullanılmış ve yaşlanma karşıtı etkilerinden dolayı da kullanım alanı bulmuştur. Arı sütünün antibakteriyel, antiaging, antitümoral, antialerjik etkileriyle bazı solunum yolu hastalıklarında, pankreatit, kemik kırıklarında, saç uzamasında ve büyümeyi hızlandırıcı gibi biyolojik etkilerinin de olduğu ortaya konulmuştur (Parlakpınar ve Polat, 2021).

Arı sütü, temel yağ asitlerini, mineralleri, kollajenleri, A, B5, B6, C, D, E vitaminlerini ve aminoasitleri içeriğinde bulundurmaktadır (Sorucu, 2019). Arı sütünün diyabet hastalarında, hiperkolesterolemide ve göz kuruluğu tedavilerinde de etkinliğinin olduğuna dair yapılan çalışmalar vardır (Sipahi vd., 2021). Ticari olarak kâr oranının yüksek olması ve biyolojik özelliği ile de dünya üzerinde arı sütü çiftlikleri açılmaya başlamış olup Türkiye’de de arı sütü alanında üretim yapan arıcıların sayısında artış meydana gelmiştir (Sorucu, 2019).

Apiterapi ve Propolis

Propolis; bal arılarının, bitkilerin filiz ve tomurcuklarından, ağaç gövdelerinden topladığı yapışkan bir maddedir. Yapışkan

madde olan propolisi arılar soğuk kış günlerinde kovanlarında oluşan delikleri kapatmak için ve kovan içinde ölen yabancı böcek ve arıları kaplayarak kovan içinde oluşabilecek mikroorganizmal faaliyetleri de önlemeye kapatmak için kullanırlar (Tolon, 1997).

Propolis çok çeşitli biyolojik aktivitelere ve farmasötik özelliklere sahiptir. Propolisin, kanser hücreleri üzerinde olumlu etkiye sahip olduğu yapılan çalışmalarla gösterilmiştir. Sağlığı bozulmuş bağırsak mikrobiyotası üzerinde de olumlu etkisinin olduğuna dair çalışmalar mevcuttur. Birçok bakteriye ve virüslere karşı da antimikrobiyal etkisinin olduğu, ağrılarda ve cilt problemlerinde de etkisinin olduğu yapılan çalışmalarla ortaya koyulmuştur. Diş iltihaplarına karşı da kullanılan propolisin diş hekimliği uygulamalarında da başarılı sonuçlar verdiği belirtilmektedir (Sipahi vd., 2021).

Apiterapi ve Arı Zehri

Arı zehri apitoksin olarak da bilinmekte olup, arıların karın boşluğunda bulunan zehir bezlerinde üretilip, zehir kesesinde depo edilmesiyle oluşur. Arılar sokma sırasında iğneleri ile bu zehri enjekte ederler. Arı iğnesi yumurtlama organının yapısal olarak değişikliğe uğramış şekli olup erkek arılar da bulunmaz kraliçe arı ve işçi arılarda bulunur. Yani arı sokma özelliği sadece işçi ve kraliçe arılarda olur, erkek arılarda olmaz. Arı iğnesi doğrudan zehir kesesiyle bağlantılı olup arının sokması esnasında; arı iğnesi sokulan canlının derisinden içeriye doğru ilerler. Bu işlem sırasında zehir kesesinde bulunan arı zehri, zehir kanalı aracılığı ile sokulan yere enjekte edilmiş olur (Altıntaş ve Bektaş, 2018).

Arı zehri, fiziksel özellik olarak açık renkte, kokusuz, sıvı bir maddedir ve keskin ve acı bir tada sahiptir, aromatik bir özelliği vardır (Onbaşı vd., 2019). Arı zehri oldukça karmaşık bir kimyasal yapıya sahiptir (Altıntaş ve Bektaş, 2018). Arı zehrinin tıptaki kullanım alanı birçok hastalığa iyi gelmesiyle beraber her geçen gün

artmaktadır. Arı zehri, bağışıklık sistemini güçlendirici, kan dolaşımını arttırıcı etkisiyle romatizmal hastalıklarda, kanser tedavilerinde; kemotorapik ürünlerin içerisinde yer almaktadır (Ekici ve Gölgele, 2021).

Arı zehri tıpta; bel ve adale ağrısı, romatizma, eklem ve sinir iltihaplarının tedavisinde kullanılmakta olup kuvvetli bir antibiyotiktir. Atardamarlardaki kan akışının hızını değiştirip kanı sulandırarak pıhtılaşmanın önüne geçen arı zehri kalp hastalığı ve yüksek tansiyon riskini azaltmaktadır (Tolon, 1997). Arı zehrinin tedavi esnasındaki en büyük riski ise alerjik faktörünün olmasıdır (Ekici ve Gölgele, 2021). Kullanımı sırasında özellikle alerjik durumlara karşı oldukça dikkatli olunması gerekmekte olup, hastanın özgeçmişi sorgulanmakla beraber gerekli bütün testlerin yapılması ve kullanım sonrasında da hastanın alerjik reaksiyon gelişme durumu açısından takip edilmesi gerekmektedir (Parlakpınar ve Polat, 2021).

Türkiye’de Apiterapi Uygulama Merkezleri

Akut veya kronik birçok hastalıkta uygulanabilen apiterapi son zamanlarda dünya çapında yükselen bir değerdir. Bal, arı zehri, propolis, arı sütü ve arı poleni tedavi amacıyla kullanılabilen izinli uygulamalardır. Son yıllarda geleneksel ve tamamlayıcı tıp uygulamalarına ilginin artmasıyla beraber ülkemizde 2014 yılında geleneksel ve tamamlayıcı tıp uygulamaları yönetmeliği ile resmi olarak uygulanabilecek geleneksel ve tamamlayıcı tıp uygulamaları belirlenmiştir. Ulusal kongrelerle beraber apiterapi uygulamalarının, hizmet kalitesi düşmeden daha çok merkezde yapılabilmesi için devamlı desteklenmesi ve apiterapist sayısının artması gerekmektedir. Bunun yanında özellikle birinci basamakta apiterapi farkındalığının oluşturulması, kişilerin apiterapi konusunda farkındalığının arttırılması önem arz etmektedir (Öztürk ve Ünal, 2018).

2014 yılında yayınlanan geleneksel ve tamamlayıcı tıp uygulamaları yönetmeliğiyle beraber belirlenen standartlara uygun olarak aşağıda sıralanan uygulama merkezlerinde yönetmeliğe uygun apiterapi uygulamaları yapılmaktadır (Sağlık Bakanlığı, 2025).

- Batman Eğitim ve Araştırma Hastanesi
- Bursa Yüksek İhtisas Eğitim ve Araştırma Hastanesi
- Düzce Üniversitesi Sağlık Uygulama ve Araştırma Merkezi
- İstanbul Medipol Üniversitesi Medipol Mega Hastaneleri
- İstanbul Sağlık Bilimleri Üniversitesi Bağcılar Eğitim ve Araştırma Hastanesi
- Malatya Eğitim ve Araştırma Hastanesi
- Muğla Eğitim ve Araştırma Hastanesi
- Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Eğitim ve Araştırma Hastanesi
- Samsun Eğitim ve Araştırma Hastanesi
- Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Sağlık Uygulama ve Araştırma Merkezi

Sonuç

Sağlık turizmi, apiturizm ve apiterapi olgularının incelendiği bu çalışma kapsamında ilgili olguların tanımlarına, tarihsel kökenlerine, insan sağlığı açısından önemine, sektörel ve tüketici açısından ortaya koyduğu temel faydalara yönelik bilgiler sunulmuştur. Sağlık turizmi bağlamında ele alınan apiterapi uygulamaları çerçevesinde bal, polen, arı sütü, propolis ve arı zehri mevcut alan yazına dayalı olarak irdelenmiştir. Çalışmanın sonunda

Türkiye’de geleneksel ve tamamlayıcı tıp uygulamaları kapsamında apiterapi uygulaması yapılan merkezlere ilişkin bilgi sunulmuştur. Çalışmanın bu alanda çalışma yapan araştırmacılara ve konuya yönelik bilgi düzeyini artırmak isteyen okuyuculara katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

Kaynakça

Altıntaş, L., & Bektaş, N. (2019). Apiterapi: 1. arı zehri. *Uludağ Arıcılık Dergisi*, 19(1), 82-95.

Ayaz Dönmez, N. (2024). Turist perspektifinden apiturizm: Rehberli turlara ilişkin ziyaretçi yorumlarının incelenmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 21(2), 447-468.

Aydın, O. (2012). Türkiye’de alternatif bir turizm; sağlık turizmi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(2), 91-96.

Aydın, Y., & Tekeoğlu, İ. (2018). Tamamlayıcı tıp ve güncel apiterapi uygulamaları. *Journal of Biotechnology and Strategic Health Research*, 2(2), 64-73.

Bozça R., Kırac. Ç., & Kırac R. (2017). Sağlık turizmi SWOT analizi: Erzincan. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 6(3), 157-163.

Ceti, B., & Unluonen, K. (2020). Economic evaluation of health tourism in Turkey. *Journal of Tourismology*, 6(1), 99-109.

Çakmak, İ. (2001). Apiterapi. *Uludağ Arıcılık Dergisi*, 1(3).

Çalhan, H. (2024). Apiturizmin Avrupa ve Türkiye’deki gelişiminin değerlendirilmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 21(2), 271-291.

Çukur F., & Çukur T. (2021). Muğla ili arıcılık potansiyelinin apiturizm açısından değerlendirilmesi. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 27(2), 113-122.

Demir, B. (2020). Sağlık turizmine dair. Ahmet Yıldız (Ed.), İçinde: *Sağlık Turizminde Öne Çıkan Ülkeler Sağlık Sistemleri ve Dünya Sağlık Turizmindeki Yerleri* (s.1-33). Ankara: Atlas Akademik Basım.

Ekici, T., & Gölgeli, A. (2021). Geleneksel ve tamamlayıcı tıpta apiterapi. *Sağlık Bilimleri Dergisi*, 30(2), 200-203.

Güleç, E., Oktay, K., Çılgınoğlu, H., & Güleç, N. (2024). Kastamonu ilinin apiturizm potansiyelini belirlemeye yönelik bir çalışma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 12(3), 1730-1748.

İştar, E. (2016). Health tourism in Turkey: A study on newspapers. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 1(3), 26-35.

Kantar, G., & Işık, E. (2014). Türkiye’de sağlık turizmi. *Sağlık Akademisyenleri Dergisi*, 1(1), 15-20.

Karaman, M. R., Artık, N., Küçükersan, K., Halıcı, Z., & Çelik, M. (2017). Sağlıklı beslenme ve apiterapi için değerli bir arı ürünü: Perga (bee bread). *Gıda 2000 Gıda Teknoloji ve Tarım Dergisi*, 180, 1-10.

Kekeçoğlu M. (2021). Apiterapi ürünlerindeki üretim sorunları. *Türkiye Klinikleri Traditional and Complementary Medicine-Special Topics*, 2(2), 257-263.

Omay, E. G. G., & Cengiz, E. (2013). Health tourism in Turkey: Opportunities and threats. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(10), 424-431.

Onbaşı, D., Yuvalı Çelik G., Kahraman S., & Kanbur M. (2019). Apiterapi ve insan sağlığı üzerine etkileri. *Erciyes Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi*, 16(1), 49-56.

Özdemir, G., Ersöz, E., & Dilek, N. (2021). Apitherapy and health. *Black Sea Journal of Health Science*, 4(2), 168-174.

Özer, Ö., & Songur, C. (2012). Türkiye'nin dünya sağlık turizmindeki yeri ve ekonomik boyutu. *Mehmet Akif Ersoy University Journal of Social Sciences Institute*, 4(7), 69-81.

Özkurt, H. (2007). Sağlık turizmi tahvilleri. *Maliye Dergisi*, 152(1), 122-142.

Özlem Ö., & Songur C. (2012). Türkiye'nin dünya sağlık turizmindeki yeri ve ekonomik boyutu. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(7), 69-81.

Özsarı S. H., & Karatana, Ö. (2013). Sağlık turizmi açısından Türkiye'nin durumu. *Kartal Eğitim ve Araştırma Hastanesi Tıp Dergisi*, 24(2), 136-144.

Öztürk, O., & Ünal, M. (2018). Apiterapi ve I. Ulusal Apiterapi Kongresi. *Konuralp Medical Journal*, 10(1), 126-127.

Parlakpınar, H., & Polat, S. (2021). Apiterapi ürünlerinin biyokimyasal içeriği. *Türkiye Klinikleri Traditional and Complementary Medicine-Special Topics*, 2(2), 38-48.

Roman, M., Roman, M., & Wojcieszak-Zbierska, M. (2023). Health tourism-subject of scientific research: A literature review and cluster analysis. *International Journal of Environmental Research Public Health*, 20, 480.

Sağlık Bakanlığı (2025). GETAT uygulama merkezleri. URL: <https://shgmgetatdb.saglik.gov.tr/TR-21264/uygulama-merkezleri.html>

Sipahi, N., Göç Rasgele, P., & Kaya, E. (2021). Apiterapi ürünlerinin farmakolojik özellikleri. Atayoğlu At (Ed.), Apiterapi. 1. Baskı. (s.55-60). Ankara: Türkiye Klinikleri.

Sorucu A. (2019). Arı ürünleri ve apiterapi. *Veteriner Farmakoloji ve Toksikoloji Derneği Bülteni*, 10(1), 1-15.

Şuligoj, M. (2021). Origins and development of apitherapy and apitourism. *Journal of Apicultural Research*, 60(3), 369-374.

Suna B. (2018). Apiturizmin Türkiye'deki yeri ve önemi. *Uludağ Arıcılık Dergisi*, 18(1), 42-51.

Tolon B. (1997). Apiterapi; arı ürünlerinin insan sağlığındaki önemi. *Hayvansal Üretim*, 37(1), 73-83.

Tontus, H. Ö. (2018). Sağlık turizmi tanıtımı ve sağlık hizmetlerinin pazarlanması ilkeleri üzerine değerlendirme. *Disiplinlerarası Akademik Turizm Dergisi*, 3(1), 67-88.

Topal, E., Adamchuk, L., Negri, I., Kösoğlu, M., Papa, G., Dârjan, M. S., Cornea-Cipcigan, M., & Mărgăoan, R. (2021). Traces of honeybees, api-tourism and beekeeping: From past to present. *Sustainability*, 13(21), 11659.

Tuna, H. (2021). Sağlık turizmi kapsamında geleneksel, tamamlayıcı ve fonksiyonel tıp turizmi. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 259-281.

Ulusoy E. (2012). Bal ve apiterapi. *Uludağ Arıcılık Dergisi*, 12(3), 89-97.

BÖLÜM 5

EKOTURİZM BAĞLAMINDA TREKKING ROTALARININ SÜRDÜRÜLEBİLİR YÖNETİMİ

SERCAN ARAS¹
YAĞMUR YILDIRIM²

Giriş

Son otuz yılda doğa temelli turizm faaliyetlerine yönelik artan talep, trekking rotalarının gerek ulusal gerekse uluslararası ölçekte hızla yaygınlaşmasını sağlamıştır. Bu gelişme, trekkingi rekreasyonel bir etkinlik olmaktan çıkararak, korunan alan yönetimi, kırsal kalkınma, ziyaretçi deneyimi ve çevresel sürdürülebilirlik tartışmalarının merkezine yerleştirmiştir. Özellikle ekoturizm bağlamında trekking rotaları, doğal çevreye erişim sağlarken aynı zamanda kırılğan ekosistemler üzerinde fiziksel ve sosyo-kültürel baskılar üretebilen karmaşık bir durum yaratabilmektedir (Leung & Marion, 1996; Marion & Wimpey, 2017).

¹ Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Orcid: 0000-0003-0770-3692

² Yüksek lisans öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm Rehberliği Anabilim Dalı, Orcid: 0009-0000-4499-6549

Ekoturizm, sürdürülebilir turizmin bir alt dalı olarak, doğal alanlara yönelik turistik faaliyetlerin koruma, eğitim ve yerel fayda sağlama ilkeleri doğrultusunda gerçekleştirilmesini öngörmektedir. Dünya Ekoturizm Zirvesi'nde kabul edilen Québec Bildirgesi, ekoturizmin ayırt edici niteliğini; doğal ve kültürel mirasın korunmasına katkı sağlaması, yerel toplulukların refahını desteklemesi ve ziyaretçilere çevresel farkındalık kazandırması olarak tanımlamaktadır (Québec Declaration on Ecotourism, 2002). Bu çerçevede trekking rotaları hem turistlerin kullandığı patikalar hem de koruma hedefleri, ziyaretçi yönetimi ve yerel paydaşlarla kurulan ilişkiler aracılığıyla ekoturizmin temel ilkelerinin sahada belirgin bir şekilde kendini gösterebilen mekânsal sistemlerdir.

Bununla birlikte, trekking rotalarının hızlı biçimde yaygınlaşması, sürdürülebilir yönetim eksikliklerini de görünür kılmaktadır. Literatürde patika yüzeyinde sıkışma, erozyon, doğal bitki örtüsünün tahribatı ve patika genişlemesi gibi çevresel etkilerin; kullanım yoğunluğu, rota tasarımı ve bakım uygulamalarıyla doğrudan ilişkili olduğu ortaya konmuştur (Leung & Marion, 1996). Marion ve Wimpey (2017) ise sürdürülebilir patika tasarımı ve bakımının, trekking faaliyetlerinden kaynaklanan toprak kaybını anlamlı ölçüde azaltabileceğini göstermektedir. Bu bulgular, trekking rotalarının sürdürülebilirliğinin yalnızca ziyaretçi sayısının sınırlandırılmasıyla değil, bilimsel temelli planlama ve sürekli izleme mekanizmalarıyla sağlanabileceğini göstermektedir.

Ekoturizm Kavramı ve Tarihçesi

Günümüzde çağın getirdiği yenilikler ve gelişmeler turizm açısından da birçok beklentinin değişmesine yol açmıştır. Bu değişimler sonucu, doğal ve kültürel çevrede özellikle kitle turizminin olumsuz etkileri görülmektedir. Bu konuda insanların bilinçlenmesiyle çevreye ve doğaya karşı daha duyarlı olma, sürdürülebilirliğini sağlamak için doğal alanlara sahip çıkma, gelecek kuşaklara daha iyi bir çevre bırakma isteği oluşmuştur. Bu

nedenle doğa temelli alternatif turizm çeşitleri ortaya çıkmıştır. Bunların başında ekoturizm gelmektedir (Akbaba & Özel, 2024; Kasalak, 2015).

Ekoturizm kelime kökeni Yunanca oikos (ev) ile logos (kelime) kelimelerinin birleşmelerinden oluşan, canlılar ve çevresiyle etkileşimini inceleyen ve bilimsel olarak ekoloji şeklinde tanımlanan kelimedenden meydana gelmiştir (Kuter & Ünal, 2009). Ekoturizm kelimesi ilk kez 1965 yılında Hetzer tarafından kullanılmıştır. 1970'li yıllarda hızla gelişen kitle turizmin çevreye vermiş olduğu zararlardan dolayı, 1980'li yıllarda ekoturizm gelişim göstermiştir (Tutcu, 2021). 1991 yılında yeni bir tanım oluşturan Uluslararası Ekoturizm Topluluğu (The International Ecotourism Society) ekoturizmi; yerel halka ekonomik fayda sağlayan ve çevreye zarar vermeden doğal alanlara düzenlenen seyahatler olarak tanımlamıştır (Kasalak, 2015).

Ekoturizm; doğal ve kültürel değerlerin korunarak gelecek nesillere aktarılmasını sağlayan, yerel halkın refah düzeyine katkıda bulunan ve doğayı korumayı içerisinde barındıran doğa temelli bir turizm faaliyetidir (Yılmaz, Tercan, Karataş, & Yüzbaşıoğlu, 2023).

Ekoturizmin Amacı ve Özellikleri

Ekoturizm kültürel değeri olan yerleri ve korunmuş, bozulmamış doğal alanları inceleme, araştırma, yaban hayatı gözlemleme ve bu yerlerin önemini anlama gibi amaçları içeren seyahatlerdir (Tekin, 2017). Ekoturizm çerçevesinde yapılan geziler genelde az sayıda katılımcıyla gerçekleştirilmektedir. Bu alanda faaliyet gösteren tesisler ise; genelde ailelerin oluşturduğu küçük çaplı işletmelerden oluşmaktadır (Küçükaslan, 2007).

Ekoturizm, doğa ve doğada bulunan bitki türlerinden yaban hayvanlarına, kültürel ve doğal alanlara yapılan tüm seyahatleri (araştırma, inceleme vb.) içinde barındıran bir turizm çeşidi

olduğundan doğa turizmi olarak tanımlanmaktadır (Köroğlu & Karaman, 2014).

Ekoturizm hakkında farklı tanımlar olsa da genel özellikleri konusunda ortak düşünceleri içermektedir. Bu düşünceleri sıralamak gerekirse (Akay & Zengin, 2012);

- Doğaya dayalı olması,
- Biyolojik çeşitliliğin korunması,
- Yerel halkın ekonomisine katkı sağlaması,
- Turizm aktivitelerinin olumsuz etkilerini azaltmak için aktivite sorumluluğunun turistlere ve yerli halka verilmesi,
- Geri dönüş ihtimali olmayan kaynakların en az düzeyde kullanılması,
- Yerel halkın istihdamına yönelik katkı sağlamasıdır.

Ekoturizmin İlkeleri

Ekoturizm, bilinçsizce veya duyarsızca yapıldığında doğal ve kültürel alanlarda geri dönüşü mümkün olmayan büyük zararlara neden olmaktadır. Bu bağlamda ekoturizmi koruyan ilkeler bulunmaktadır. TIES'e (Uluslararası Ekoturizm Derneği) göre ilkeler şu şekilde belirtilmektedir (Saraçoğlu & Kanca, 2023):

- Fiziksel, sosyal, davranışsal ve psikolojik etkileri en az seviyeye indirilmesi,
- Çevresel ve kültürel bilincin artırılması ve saygı duyulması,
- Turistler ve yerel halkın deneyimlerine olumlu etkiler sağlaması,
- Doğal ve kültürel alanlar için ekonomik faydalar sağlaması,

- Yerel toplum ve işletmeler için finansal faydalar yaratılması,
- Turistlere, ev sahibi ülkelerin siyasi, doğal ve sosyal ortamlarına karşı duyarlılığı artırmayı hedef alan unutulmaz deneyimler sunulması,
- Doğal ve kültürel alanlara minimum düzeyde olumsuz etkisi olan tesisler tasarlanarak inşa edilmesi ve işletilmesinin sağlanması,
- Yerel toplumun haklarını, inançlarını, değerlerini benimseyerek ve güçlenmelerini sağlamak için birlikte çalışma imkânı sağlanmasıdır.

WTO ise (Dünya Turizm Örgütü) ekoturizm ilkelerini şu şekilde ifade etmektedir (Kuter & Ünal, 2009):

- Turizmin doğal ve kültürel çevreye verdiği zararın minimum düzeye indirilmesi,
- Ziyaretçilere ve yerel topluluklara doğal ve kültürel çevrenin korunmasına ilişkin eğitimlerin verilmesi,
- Turizmin yerel toplulukların gereksinimlerini karşılayan, yerel yönetim ve yerel topluluklarla birlikte yapılan bir ticaret olarak gösterilmesinin sağlanması,
- Koruma altına alınan doğal ve kültürel alanların yönetilebilmesi için kaynak ayrılması,
- Turizmin olumsuz etkilerinin minimum düzeye indirilmesi için doğal ve kültürel alanlara yönelik uzun süreli inceleme ve değerlendirme çalışmalarının desteklenmesi,
- Turizmin yerel toplulukların ekonomisine fayda sağlamak amacıyla geliştirilmesinin sağlanması,
- Turizmin gelişiminin destinasyonun sosyal ve doğal çevrenin kapasitesini artırmaya yönelik olması,

- Çevre ile uyum içinde, doğal yaşamı (flora ve fauna) korumayı hedefleyen turizm yatırımları ve çalışmaları düzenlenmesidir.

Ekoturizm Aktiviteleri

Doğa temelli turizm içerisinde birçok faaliyet bulunmaktadır. Bu faaliyetler; kuş gözlemciliği, rafting, kamp-karavan, foto safari, dağcılık ve doğa yürüyüşü (trekking) gibi faaliyetleri içermektedir (Çavuşoğlu & Kolbakır, 2023).

Kuş Gözlemciliği; kuşların doğal ortamlarında gözlemlenip, tanımlanması faaliyetidir (Çakıcı & Harman, 2006).

Rafting; su debisi, eğimi, akış hızı yüksek olan akarsularda botlarla yapılan bir spor dalıdır (Özgenç, Tuğluer, Gül, & Uzun, 2014).

Kamp-Karavan; doğal ortamlarda kısa süreli gezmek, dinlenmek, eğlenmek, günlük hayattan uzaklaşmak, otele bağımlı kalmadan istenilen zamanda istenilen yerde konaklamak, aktiviteler yapmak için çadır ya da karavanla yapılan konaklama faaliyetleridir (Altuntaş, Köşeler, & Mercan, 2024).

Foto safari; bitkileri, hayvanları, manzaraları, doğal olayları, kültürel yapıları, yerel toplumları vb. birçok doğal güzellikleri yerinde fotoğraf çekmek isteyenlerin katıldığı faaliyetlerdir (Paslı & Paslı Çelikkanat, 2019).

Dağcılık; manzarası, havası ve doğal ortamları güzel olan yerlerde yapılan dağ yürüyüşü, dağ tırmanışı gibi aktiviteleri içermektedir (Somuncu, 2004; Çelik, 2018).

Trekking (doğa yürüyüşü); doğal manzaraları keşfederken aynı zamanda keyif almayı amaçlayan doğal yapısı bozulmamış alanların patikalarında belirli bir süreyi içeren gezilerdir (Poudel & Nyaupane, 2011).

Trekking

Trekking kavramı, gündelik yürüyüşten (walking) ve kısa süreli doğa yürüyüşlerinden (hiking) ayrılarak; çoğu zaman daha uzun süreli, daha zorlayıcı arazi/iklim koşullarında gerçekleşen, kimi durumda konaklamalı ve lojistik bileşenleri (rehberlik, rota planlama, ekipman, güvenlik) daha belirgin olan bir doğa temelli turizm etkinliği olarak ele alınmaktadır (Gyimothy & Mykletun, 2004). Trekking, doğayla yakın temas kurarak belirli bir amaç için yapılabileceği gibi sadece zevk almak için de yapılabilecek yavaş ve etapsal olarak zorluk derecelerine sahip yürüyüş olarak da tanımlanabilmektedir (Kaur, 1980). Trekking, doğaya dayalı turizm faaliyetleri içerisinde önemli bir konumda bulunmaktadır. Kiper ve Arslan (2007), trekkingi doğal peyzajın, topografyanın ve kültürel çevrenin birlikte deneyimlendiği bir faaliyet olarak ele almaktadır. Bu yönüyle trekkingin yalnızca fiziksel değil, aynı zamanda algısal ve bilişsel boyutları olduğunu vurgulamaktadır. Bu kapsamda trekking, katılımcının doğayı tüketen değil, doğayla etkileşim kuran bir özne konumuna yerleşmesini önelemektedir. Kavramsal olarak genel anlamda trekking; doğa temelli, deneyim odaklı, mekânsal ve kültürel boyutları olan, sürdürülebilirlik ve çevresel farkındalık ilkeleriyle ilişkilendirilen çok katmanlı bir turizm faaliyetidir diyebiliriz.

Trekkingin Tarihsel ve Kültürel Gelişimi

Trekkingin tarihsel gelişimi, insanın mekânla kurduğu ilişki ve hareketlilik pratikleriyle yakından ilişkilidir. Rival (2002), trekkingin modern bir turizm faaliyeti olarak görülmeden önce tarihsel ve kültürel bir yaşam biçimi olduğunu ortaya koymaktadır. Amazonya'da Huaorani topluluğu üzerine yaptığı kapsamlı çalışma, trekkingin bu toplum için ekonomik bir zorunluluktan ziyade, sosyal ilişkileri, kimliği ve tarihsel sürekliliği yeniden üreten bir pratik olduğunu göstermektedir.

Modern anlamda trekkingin gelişimi ise sanayi devrimi sonrası döneme dayanmaktadır. Kaur (1980), trekkingin modern toplumlarda doğaya dönüş arayışının bir sonucu olarak ortaya çıktığını savunmaktadır. Mekanikleşmiş kent yaşamı, bireyleri doğal çevreyle yeniden temas kurabilecekleri faaliyetlere yöneltmiştir. Bu durum trekkingi hem bedensel hem de zihinsel bir kaçış alanı haline getirmiştir.

Avrupa’da dağcılık ve uzun mesafe yürüyüş pratikleri 19. yüzyıl sonu ile 20. yüzyıl başında çeşitli kulüpler/dernekler aracılığıyla kurumsallaşmış; patika işaretleme, barınak/kulübe ağı, haritalama ve “doğada doğru davranış” normlarının standartlaştırılmasıyla geniş kitlelere yayılmıştır. Leister (2019), Den Norske Turistforening’in (Norveç Turist Derneği) 150 yılı aşkın süredir trekkingi teşvik ettiğini ve ülke genelinde 500’ün üzerinde kulübe ve 20.000 km’den fazla işaretli yaya rotasının gönüllülerce sürdürüldüğünü ve rehberli turların 1932’den beri gerçekleştirildiğini belirtmiştir.

Türkiye özelinde trekkingin tarihsel gelişimi, antik yollar ve göç güzergâhlarıyla ilişkilidir. Kiper ve Arslan (2007), Anadolu’daki tarihi yolların günümüzde trekking rotalarına dönüştürülmesinin hem kültürel mirasın korunması hem de kırsal turizmin geliştirilmesi açısından önemli olduğunu belirtmektedir.

Trekking Rotalarının Sürdürülebilir Yönetimi

Trekking rotalarının sürdürülebilir yönetimi, doğa turizminin geleceği açısından kritik bir konudur. Kontrolsüz biçimde geliştirilen trekking rotaları, doğal çevrede geri dönüşü zor tahribatlara yol açabilmektedir. Warth (1985), dağlık bölgelerde yürüyüş yollarının plansız biçimde açılmasının ekosistem üzerinde ciddi baskılar yarattığını erken dönemde vurgulamıştır.

Sürdürülebilir trekking yönetimi, rotaların belirlenmesinden başlayarak, kullanım kapasitesinin planlanmasını gerektirmektedir.

Kiper ve Arslan (2007), Anadolu örneğinde trekking güzergâhlarının belirlenmesinde SWOT analizi ve uygunluk değerlendirmelerinin önemine dikkat çekmektedir. Bu yaklaşım, her doğal alanın trekking faaliyetine uygun olmadığını ve seçici planlamanın gerekliliğini ortaya koymaktadır. Türkiye bağlamında yapılan çalışmalar, trekking ve doğa yürüyüşü rotalarının planlanmasında taşıma kapasitesi, rehberlik uzmanlığı ve standartların eksikliğinin sürdürülebilirliği tehdit ettiğini ortaya koymaktadır (Kiper & Arslan, 2007; Tekin, 2017). Benzer şekilde, turist rehberleri perspektifinden yürütülen nitel araştırmalar, doğa yürüyüşü faaliyetlerinin sürdürülebilirliğinde rehberlerin çevresel etik, ziyaretçi davranışı ve risk yönetimi konularında belirleyici bir role sahip olduğunu göstermektedir (Ön, Akyurt Kurnaz & Güzel, 2021).

Uluslararası örnekler, trekking rotalarının sürdürülebilir yönetiminin kurumsal yapı gerektirdiğini göstermiştir. Ween ve Abram (2012), Norveç Trekking Derneği'nin rota işaretleme, bakım ve eğitim faaliyetleriyle trekkingi düzenli ve kontrollü bir sistem hâline getirdiğini ifade etmiştir. Bu model, sürdürülebilir trekking yönetimi açısından önemli bir referans oluşturmaktadır. Yine benzer şekilde uluslararası ölçekte Nepal'in Great Himalaya Trails (GHT) yaklaşımı, trekking rotası yönetimi için kapsamlı bir standardizasyon ortaya koymuştur. Nepal'de Kültür, Turizm ve Sivil Havacılık Bakanlığı tarafından "Trail Standards Guidelines"ın (TSG) 2017'de rotaları standartlaştırma ve derecelendirme amacıyla başlatıldığı görülmüştür. Kılavuzun planlama, inşa, yönetim ve bakım için "en iyi uygulamalar" ve "uluslararası kabul gören standartları" Nepal'in coğrafi zorluklarına uyarladığı ifade edilmiştir. TSG'nin ayrıca GHT markasının uygulanmasında denetim, altyapı geliştirme, akreditasyon ve sertifikasyon süreçlerine temel oluşturduğu; işaretleme, patika güvenliği değerlendirmesi, çevresel derecelendirme ve rota boyunca işletmelerin sorumlu yönetimi gibi dört ana alanda fayda üretmeyi

hedeflediği belirtilmiştir. Bu model, sürdürülebilir rota yönetiminin “standart, denetim, hizmet kalitesi, marka değeri” eksenlerinde entegre bir sistem kurduğunu göstermektedir.

Öte yandan trekking rotalarının sürdürülebilirliği, iklim değişikliği gibi dışsal baskılarla da sınılanır. Nepal Annapurna bölgesinde saha verilerine dayanan bir çalışmada, yoğun yağışın sezonda turist sayısını azalttığı ve “karla kaplı dağlar”ın azalmasının zamanla talebi düşürebileceği yönünde yerel paydaş ifadelerine yer verilmiştir (Rayamajhi, 2012). Bu bulgular, sürdürülebilir rota yönetiminin yalnızca patika bakımı değil, iklim riskleri, mevsimsellik kaymaları, enerji kaynakları ve yerel geçim stratejileriyle birlikte ele alınması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Sonuç

Ekoturizm bağlamında trekking rotalarının sürdürülebilir yönetimi, çevresel etkiler, ziyaretçi yönetimi, rehberlik uygulamaları ve yönetim boyutlarını bir arada ele alan bütüncül bir çerçeve içerisinde değerlendirilmiştir. Literatürde sıklıkla doğa temelli rekreasyonun “düşük etkili” bir faaliyeti olarak sunulan trekkingin, uygun biçimde planlanmadığı ve yönetilmediği durumlarda kırılgan ekosistemler üzerinde önemli baskılar oluşturabildiği görülmektedir. Bu durum, trekking rotalarının yalnızca turistik kullanım alanları olarak değil, uzun dönemli koruma ve sürdürülebilirlik hedefleri doğrultusunda yönetilmesi gereken mekânlar olarak değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır.

Bölüm kapsamında ele alınan çalışmalar, trekking rotalarının sürdürülebilirliğinin tek bir değişkenle açıklanamayacağını ortaya koymaktadır. Patika tasarımı, zemin özellikleri, eğim ve drenaj gibi fiziksel faktörlerin yanı sıra, kullanım yoğunluğu, ziyaretçi davranışı ve bakım uygulamaları da çevresel etki düzeyini belirleyen temel unsurlar arasında yer almaktadır. Buradan hareketle trekking rotalarının sürdürülebilir yönetimi, taşıma kapasitesi, kabul

edilebilir değişim sınırları ve düzenli izleme mekanizmaları gibi bilimsel temelli yaklaşımların benimsenmesini zorunlu kılmaktadır. Literatürde vurgulanan bu yaklaşımlar, sürdürülebilirliğin yalnızca koruma odaklı bir hedef değil, aynı zamanda deneyim kalitesini ve destinasyonun uzun vadeli rekabet gücünü destekleyen bir unsur olduğunu göstermektedir.

Ekoturizm perspektifinden bakıldığında, trekking rotalarının yönetimi yalnızca çevresel etkilerin azaltılmasıyla sınırlı değildir. Yerel toplulukların katılımı, yerel ekonomik faydanın güçlendirilmesi ve kültürel peyzajın korunması, sürdürülebilir trekking yönetiminin ayrılmaz bileşenleri olarak öne çıkmaktadır. Türkiye bağlamında yapılan çalışmalar, trekking rotalarının kırsal kalkınma ve turistik ürün çeşitlendirmesi açısından önemli fırsatlar sunduğunu; ancak bu potansiyelin plansız ve kontrolsüz uygulamalarla hızla aşınabileceğini ortaya koymaktadır. Bu nedenle, trekking rotalarının ekoturizm ilkeleri doğrultusunda yönetilmesi, yalnızca çevresel değil, aynı zamanda sosyo-ekonomik sürdürülebilirliğin sağlanması açısından da kritik öneme sahiptir.

Bölümde vurgulanan bir diğer önemli unsur, rehberlik ve çevresel yorumlama uygulamalarının sürdürülebilir trekking yönetimindeki rolüdür. Rehberler, ziyaretçi davranışlarının yönlendirilmesi, çevresel etik ilkelerin aktarılması ve risklerin yönetilmesi açısından sahadaki en etkili aktörler arasında yer almaktadır. Bu durum, trekking rotalarının sürdürülebilirliğinin yalnızca fiziksel altyapı ve standartlarla değil, aynı zamanda insan faktörü ve mesleki uzmanlıkla doğrudan ilişkili olduğunu göstermektedir. Rehberlik sistemlerinin güçlendirilmesi ve standartlaştırılması, ekoturizm bağlamında trekking faaliyetlerinin sürdürülebilirliğini destekleyen temel politika araçlarından biri olarak değerlendirilebilir.

Uluslararası örnekler, trekking rotalarının sürdürülebilir yönetiminde kurumsal çerçevelerin ve standartların önemini açık

biçimde ortaya koymaktadır. Nepal’de uygulanan patika standartları gibi girişimler, trekking rotalarının planlama, bakım ve denetim süreçlerini sistematik hale getirerek sürdürülebilirliği ölçülebilir ve izlenebilir bir yapıya kavuşturmaktadır. Bu tür modeller, ekoturizm kapsamında trekking rotalarının yönetiminde gönüllülüğe dayalı uygulamaların ötesine geçilmesi ve kurumsal yönetişim mekanizmalarının geliştirilmesi gerektiğini göstermektedir.

Kaynakça

Geçerli Akay, B., & Zengin, B. (2012). Ekoturizm Kaynaklarının Geliştirilmesi: Doğu Marmara Bölgesi Örneği. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 2012(2), 115-122.

Akbaba, M., & Özel, G. (2024). Ekoturizm Kapsamında Kilis İli Doğa Yürüyüşü Rotaları Üzerine Bir Değerlendirme. Kesit Akademi Dergisi, 10(39), 88-107.

Altuntaş, E. C., Köseler, S., & Mercan, Ş. O. (2024). Karavan Turizmi. A. T. Bayram, & H. T. Kavlak içinde, Turizm Araştırmaları IV (s. 127-145). Gaziantep: Özgür Yayınları.

Çakıcı, A. C., & Harman, S. (2006). Kuş Gözlemciliğinin Önemi: Türkiye'de Kuş Gözlemciliğinin Profili. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 17(2), 161-168.

Çavuşoğlu, F., & Kolbakır, E. S. (2023). Doğa Temelli Turizme Katılan Turistlerin Seyahat Motivasyonlarını ve Yaşam Doyumlarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 25(1), 358-377.

Çelik, S. (2018). Alternatif Turizm. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 11(56), 193-204.

Gyimóthy, S., & Mykletun, R. J. (2004). Play in adventure tourism: The case of Arctic trekking. Annals of Tourism Research, 31(4), 855–878.

Jagdish K. (1980) Thrills of Trekking, Tourism Recreation Research, 5:2, 29-30, DOI: 10.1080/02508281.1980.11015013

Kasalak, M. A. (2015). Dünya’da Ekoturizm Pazarı ve Ekoturizm’in Ülke Gelirlerine Katkıları. Journal of Recreation and Tourism Research, 2(2), 20-26.

Kaur, J. (1980). Thrills of trekking. *Tourism Recreation Research*, 5(2), 29–30

Kiper, T., & Arslan, M. (2007). Anadolu’da doğa turizmi kapsamında doğa yürüyüşü güzergâhlarının belirlenmesinde örnek bir çalışma. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 4(2), 165–178.

Köroğlu, Ö., & Karaman, S. (2014). Doğaya Dayalı Turizm Faaliyetlerinin Gelişiminde Toplum Temelli Doğal Kaynak Yönetiminin Önemi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2014(1), 95-106.

Kuter, N., & Ünal, H. E. (2009). Sürdürülebilirlik Kapsamında Ekoturizmin Çevresel, Ekonomik ve Sosyo-Kültürel Etkileri. *Kastamonu University Journal of Forestry Faculty*, 9(2), 146-156.

Küçükaslan, N. (2007). Özel İlgi Turizmi. Bursa: EKİN Basım Yayın Dağıtım.

Leister, W. (2019). Strengthening tourists’ engagement in guided hiking and trekking. *Administrative Sciences*, 9(2), 45.

Leung, Y.-F., & Marion, J. L. (1996). Trail degradation as influenced by environmental factors: A state-of-knowledge review. *Journal of Soil and Water Conservation*, 51(2), 130–136.

Marion, J. L., & Wimpey, J. (2017). Assessing the influence of sustainable trail design and maintenance on soil loss. *Journal of Environmental Management*, 189, 46–57

Özgenç, E. K., Tuğluer, M., Gül, A., & Uzun, Ö. F. (2014, Mayıs 8-14). Antalya-Köprüçay Rafting Merkezinin Turizm ve Rekreatyonele Yönden Mevcut Durum Analizi. III. Uluslararası Odun Dışı Orman Ürünleri Sempozyumu, 809-819. Kahramanmaraş, Turkey.

Paslı, M. M., & Paslı Çelikkanat, N. (2019). Giresun İlinin Ekoturizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 10(Ek Sayı), 297-306.

Poudel, S., & Nyaupane, G. P. (2011). Exploring the Roles of Tour Guides in Trekking Tourism. UMass ScholarWorks.

Québec Declaration on Ecotourism. (2002). Québec Declaration on Ecotourism. World Ecotourism Summit.

Rayamajhi, S. (2012). Linkage between tourism and climate change: A study of the perceptions of stakeholders along the Annapurna trekking trail. Nepal Tourism and Development Review, 2(1), 61–83.

Rival, L. M. (2002). Trekking through history: The Huaorani of Amazonian Ecuador. Columbia University Press.

Saraçoğlu, S., & Kanca, B. (2023). Ekoturizm. O. Karkacier, & M. Korkmaz içinde, Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Alanında Akademik Araştırma ve Derlemeler III (s. 541-570). Ankara: Platanus Yayıncılık.

Somuncu, M. (2004). Dağcılık ve Dağ Turizmindeki İkilem: Ekonomik Yarar Ve Ekolojik Bedel. Coğrafi Bilimler Dergisi, 2(1), 1-21.

Tekin, Ö. (2017). Ekoturizm Açısından Konya İli Doğa Yürüyüşü Rotaları Üzerine Bir Araştırma. MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi, 377-400.

Tutcu, A. (2021). Ekoturizm ve Türkiye'nin Ekoturizm Potansiyelinin Değerlendirmesi. Atlas Sosyal Bilimler Dergisi, 1(6), 68-82.

Warth, H. (1985). Eco-trekking for the mountains. Tourism Recreation Research, 10(1), 47–49.

Ween, G., & Abram, S. (2012). The Norwegian Trekking Association: Trekking as constituting the nation. *Landscape Research*, 37(2), 155–171.

Yılmaz, T., Tercan, T., Karataş, G. B., & Yüzbaşıoğlu, N. (2023). Sosyal Bilimler Alanında Ekoturizm Kavramının Bibliyometrik Analizi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 6(4), 1659-1670.

BÖLÜM 6

TURİZMDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK GÖSTERGELERİ: WEB OF SCIENCE VERİTABANINA DAYALI BİBLİYOMETRİK ANALİZ

ELİF TUBA TAMER¹

Giriş

1987 yılında Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu tarafından yayımlanan Ortak Geleceğimiz raporu (WCED, 1987) ile birlikte sürdürülebilir kalkınma kavramı akademik ve politik gündemin merkezinde yer almaya başlamıştır. Bu gelişme, sürdürülebilir kalkınmanın yalnızca retorik bir söylem olmaktan çıkarak ekonomik faaliyetlerin sürdürülebilirlik perspektifiyle ele alınmasını zorunlu kılmıştır. Bu bağlamda, çok sektörlü yapısı, kırılgan ekosistemlere olan bağımlılığı ve ev sahibi toplulukların yaşam kalitesiyle kurduğu doğrudan ilişki nedeniyle turizm sektörü sürdürülebilirlik tartışmalarının en önemli alanlarından biri haline gelmiştir (White vd., 2006; Torres-Delgado ve Saarinen, 2017).

Turizmde sürdürülebilirlik kavramı, başlangıçta ağırlıklı olarak turizm faaliyetleri ile doğal çevre arasındaki ilişki

¹ Doç. Dr. Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, TUBİF, Rekreasyon Yönetimi, Kütahya, Türkiye, Orcid: 0000-0002-1192-5370, eliftuba.beydilli@dpu.edu.tr

çerçevesinde ele alınmış olsa da (Farsari ve Prastacos, 2000; Liu, 2003; Vural ve Tamer, 2024) zaman içinde sosyal, kültürel ve ekonomik boyutları da içeren daha bütüncül bir yaklaşım benimsenmiştir (Butler, 1999; Torres-Delgado ve Saarinen, 2014; Diéguez-Castrillón vd., 2022). Günümüzde sürdürülebilir turizm, doğal ve kültürel kaynakların korunmasını, yerel toplulukların refahının gözetilmesini ve ekonomik faydaların adil biçimde dağıtılmasını hedefleyen çok boyutlu bir kalkınma yaklaşımı olarak kabul edilmektedir (UNWTO, 2004; Castellani ve Sala, 2010; Logar, 2010; Asmelash ve Kumar, 2019; Gúçik ve Marciš, 2021). Bu çok boyutlu yapının yönetilebilmesi, turizmin etkilerinin sistematik biçimde izlenmesini ve gerektiğinde önleyici ya da düzeltici müdahalelerin yapılmasını zorunlu kılmaktadır. Bu noktada sürdürülebilirlik göstergeleri, sürdürülebilir turizmin ölçülmesi, izlenmesi ve değerlendirilmesi sürecinde temel araçlar olarak öne çıkmaktadır (Torres-Delgado ve Saarinen, 2014; Asmelash ve Kumar, 2019). Her ne kadar sürdürülebilirliğin ölçümüne ilişkin evrensel olarak kabul edilmiş tek bir metodoloji bulunmasa da göstergeler, sürdürülebilirliğin operasyonelleştirilmesini mümkün kılan en işlevsel araçlar arasında yer almaktadır (Farsari ve Prastacos, 2000; Lozano-Oyola vd., 2012; Torres-Delgado ve Saarinen, 2014).

Sürdürülebilir turizm göstergeleri, mevcut durumun ortaya konulması, değişimlerin izlenmesi ve politika yapımcılar için karar destek mekanizmalarının oluşturulması açısından kritik bir işleve sahiptir (WTO, 2004). Göstergeler aynı zamanda bir “erken uyarı sistemi” olarak işlev görerek, geri dönüşü zor ya da imkânsız olabilecek olumsuz turizm etkilerinin önceden tespit edilmesine olanak sağlamaktadır (Dymond, 1997; McCool vd., 2001). Bu yönüyle sürdürülebilir turizm göstergeleri, turizm yöneticileri ve planlamacılar için operasyonel, uygulanabilir ve görece düşük maliyetli araçlar olarak kabul edilmektedir (Uğurlar, 2017).

Özellikle 1992 Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı sonrasında, sürdürülebilirliğin nicelleştirilmesine yönelik göstergelere olan ilgi artmış; bu ilgi turizm sektörü de dâhil olmak üzere tüm ekonomik alanlara yayılmıştır (Torres-Delgado ve Saarinen, 2014). Dünya Turizm Örgütü'nün sürdürülebilir turizm göstergelerine yönelik çalışmaları (UNWTO, 1993; 2004), Avrupa Komisyonu'nun Destinasyonlar için Avrupa Turizm Göstergeleri Sistemi (ETIS) (EC, 2013; 2016) ve Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi'nin (GSTC, 2016) kriterleri, sürdürülebilir turizmin ölçülmesine yönelik uluslararası çerçevelerin gelişmesine önemli katkılar sağlamıştır. Buna paralel olarak akademik literatürde de farklı destinasyon türleri ve ölçekler için sürdürülebilirlik göstergeleri geliştirmeye yönelik çok sayıda çalışma gerçekleştirilmiştir (Miller, 2001; Choi ve Sirakaya, 2006; Castellani ve Sala, 2010; Lozano-Oyola vd., 2012; Torres-Delgado ve Palomeque, 2014; Asmelash ve Kumar, 2019). Bununla birlikte, sürdürülebilirlik göstergeleri alanındaki literatürün nicel olarak hızla genişlemesine rağmen, bu bilgi birikiminin bütüncül bir bakış açısıyla sistematik olarak değerlendirilmesine yönelik çalışmaların sınırlı kaldığı görülmektedir. Özellikle, alanın zamansal gelişimi, akademik üretkenlik ve etki yapısı, işbirliği örüntüleri ile kavramsal ve entelektüel yönelimlerini birlikte ele alan kapsamlı değerlendirmelere duyulan ihtiyaç devam etmektedir. Bibliyometrik analiz, bu noktada geniş ve dağınık bir literatürü nicel ve ilişkisel veriler üzerinden sistematik biçimde inceleme olanağı sunarak önemli bir metodolojik araç olarak öne çıkmaktadır (Zupic & Čater, 2015; Donthu et al., 2021).

Bu çalışmanın amacı, turizmde sürdürülebilirlik göstergeleri literatürünü Web of Science veri tabanı temelinde bibliyometrik yöntemler kullanarak kapsamlı biçimde incelemek ve alanın gelişimini, yapısını ve yönelimlerini ortaya koymaktır. Bu doğrultuda çalışma, literatürün zamansal gelişimini ve genel

görünümünü, akademik üretkenlik ve etki yapısını, iş birliği örüntülerini ve tematik-entelektüel yapısını bütüncül bir bakış açısıyla değerlendirmeyi hedeflemektedir. Çalışmadan elde edilen bulguların, hem akademisyenler hem de politika yapıcılar için sürdürülebilir turizm göstergeleri alanındaki mevcut bilgi birikimini anlamaya ve gelecekteki araştırma gündemlerini şekillendirmeye katkı sunması beklenmektedir. Araştırma kapsamında aşağıdaki sorulara cevap aranmaktadır.

Araştırma sorusu 1: Turizmde sürdürülebilirlik göstergeleri literatürünün zamansal gelişimi ve genel bibliyometrik görünümü nasıldır?

Araştırma sorusu 2: Turizmde sürdürülebilirlik göstergeleri literatüründe akademik üretkenlik ve bilimsel etki yapısı nasıl şekillenmektedir?

Araştırma sorusu 3: Turizmde sürdürülebilirlik göstergeleri literatüründe bilimsel iş birliği, entelektüel yapı ve tematik yönelimler nasıl bir örüntü sergilemektedir?

Yöntem

Araştırma Tasarımı

Bu çalışma, turizmde sürdürülebilirlik göstergelerine ilişkin akademik yayınların gelişimini, üretkenlik ve etki yapılarını, işbirliği örüntülerini ve tematik yönelimlerini ortaya koymak amacıyla bibliyometrik analiz yaklaşımı ile tasarlanmıştır. Bibliyometrik analiz, bir araştırma alanındaki yayınların nicel veriler üzerinden değerlendirilmesini sağlayarak literatürdeki eğilimleri, üretkenlik ve etki yapılarını ve ilişkisel yapıları görünür kılan sistematik bir yöntemdir. Bu yönüyle bibliyometrik yöntemler, belirli bir konunun sınırlarını daha düşük öznel yanlılıkla tanımlamanın yanı sıra gelecekteki araştırma yönelimlerinin

belirlenmesine de katkı sağlamaktadır (Khanra vd., 2020; Khanra vd., 2021; Donthu vd., 2021).

Bu çalışma kapsamında bibliyometrik analiz, betimleyici bulgular, bibliyometrik performans analizi ve bibliyometrik ağ analizleri olmak üzere üç temel aşamada yürütülmüştür.

Verilerin Elde Edilmesi ve Analizi

Araştırma verileri Web of Science (WoS) veri tabanından 01.11.2025 tarihinde elde edilmiştir. Veriler, WoS veri tabanında “tüm alanlar” seçeneği kullanılarak ve “sustainab* indica*” AND “tourism” aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Yapılan tarama sonucunda 319 adet dokümana ulaşılmıştır. Yayın yılı 2026 olan bir çalışma analiz kapsamı dışında bırakılmış ve araştırma 318 yayın üzerinden yürütülmüştür.

Araştırma kapsamında elde edilen 318 dokümanın analizi VOSviewer paket programı kullanılarak yapılmıştır. VOSviewer, bibliyometrik verilerin analiz edilmesi ve bu verilerden elde edilen ilişkisel yapıların gelişmiş görselleştirme teknikleri aracılığıyla haritalandırılmasına olanak tanıyan, literatürde yaygın biçimde kullanılan ve güvenilirliği kanıtlanmış bir yazılımdır (Niñerola vd., 2019; Leong vd., 2020; Khanra vd., 2021; Cavalcante vd., 2021; Qiu vd., 2023; Soh vd., 2023; Tamer ve Vural, 2024; Pathmanandakumar, 2025).

Analiz sürecinde, betimleyici analizler (yayın yılı, doküman türü ve Web of Science kategorileri) aracılığıyla literatürün genel görünümü; bibliyometrik performans analizi (en üretken yazarlar, ülkeler ve üniversiteler ile en çok atıf alan yayınlar ve yıllara göre atıf sayıları) yoluyla akademik üretkenlik ve etki yapısı; bibliyometrik ağ analizleri (ortak yazarlık, anahtar kelime eş-oluşum ve ortak atıf analizleri) aracılığıyla literatürdeki iş birliği yapıları ve entelektüel ilişkiler ortaya konulmuştur. Bu bütüncül yaklaşım sayesinde, turizmde sürdürülebilirlik göstergeleri literatürünün

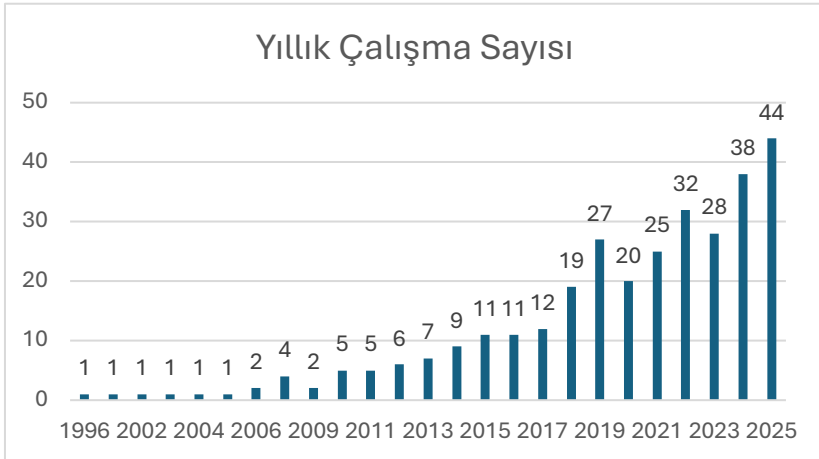
gelişimi, yapısı ve yönelimleri çok boyutlu bir bakış açısıyla analiz edilmiştir.

Bulgular

Araştırma kapsamında Web of Science veri tabanında turizmde sürdürülebilirlik göstergeleri konusuna odaklanan 318 yayın incelenmiştir. Çalışmada öncelikle yayınların yıllara, doküman türlerine ve WoS kategorilerine göre dağılımlarını içeren betimleyici bulgulara yer verilmiş; ardından yazar, ülke, üniversite, en çok atıf alan yayınlar ve yıllara göre atıf sayılarına ilişkin bibliyometrik performans analizleri gerçekleştirilmiştir. Son aşamada ise VOSviewer yazılımı kullanılarak ortak yazarlık, anahtar kelime eş-oluşum ve ortak atıf analizleri gibi bibliyometrik ağ analizleri ile literatürdeki iş birliği ve tematik yapılar görselleştirilmiştir.

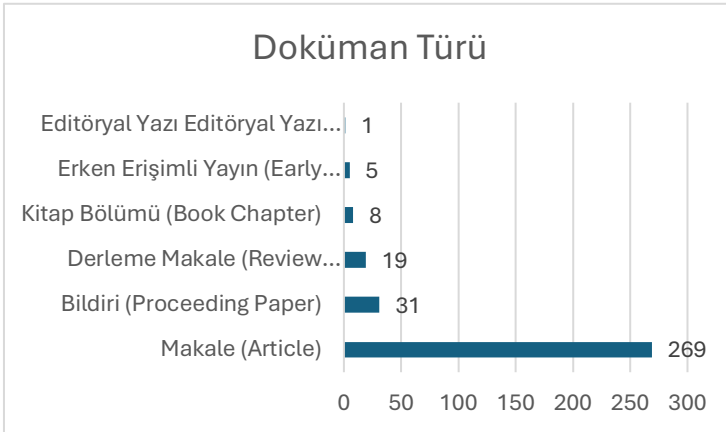
Araştırma sorusu 1: Turizmde sürdürülebilirlik göstergeleri literatürünün zamansal gelişimi ve genel bibliyometrik görünümü nasıldır?

Grafik 1. Yayın Yılı Dağılımları



Grafik 1’de turizmde sürdürülebilirlik göstergelerini konu alan çalışmaların yayın yılı açısından dağılımı incelendiğinde, ilk çalışmanın 1996 yılında yayımlandığı görülmektedir. Özellikle 2011 yılından sonra konuya ilişkin yayımlanan çalışma sayısında belirgin bir artış gözlenmektedir. En fazla çalışma, 2025 yılında gerçekleştirilmiştir (n=44). Bu artışın, sürdürülebilir turizmin ölçülmesi ve izlenmesine yönelik uluslararası düzeyde geliştirilen göstergeler ile bu göstergelerin uygulanmasına yönelik artan akademik ve kurumsal ilgiyle ilişkili olduğu düşünülmektedir.

Grafik 2. Yayınların Doküman Türüne göre Dağılımı

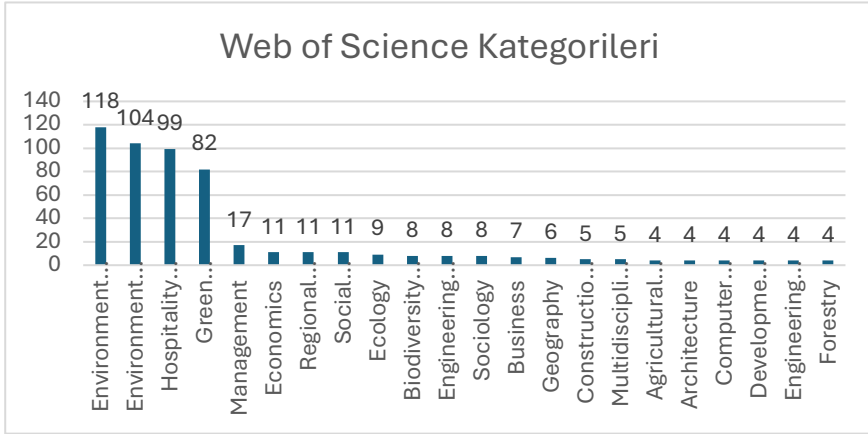


Grafik 2’de yer alan yayınların doküman türlerine göre dağılımı incelendiğinde, çalışmaların büyük çoğunluğunun araştırma makalelerinden (n=269) oluştuğu, bunu bildirilerin (n=31) izlediği görülmektedir. Doküman türleri açısından yapılan incelemede, WoS veri tabanının sınıflandırma yapısı gereği bazı yayınların birden fazla doküman türü altında yer aldığı belirlenmiştir. Bu durum, doküman türlerine göre yapılan analizde toplam frekansın araştırma kapsamında incelenen 318 çalışmanın üzerine çıkmasına neden olmaktadır.

Grafik 3’te turizmde sürdürülebilirlik göstergelerini konu alan 4 ve daha fazla çalışmanın yer aldığı Web of Science

kategorilerine göre dağılımları verilmiştir. Grafik 3 incelendiğinde, 118 çalışmanın “*Environmental Sciences*” 104 çalışmanın “*Environmental Studies*”, 99 çalışmanın “*Hospitality Leisure Sport Tourism*” ve 82 çalışmanın ise “*Green Sustainable Science Technology*” alanında yer aldığı görülmektedir.

Grafik 3. Yayınların Web of Science Kategorilerine göre Dağılımı



Araştırma sorusu 2: Turizmde sürdürülebilirlik göstergeleri literatüründe akademik üretkenlik ve bilimsel etki yapısı nasıl şekillenmektedir?

Bibliyometrik Performans Analizi

Turizmde sürdürülebilirlik göstergelerini konu alan çalışmaların üretkenlik ve etki düzeylerini ortaya koymak amacıyla bibliyometrik performans analizi gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda, WoS veri tabanında yer alan yayınlar temel alınmıştır. Analiz kapsamında, alandaki üretkenlik düzeyinin belirlenmesi amacıyla en fazla katkı sağlayan yazarlar, ülkeler ve üniversiteler/kurumlar ayrıca literatürde en yüksek etki düzeyine sahip yayınlar ve atıf sayıları incelenmiştir. Elde edilen bulgular, turizmde sürdürülebilirlik göstergeleri literatürünün akademik üretkenlik

yapısını ve bilimsel etkisini ortaya koyması bakımından önem taşımaktadır.

En Üretken Yazar

Turizmde sürdürülebilirlik göstergelerini konu alan 318 çalışmaya toplam 136 yazar katkı sağlamıştır. 3 ve üzeri çalışma sayısı ile alana katkı sağlayan ilk on yazara ilişkin bilgiler Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. En Üretken Yazarlar

Araştırmacılar	Yayın Sayısı	Atıf Sayısı
Xavier Font	5	48
Larry Dwyer	4	112
James Hanrahan	4	48
Isabel Banos-González	3	32
Nicola Camatti	3	23
Fatima Farinha	3	53
Rui Lanca	3	53
Miguel Jose Oliveira	3	53
Rannveig Olafsdóttir	3	106
Julia Martínez-Fernández	3	32

En üretken yazar, 5 çalışmayla Xavier Font’tur. 5 çalışmaya aldığı toplam atıf sayısı ise 48’dir. Larry Dwyer ise alana 4 yayınlara katkı sağlamış ve bu yayınlara 112 atıf yapılmıştır.

En Üretken Ülkeler Analizi

Turizmde sürdürülebilirlik göstergelerini konu alan çalışmalarda toplam 83 ülke/bölgeden ilk on en üretken ülke Tablo 2’de verilmiştir. Alana 36 yayınlara en fazla katkı sağlayan ülke “İspanya”dır. Yayınların aldığı atıf sayısı ise 809’dur. İspanya’yı sırasıyla 22 yayınlara Çin ve 22 yayınlara ABD izlemektedir. Çin’in yayınlara aldığı atıf sayısı 214 iken ABD’nin 1231’dir. ABD, yayınlara aldığı 1231 atıfla en fazla atıf alan ülke durumundadır.

Tablo 2. En Üretken Ülkeler

Ülkeler	Yayın Sayısı	Atıf Sayısı
İspanya	36	809
Çin	22	214
ABD	22	1231
Avustralya	20	706
İtalya	20	540
Portekiz	20	279
İngiltere	14	346
Meksika	12	48
Brezilya	11	94
Hindistan	11	70

En Üretken Üniversiteler Analizi

Turizmde sürdürülebilirlik göstergelerini konu alan çalışmalarda toplam 533 kurum/üniversiteden 4 ve daha fazla yayına sahip en üretken on üniversite Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. En Üretken Üniversiteler Analizi

Üniversiteler	Ülke	Yayın Sayısı	Atıf Sayısı
University of Surrey	İngiltere	6	225
Chinese Academy of University	Çin	5	66
Universidad de Malaga	İspanya	5	217
Universidade de Aveiro	Portekiz	5	28
University of Aegean	Yunanistan	5	51
University of New South Wales Sydney	Avustralya	5	113
Modul University Vienna	Avusturya	4	55
Taylor's University	Malezya	4	33
Ministry of Education Science of Ukraine	Ukrayna	4	17
Instituto Politecnico do Porto	Portekiz	4	-

Alana 6 yayınlı en fazla katkı sağlayan üniversite “University of Surrey”dir. Ayrıca University of Surrey, 225 atıf ile en yüksek atıf sayısına sahip üniversite konumundadır. “Instituto Politécnico do Porto” ise 4 yayına sahip olmasına rağmen bu yayınlara ilişkin herhangi bir atıf bulunmamaktadır. Bu durumun, söz konusu çalışmaların 2024 ve 2025 yıllarında yayımlanmış olmasından kaynaklandığı ve henüz atıf alma sürecine girmemiş olmalarıyla açıklanabilir.

En Çok Atıf Alan Yayınlar

Turizmde sürdürülebilirlik göstergelerini konu alan en yüksek etki düzeyine sahip ilk on yayına ilişkin bilgiler Tablo 4’te yer almaktadır.

Tablo 4 incelendiğinde, turizmde sürdürülebilirlik göstergeleri alanında en yüksek etki düzeyine sahip yayının, Choi ve Sirakaya (2006) tarafından yayımlanan “*Sustainability indicators for managing community tourism*” başlıklı çalışma olduğu görülmektedir. Bu yayını, Mihalic (2016) tarafından yayımlanan “*Sustainable-responsible tourism discourse: Towards ‘responsustable’ tourism*” ile Ko (2005) tarafından yayımlanan “*Development of a tourism sustainability assessment procedure: A conceptual approach*” başlıklı çalışmalar izlemektedir. Elde edilen bulgular, söz konusu çalışmaların alan yazında kavramsal ve yöntemsel açıdan temel referanslar arasında yer aldığını ortaya koymaktadır.

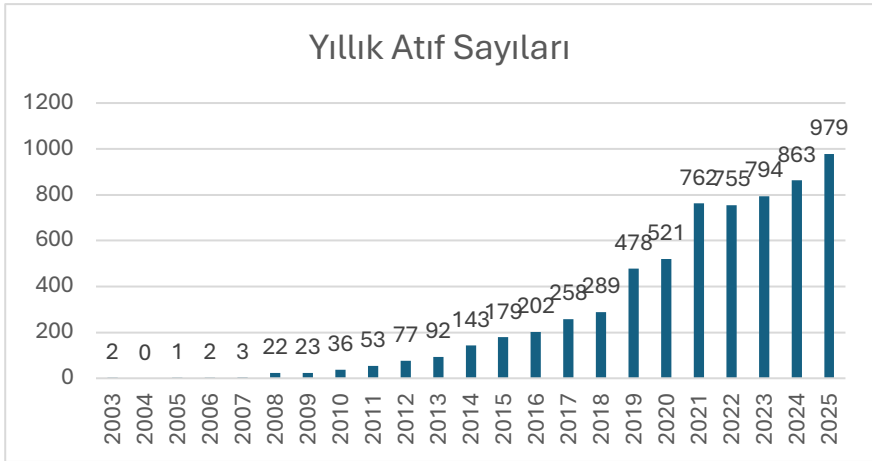
Tablo 4. En Yüksek Etki Düzeyine Sahip Yayınlar

Makale Adı	Yazarlar	Yayın Yılı	Atıf Sayısı
Sustainability indicators for managing community tourism	Choi, HC and Sirakaya, E	2006	638
Sustainable-responsible tourism discourse - Towards 'responsustable' tourism	Mihalic, T	2016	269
Development of a tourism sustainability assessment procedure: a conceptual approach	Ko, TG	2005	250
Assessing progress of tourism sustainability: Developing and validating sustainability indicators	Asmelash, AG and Kumar, S	2019	227
Using resilience concepts to investigate the impacts of protected area tourism on communities	Strickland-Munro, JK; Allison, HE and Moore, SA	2010	218
Sustainable performance index for tourism policy development	Castellani, V and Sala, S	2010	192
Sustainability Indicators for Tourism Destinations: A Complex Adaptive Systems Approach Using Systemic Indicator Systems	Schianetz, K and Kavanagh, L	2008	190
Sustainability Indicators for Small Tourism Enterprises - An Exploratory Perspective	Roberts, S and Tribe, J	2008	177
Does sustainability enhance tourism destination competitiveness? Evidence from Italian Destinations of Excellence	Cucculelli, M and Goffi, G	2016	167
Community sustainability and resilience: similarities, differences and indicators	Lew, AA; Ng, PT; Ni, CC; Wu, TC	2016	167

Yıllara Göre Atıf Sayılarının Dağılımı

Grafik 4 incelendiğinde turizmde sürdürülebilirlik göstergeleriyle ilgili çalışmaların toplam 6550 atıf aldığı görülmektedir. Özellikle 2015 yılından itibaren yıllık atıf sayılarında belirgin bir artış yaşanmış, 2020 sonrası dönemde bu artış daha da hızlanmıştır. 2025 yılında yıllık atıf sayısının en yüksek düzeye ulaşması, turizmde sürdürülebilirlik göstergeleri konusunun literatürde giderek artan bir ilgi ve etki düzeyine sahip olduğunu göstermektedir.

Grafik 4. Yayınların Yıllık Atıf Sayıları



Araştırma sorusu 3: Turizmde sürdürülebilirlik göstergeleri literatüründe bilimsel iş birliği, entelektüel yapı ve tematik yönelimler nasıl bir örüntü sergilemektedir?

Bibliyometrik Ağ Analizleri

Bibliyometrik ağ analizleri, literatürdeki ortak yazarlığa dayalı iş birliği yapıları, çalışmalar arasındaki entelektüel ilişkiler ve tematik örüntüleri görselleştirmeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda, çalışmanın bu bölümünde VOSviewer yazılımı kullanılarak ortak

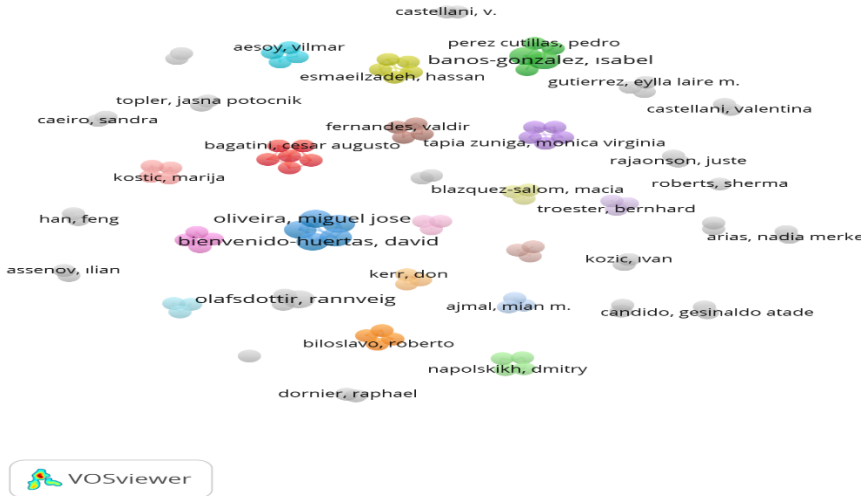
yazarlık, anahtar kelime eş-oluşum ve ortak atıf analizleri gerçekleştirilmiştir.

Ortak Yazarlık (Co-authorship) Analizi

Yazarlar arası ortak yazarlık ağı

Turizmde sürdürülebilirlik göstergelerine ilişkin literatüre katkıda bulunan yazarlar arasındaki ortak yazarlık ilişkilerini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen analizde, ağın bütüncül biçimde görselleştirilebilmesi için eşik değeri 1 olarak belirlenmiştir. Bu doğrultuda, eşik değeri 1'i sağlayan toplam 109 yazara ait yazarlar arası iş birliği ağı Şekil 1'de sunulmuştur.

Şekil 1. Yazarlar arası ortak yazarlık ağı



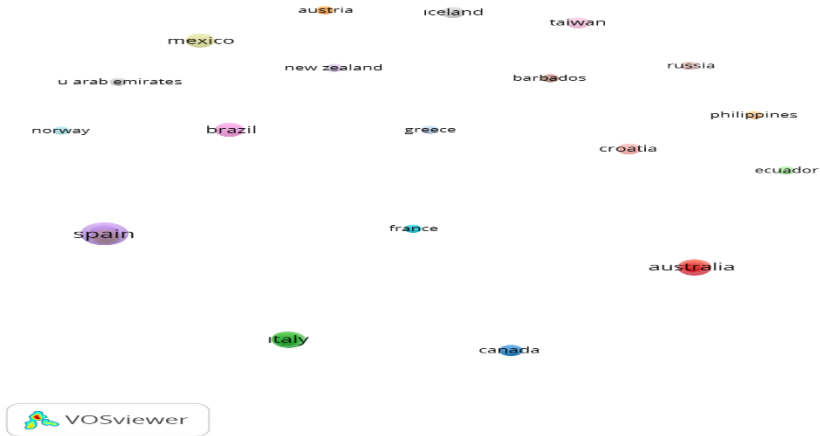
Analiz sonucunda, 37 farklı küme, 131 bağlantı ve 142 toplam bağlantı gücü tespit edilmiştir. Bu durum, alanda çok sayıda yazarın yer aldığını ancak iş birliklerinin ağırlıklı olarak küçük ve dağınık gruplar şeklinde örgütlendiğini göstermektedir. Ağ yapısında bazı yazarların kendi kümeleri içinde daha yoğun iş

birlikleri geliştirdiği, buna karşın kümeler arası bağlantıların sınırlı kaldığı görülmektedir. Bu bulgular, turizmde sürdürülebilirlik göstergeleri literatüründe iş birliğinin mevcut olmakla birlikte, daha geniş ve bütünleşik araştırma ağlarının henüz yeterince gelişmediğine işaret etmektedir.

lkeler arası iş birliği ağı

Turizmde sürdürülebilirlik göstergelerine ilişkin literatüre katkıda bulunan ülkeler arasındaki iş birliklerini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen analizde, ağın bütüncül biçimde görselleştirilebilmesi için eşik değerı 1 olarak belirlenmiştir. Bu doğrultuda, eşik değerı 1'i sağlayan toplam 29 ülkeye ait ülkeler arası iş birliği ağı şekil 2'de sunulmuştur.

şekil 2. lkeler arası iş birliği ağı



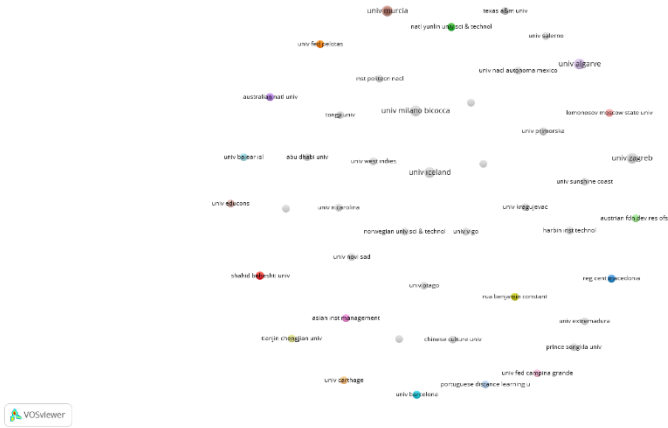
Ortak yazarlık temelli ülkeler arası iş birliği analizinin sonuçlarına göre, ağ yapısında 20 farklı küme, 11 bağlantı ve 12 toplam bağlantı gücü tespit edilmiştir. Bu bulgular, araştırma alanında ülkeler arasındaki bilimsel iş birliklerinin oldukça sınırlı ve parçalı bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. Küme sayısının

yüksek olmasına karşın bağlantı sayısı ve toplam bağlantı gücünün düşük olması, ülkelerin büyük ölçüde kendi ulusal bağamları içinde yayın üretmeyi tercih ettiklerine işaret etmektedir. Ağ yapısında güçlü ve merkezi bir iş birliği çekirdeğinin oluşmaması ise, turizmde sürdürülebilirlik göstergeleri literatüründe uluslararası düzeyde bütünleşmiş araştırma ağlarının henüz yeterince gelişmediğini ortaya koymaktadır.

Kurumlar arası iş birliği

Turizmde sürdürülebilirlik göstergelerine ilişkin literatürde kurumlar arası iş birliği yapısını ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen analizde, ağın bütüncül biçimde görselleştirilebilmesi için eşik değeri 1 olarak belirlenmiştir. Bu doğrultuda, eşik değeri 1'i sağlayan toplam 74 kuruma ait kurumlar arası iş birliği ağı Şekil 3'te sunulmuştur.

Şekil 3. Kurumlar arası iş birliği ağı



Kurumlar arası iş birliği ağına ilişkin analiz sonuçlarına göre, ağ yapısında 44 farklı küme, 39 bağlantı ve 40 toplam bağlantı gücü tespit edilmiştir. Küme sayısının yüksek olmasına karşın bağlantı sayısı ve toplam bağlantı gücünün düşük düzeyde kalması, kurumlar arasındaki bilimsel iş birliğinin sınırlı ve dağınık bir yapıya sahip

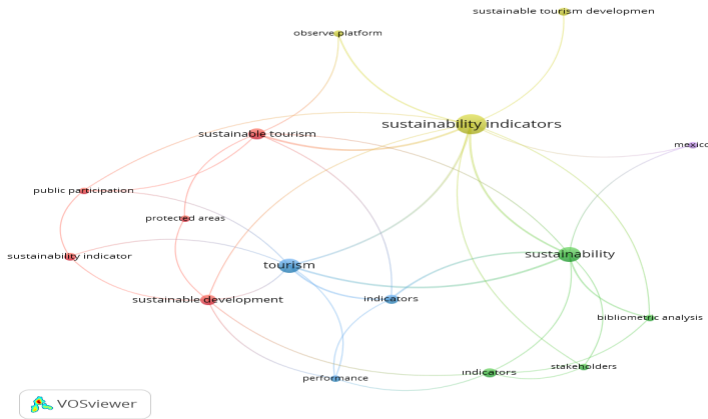
olduğunu göstermektedir. Bu durum, turizmde sürdürülebilirlik göstergeleri alanında faaliyet gösteren kurumların büyük ölçüde birbirlerinden bağımsız biçimde çalıştıklarına ve kurumsal düzeyde güçlü, süreklilik arz eden iş birliği ağlarının henüz yeterince gelişmediğine işaret etmektedir.

Kavramsal ve Entelektüel Yapıya İlişkin Ağ Analizleri

Anahtar kelime eş-oluşum ağı

Literatürün kavramsal yapısını belirlemek amacıyla anahtar kelime eş-oluşum analizi uygulanmıştır. Analizde co-occurrence yaklaşımı kullanılmış, analiz birimi olarak yazar anahtar kelimeleri esas alınmıştır. Ağın anlamlı biçimde görselleştirilebilmesi amacıyla minimum tekrar sayısı 2 olarak belirlenmiştir.

Şekil 4. Yayınların anahtar kelime eş-oluşum ağı



Anahtar kelime eş-oluşum analizine ilişkin bulgular, toplam 16 anahtar kelimenin 5 farklı tematik küme altında toplandığını, ağ yapısında 35 bağlantı ve 51 toplam bağlantı gücü bulunduğunu göstermektedir. Küme sayısının görece yüksek olması, turizmde sürdürülebilirlik göstergeleri literatürünün çok boyutlu ve tematik

açından parçalı bir yapıya sahip olduğuna işaret etmektedir. Buna karşın, kümeler arasında kurulan bağlantıların varlığı, söz konusu tematik alanların birbirinden tamamen kopuk olmadığını ve sürdürülebilirlik yaklaşımının bütüncül bir çerçevede ele alındığını ortaya koymaktadır. Ağda merkezi konumda yer alan “*sustainability indicators*” ve “*sustainability*” anahtar kelimeleri, literatürde kavramsal çekirdek işlevi gördüklerini ve farklı tematik kümeler arasında bağlayıcı bir rol üstlendiklerini göstermektedir. Diğer kümelerde yer alan “*sustainable tourism*”, “*tourism*”, “*indicators*”, “*stakeholders*” ve “*bibliometric analysis*” gibi anahtar kelimeler ise, alanın hem uygulamaya hem de yöntembilimsel tartışmalara açık bir araştırma yapısına sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bulgular, turizmde sürdürülebilirlik göstergeleri literatürünün çevresel, yönetsel ve analitik boyutların kesişiminde şekillendiğini göstermektedir. Tablo 5’te eş-oluşum analizinde eşik değerini sağlayan anahtar kelimelerin kullanım sıklıkları verilmiştir.

Tablo 5. Anahtar kelimelerin kullanım sıklıkları

	Anahtar Kelimeler	Sıklık
1	Sustainability indicators	23
2	Sustainability	11
3	Tourism	10
4	Indicators	7
5	Sustainable tourism	6
6	Sustainable development	5
7	Bibliometric analysis	2
8	Performance	2
9	Public participation	2
10	Observe platform	3

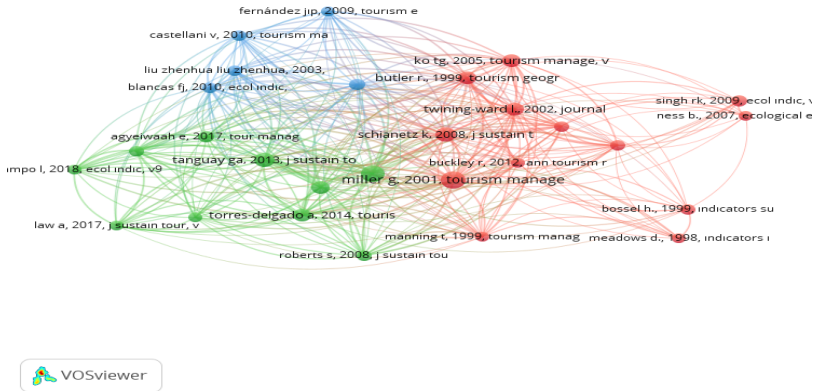
Tablo 5’te, turizmde sürdürülebilirlik göstergelerini konu alan yayınlarda en sık kullanılan 10 anahtar kelime sunulmaktadır. Buna göre “*sustainability indicators*” 23 kez, “*sustainability*” 11

kez ve “tourism” 10 kez ile literatürde en sık kullanılan anahtar kelimeler arasında yer almaktadır.

Ortak Atıf Ağı (Entelektüel Yapı)

Turizmde sürdürülebilirlik göstergelerini konu alan yayınların entelektüel yapısını ortaya koymak amacıyla ortak atıf analizi gerçekleştirilmiştir. Bu analiz, turizmde sürdürülebilirlik göstergeleri literatüründe birlikte referans verilen çalışmalar üzerinden alanın entelektüel yapısının bütüncül biçimde görselleştirilmesine olanak tanımaktadır. Bu kapsamda analiz birimi olarak atıf verilen kaynaklar (cited references) dikkate alınmış ve ortak atıf ilişkilerinin anlamlı biçimde görselleştirilebilmesi amacıyla minimum atıf sayısı 5 olarak belirlenmiştir.

Şekil 5. Yayınların ortak atıf ağı



Şekil 5’te yer alan ortak atıf analizine ilişkin bulgular, turizmde sürdürülebilirlik göstergelerini konu alan yayınların belirgin bir entelektüel yapı sergilediğini ortaya koymaktadır. Analiz sonucunda ağda 28 araştırmacı, 3 küme, 314 bağlantı ve 883 toplam bağlantı gücü tespit edilmiştir. Görece sınırlı sayıda kümenin yüksek

bağlantı sayısı ve toplam bağlantı gücü ile desteklenmesi, alandaki çalışmalar arasında güçlü ve bütünleşmiş bir entelektüel etkileşim bulunduğu işaret etmektedir.

Sonuç ve Tartışma

Bu çalışma, turizmde sürdürülebilirlik göstergelerini konu alan yayınları Web of Science veri tabanı temelinde bibliyometrik yöntemler kullanarak kapsamlı biçimde incelemiştir. Bibliyometrik performans ve ağ analizlerinin birlikte ele alınmasıyla, alanın gelişim süreci, entelektüel yapısı, tematik yönelimleri ve bilimsel iş birliği örüntüleri bütüncül bir bakış açısıyla ortaya konulmuştur.

Elde edilen bulgular, turizmde sürdürülebilirlik göstergeleri literatürünün özellikle 2010'lu yıllardan itibaren belirgin bir ivme kazandığını ve son yıllarda akademik ilginin hızla arttığını göstermektedir. Çalışmaların büyük bölümünün araştırma makalesi türünde olması, alanın kuramsal ve uygulamalı yönlerinin akademik olarak yoğun biçimde ele alındığını ortaya koymaktadır. Ayrıca çevre bilimleri, sürdürülebilirlik ve turizm alanlarının kesişiminde yoğunlaşan WoS kategorileri, sürdürülebilirlik göstergelerinin disiplinler arası bir araştırma alanı olarak şekillendiğini göstermektedir.

Bibliyometrik performans analizleri, belirli yazarlar, ülkeler ve kurumların literatürde hem üretkenlik hem de etki açısından öne çıktığını ortaya koymuştur. Bununla birlikte ortak yazarlık, ülke ve kurum düzeyindeki ağ analizleri, iş birliği yapılarının büyük ölçüde parçalı ve sınırlı olduğunu; özellikle uluslararası ve kurumsal düzeyde daha bütünleşik araştırma ağlarının henüz yeterince gelişmediğini göstermektedir. Bu durum, gelecekteki araştırmalar için disiplinler arası ve uluslararası iş birliklerinin artırılmasına yönelik önemli bir potansiyel alanı işaret etmektedir.

Anahtar kelime eş-oluşum analizi, literatürün kavramsal çekirdeğini sustainability indicators, sustainability ve tourism

kavramlarının oluşturduğunu göstermiştir. Bununla birlikte paydaşlar, katılım, performans ve yönetişim gibi kavramların görece sınırlı düzeyde temsil edilmesi, sürdürülebilirlik göstergelerinin sosyal ve yönetsel boyutlarının literatürde henüz yeterince derinlemesine ele alınmadığını düşündürmektedir. Bu bulgu, gelecekte yapılacak çalışmalar için önemli araştırma boşluklarına işaret etmektedir.

Ortak atıf analizi sonuçları ise, turizmde sürdürülebilirlik göstergeleri literatürünün üç ana entelektüel küme etrafında yapılandığını ve bu kümeler arasında güçlü bir etkileşim bulunduğunu ortaya koymuştur. Yüksek bağlantı sayısı ve toplam bağlantı g  , alanın çekirdek çalışmalar etrafında bütünleşme eğilimi gösterdiğini ve kuramsal açıdan olgunlaşmakta olan bir araştırma alanı olduğunu göstermektedir.

Genel olarak bu çalışma, turizmde sürdürülebilirlik göstergeleri literatürüne ilişkin mevcut bilgi birikimini sistematik biçimde ortaya koyarak hem akademisyenler hem de politika yapıcılar için yol gösterici bir  er eve sunmaktadır. Gelecek araştırmalarda, sürdürülebilirlik göstergelerinin paydaş katılımı, yönetişim mekanizmaları ve uygulama sonuçlarıyla ilişkisini inceleyen ampirik çalışmaların artırılması, alanın kuramsal ve pratik katkısını daha da g  lendirecektir.

Kaynakça

- Asmelash, A.G & Kumar, S. (2019). Assessing progress of tourism sustainability: Developing and validating sustainability indicators. *Tourism Management*, 71, 67-83.
- Butler, R. W. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism Geographies*, 1(1), 7-25.
- Castellani, V. & Sala, S. (2010). Sustainable performance index for tourism policy development. *Tourism Management*, 31, 871-880.
- Cavalcante, W. Q. D. F., Coelho, A., & Bairrada, C. M. (2021). Sustainability and tourism marketing: A bibliometric analysis of publications between 1997 and 2020 using VOSviewer software. *Sustainability*, 13(9), 4987.
- Choi, H.C. & Sirakaya, E. (2006). Sustainability indicators for managing community tourism. *Tourism Management*, 27, 1274-1289.
- Diéguez-Castrillón, M. I., Gueimonde-Canto, A., & Rodríguez-López, N. (2022). Sustainability indicators for tourism destinations: bibliometric analysis and proposed research agenda. *Environment, Development and Sustainability*, 24(10), 11548-11575.
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285-296.
- Dymond, S.J. (1997). Indicators of Sustainable Tourism in New Zealand: A Local Government Perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(4), 279-293.
- European Commission, (EC) (2013), European Tourism Indicators System <http://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/indicators/>, Erişim Tarihi: 01.09.2025.

- European Commission (EC) (2016). European Commission. The European Tourism Indicator System (ETIS): Guidance document. Brussels: European Commission. <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/21749>, Erişim Tarihi: 01.09.2025.
- Farsari, Y. & Prastacos, P. (2000). Sustainable Tourism Indicators: Pilot Estimation for the Municipality of Hersonissos, Crete. International Scientific Conference “Tourism on Islands and Specific Destinations”, University of the Aegean, Chios, 14-16 December 2000.
- Gúčík, M. & Marciš, M. (2020). Sustainable Tourism Indicators in Protected Areas. <https://pb.edu.pl/oficina-wydawnicza/wp-content/uploads/sites/4/2020/06/Obszary-przyrodniczo-cenne-w-rozwoju-turystyki1.pdf>. Erişim Tarihi: 10.09.2021.
- Global Sustainable Tourism Council (GSTC), (2016). Global Sustainable Tourism Council. GSTC Endüstri Kriterleri. <chrome-extension://efaidnbmninnibpcapjpcgclclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fwww.gstccouncil.org%2Fwp-content%2Fuploads%2FTR-Turkish-GSTC-Industry-Criteria-only-Dec-2016.pdf&clen=1418621&chunk=true> (Erişim Tarihi: 01.09.2025).
- Khanra, S., Dhir, A., Islam, A. N., & Mäntymäki, M. (2020). Big data analytics in healthcare: a systematic literature review. *Enterprise Information Systems*, 14(7), 878-912.
- Khanra, S., Dhir, A., Kaur, P., & Mäntymäki, M. (2021). Bibliometric analysis and literature review of ecotourism: Toward sustainable development. *Tourism Management Perspectives*, 37, 100777.
- Leong, L. Y., Hew, T. S., Tan, G. W. H., Ooi, K. B., & Lee, V. H. (2021). Tourism research progress—a bibliometric analysis of tourism review publications. *Tourism Review*, 76(1), 1-26, 817-820.

- Liu, Z. (2003). Sustainable Tourism Development: A Critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 11 (6), 459-475.
- Logar, I. (2010). Sustainable tourism management in Crikvenica, Croatia: An assessment of policy instruments. *Tourism Management*, 31, 125-135.
- Lozano-Oyola, M. Blancas, F.J., González, M. & Caballero, R. (2012). Sustainable tourism indicators as planning tools in cultural destinations. *Ecological Indicators*, 18, 659-675.
- McCool, S., Moisey, R. N. & Nickerson, N. P. (2001). What Should Tourism Sustain? The Disconnect with Industry Perceptions of Useful Indicators. *Journal of Travel Research*, 40, 124-131.
- Miller, G. (2001). The development of indicators for sustainable tourism: results of a Delphi survey of tourism researchers. *Tourism Management*, 22, 351-362.
- Niñerola, A., Sánchez-Rebull, M. V., & Hernández-Lara, A. B. (2019). Tourism research on sustainability: A bibliometric analysis. *Sustainability*, 11(5), 1377.
- Pathmanandakumar, V. (2025). Mapping global ecotourism research: A bibliometric study using VOSviewer. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 61(3), 1462-1472.
- Qiu, X., Kong, H., Wang, K., Zhang, N., Park, S., & Bu, N. (2023). Past, present, and future of tourism and climate change research: bibliometric analysis based on VOSviewer and SciMAT. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 28(1), 36-55.
- Soh, A. N., Puah, C. H., & Arip, M. A. (2023). A bibliometric analysis on tourism sustainable competitiveness research. *Sustainability*, 15(2), 1035.
- Tamer, E.T. & Vural, İ. (2024). Etnik restoranlarla ilgili çalışmaların bibliyometrik analizi. *Internatinal 6th Bursa Scientific Research Congress*, December, 24-26, Bursa.

- Torres-Delgado, A., & Palomeque, F. L. (2014). Measuring sustainable tourism at the municipal level. *Annals of Tourism Research*, 49, 122-137.
- Torres-Delgado, A., & Saarinen, J. (2017). Using indicators to assess sustainable tourism development: A review. *New research paradigms in tourism geography*, 31-47.
- Uğurlar, A (2017). Turizmde Sürdürülebilirlik: Bir Ölçülebilirlik Aracı Olarak Göstergelerin Önemi. *İdealkent*, 21(8), 118-140.
- UNWTO (1993). World Tourism Organization. Indicators for the sustainable management of tourism. Madrid: World Tourism Organization. Madrid, Spain.
- UNWTO (2004). World Tourism Organization. Indicators of sustainable development for tourism destinations: A guidebook. Madrid: World Tourism Organization. Madrid, Spain.
- World Commission on Environment and Development (WCED), (1987). Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future. <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>, Erişim Tarihi: 03.02.2021.
- White, V., McCrum, G., Blackstock, K.L. ve Scott, A. (2006). Indicators and Sustainable Tourism: Literature Review. The Macaulay Institute.
- Vural, İ. (2024). Doğa Turizmi ve Rekreasyon. U. Ceylan & G. Arı (Edt.). *Turizm ve Rekreasyon Kütahya* içinde (41-53). Detay Yayıncılık: Ankara (41-53).
- Vural, İ., & Tamer, E. T. (2024). Termal Konaklama İşletmelerinde Sürdürülebilirlik İletişimi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (82), 159-170.
- Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429-472.

BÖLÜM 7

GASTRONOMİDE UMAMI: GIDA TEKNOLOJİSİ, PROSESLER VE MODERN MUTFAK UYGULAMALARI

EYYÜP ALTUN¹
SERPİL YALIM KAYA²

Giriş

Tat algısı, gıda teknolojisi ve gastronomi alanlarında yalnızca duyuşsal bir deneyim olarak değil; hammaddenin kimyasal yapısı, uygulanan prosesler ve kültürel mutfak pratikleriyle birlikte şekillenen çok boyutlu bir olgu olarak ele alınmaktadır. Tatlı, tuzlu, ekşi ve acı tatlara ek olarak beşinci temel tat olarak tanımlanan umami, özellikle protein açısından zengin gıdalarda ortaya çıkan serbest amino asitler ve nükleotidlerle ilişkilendirilen özgün bir lezzet boyutunu temsil etmektedir. Umami algısı, yemeğin “lezzetli”, “tok”, “doyurucu” ve “ağızda kalıcı” olarak tanımlanmasında belirleyici bir rol oynamakta; bu yönüyle modern

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, Mersin Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Orcid: 0009-0001-1263-7899

² Dr. Öğretim Üyesi, Mersin Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Orcid: 0000-0002-4762-596X

gıda teknolojisi ve gastronomi literatüründe stratejik bir araştırma alanı hâline gelmektedir.

Başlangıçta Doğu Asya mutfakları üzerinden kavramsallaştırılan umami, günümüzde farklı mutfak kültürlerinde çeşitli pişirme, işleme ve ürün kombinasyonları yoluyla ortaya çıkan evrensel bir tat unsuru olarak değerlendirilmektedir. Ancak umaminin mutfaklar arası görünümü homojen değildir; aksine her mutfak kültürü, kendi hammaddeleri, pişirme teknikleri ve gıda teknolojisi uygulamaları doğrultusunda umamiyi farklı biçimlerde inşa etmektedir. Bu durum, umamiyi yalnızca kimyasal bir tat bileşeni değil; aynı zamanda kültürel bağlamda şekillenen bir gastronomik araç olarak ele almayı gerekli kılmaktadır.

Gıda teknolojisi perspektifinden bakıldığında umami algısı; pişirme süresi ve sıcaklığı, fermentasyon, olgunlaşma, kurutma, enzimatik dönüşümler ve formülasyon stratejileri gibi çok sayıda proses değişkeninin etkileşimiyle oluşmaktadır. Gastronomi bağlamında ise bu süreçler, menü tasarımı, ürün geliştirme, lezzet dengesi ve tüketici kabulü gibi alanlarda bilinçli olarak kullanılmaktadır. Özellikle düşük sodyumlu ürün geliştirme, lezzet yoğunluğunun artırılması, acılık ve istenmeyen tatların maskelenmesi gibi güncel uygulamalarda umami, işlevsel bir lezzet bileşeni olarak ön plana çıkmaktadır.

Bu bölümde umami, öncelikle gıda teknolojisi ve gastronomi bağlamında oluşum mekanizmalarıyla ele alınmakta; pişirme teknikleri, işleme yöntemleri, fermentasyon, depolama ve ürün geliştirme süreçleri üzerinden kapsamlı biçimde değerlendirilmektedir. Ardından umaminin dünya mutfaklarındaki yansımaları; Doğu Asya, Güneydoğu Asya, Akdeniz ve Avrupa, Amerika kıtası, Orta Doğu ve Türk mutfakları örnekleri üzerinden karşılaştırmalı olarak incelenmektedir. Son aşamada ise umaminin gıda formülasyonunda kullanımı, lezzet ve aroma pekiştirme işlevi,

sodyum azaltımı ve acı tatların maskelenmesi gibi uygulamalara odaklanılmaktadır.

Bu bütüncül yaklaşım, umaminin yalnızca bir tat unsuru olmadığını; gıda teknolojisi ve gastronomi alanlarında lezzet tasarımıını yönlendiren temel bir yapı taşı olduğunu ortaya koymayı amaçlamaktadır. Böylece farklı mutfak kültürlerinden elde edilen bilgi ve deneyimlerin, modern ve yenilikçi gıda ürünleri ile gastronomik uygulamalar için nasıl bir potansiyel sunduğu tartışılmaktadır.

Proses Koşulları ve Pişirme Teknikleri

Gıda teknolojisi ve gastronomide umami algısının oluşumu ve derinleşmesi, büyük ölçüde pişirme sürecinde uygulanan proses koşullarıyla ilişkilidir. Zaman, sıcaklık ve pişirme ortamı gibi temel parametreler, gıdanın duyuusal yapısını belirleyen en önemli unsurlar arasında yer almakta; bu parametrelerin bilinçli biçimde yönetilmesi, umami algısının güçlendirilmesine doğrudan katkı sağlamaktadır. Güncel gıda teknolojisi ve gastronomi literatürü, umaminin yalnızca hammaddenin doğal bileşimiyle değil, pişirme sürecinin niteliğiyle de inşa edilen bir lezzet çıktısı olduğunu vurgulamaktadır (Yamaguchi & Ninomiya, 2000; Kurihara, 2015).

Düşük sıcaklıkta uzun süreli pişirme teknikleri, özellikle protein açısından zengin hammaddelerde umami algısını belirgin biçimde artırmaktadır. Sous-vide, yavaş kaynatma ve braise etme gibi yöntemler, protein yapılarının kontrollü ve kademeli biçimde parçalanmasına olanak tanımakta; bu süreç, tat bileşenlerinin gıda matriksi içerisinde daha homojen dağılmasını sağlamaktadır. Bu tür pişirme teknikleri sonucunda oluşan lezzet profili, gıda teknolojisi ve gastronomi literatüründe sıklıkla “derin”, “özlü” ve “tok” kavramlarıyla ifade edilmektedir (Hwang et al., 2020; Hossain et al., 2024).

Bu yaklaşımda umami, ani ve keskin bir tat olarak değil; zamana yayılan, ağız dolgunluğu ve tat kalıcılığı ile karakterize edilen bir duyuusal deneyim olarak ortaya çıkmaktadır. Özellikle çorbalar, et suları ve sos bazlı yemeklerde bu özellikler kalite göstergesi olarak değerlendirilmektedir (Yamaguchi & Ninomiya, 2000).

Buna karşılık, yüksek sıcaklıkta kısa süreli pişirme teknikleri (ızgara, sote, fırınlama) umamiyi doğrudan artırmaktan ziyade, umami algısını destekleyen aromatik yapıların oluşumuna katkı sağlamaktadır. Bu süreçlerde gerçekleşen Maillard reaksiyonları, etimsi, kavrulmuş ve karamelize aroma bileşenlerinin ortaya çıkmasına neden olmakta; bu bileşenler umami algısıyla sinerjik etkileşim kurarak yemeğin genel lezzet yoğunluğunu artırmaktadır (Xiao et al., 2015; Tamura et al., 2022).

Modern gıda teknolojisi ve gastronomi uygulamalarında bu iki yaklaşım sıklıkla birlikte kullanılmakta; önce yüksek sıcaklıkla aromatik bir yapı oluşturulmakta, ardından düşük sıcaklıkta uzun süreli pişirme ile umami derinliği inşa edilmektedir. Bu strateji, umaminin rastlantısal değil, bilinçli biçimde tasarlanan bir lezzet çıktısı olduğunu göstermektedir.

İşleme Teknikleri ve Fermentasyon

Gıda teknolojisi ve gastronomide umami oluşumunu etkileyen en temel işleme tekniklerinden biri fermentasyondur. Fermentasyon, yalnızca gıdanın muhafazasını sağlayan geleneksel bir yöntem olmanın ötesinde, lezzetin yapılandırıldığı kontrollü bir gıda teknolojisi ve gastronomik süreç olarak değerlendirilmektedir. Güncel çalışmalar, fermentasyon sırasında gerçekleşen mikrobiyal ve enzimatik dönüşümlerin, gıdanın duyuusal profilini zenginleştirerek umami algısını belirgin biçimde güçlendirdiğini ortaya koymaktadır (Kurihara, 2015; Hossain et al., 2024).

Fermentasyon sürecinde protein ve diğ er makromoleküllerin kademeli olarak parçalanması, tat bileşenlerinin daha dengeli ve yuvarlak algılanmasına katkı sağlamaktadır. Bu durum, fermente soslar, peynirler, et ürünleri ve tahıl bazlı fermente gıdalarda umaminin neden temel bir lezzet eksenine hâline geldiğini açıklamaktadır (Yamaguchi & Ninomiya, 2000).

Modern gıda teknolojisi ve gastronomi yaklaşımları, fermentasyonu süre, sıcaklık ve mikroorganizma seçimi gibi parametrelerin bilinçli biçimde yönetildiği bir lezzet tasarım süreci olarak ele almaktadır. Bu bakış açısı, umaminin tesadüfi değil, proses yönetimiyle yönlendirilebilen bir tat bileşeni olduğunu ortaya koymaktadır.

Fermentasyonun yanı sıra kurutma, tütsüleme ve  n pişirme gibi işleme teknikleri de umami algısını dolaylı olarak güçlendirmektedir. Su aktivitesinin d  mesi ve tat bileşenlerinin konsantr  hâle gelmesi, özellikle sebze ve mantar bazlı ürünlerde daha yoğun ve kalıcı bir lezzet algısı olu urmaktadır (Ren et al., 2022).

Depolama, Olgunlaşma ve Kalite Yönetimi

Umami algısının sürekliliği ve dengeli biçimde sunulması, pişirme ve işleme aşamalarının yanı sıra depolama ve olgunlaşma süreçlerinin yönetimine de bağlıdır. Güncel gıda teknolojisi ve gastronomi literatürü, uygun depolama koşullarında umamiyle ilişkili tat bileşenlerinin korunabildiğini ve zamanla daha dengeli bir tat profili olu abildiğini göstermektedir (Sun et al., 2023).

Olgunlaşma, özellikle et ve süt ürünlerinde umami derinliğinin yapılandırılmasında önemli bir gıda teknolojisi ve gastronomik araçtır. Ancak bu süreçlerin kontrolsüz yürütülmesi, tat kusurlarına ve lezzet bütünlüğünün bozulmasına neden olabilmektedir. Bu nedenle umami, güncel çalışmalarda kalite yönetiminin bir çıktısı olarak ele alınmakta; pişirme sonrası

depolama, servis süresi ve sıcaklık kontrolünün duyuusal deneyimi doğrudan etkilediği vurgulanmaktadır (Hossain et al., 2024).

Ürün Geliştirme ve Moleküler Gıda Teknolojisi ve Gastronomi Perspektifi

Son yıllarda umami, ürün geliştirme ve moleküler gıda teknolojisi ve gastronomi alanlarında stratejik bir araştırma konusu hâline gelmiştir. Moleküler gıda teknolojisi ve gastronomi yaklaşımı, umami algısını rastlantısal bir sonuç olarak değil; kontrollü fiziksel ve kimyasal süreçler yoluyla yapılandırılabilen bir lezzet unsuru olarak ele almaktadır. Jelasyon, emülsifikasyon, enkapsülasyon ve düşük sıcaklık uygulamaları, umami algısının ağız içi dağılımını ve zamansal salınımını değiştirebilmektedir (Tamura et al., 2022).

Ürün geliştirme literatürü, umaminin özellikle düşük sodyumlu ürünlerde duyuusal kabulü artıran kritik bir rol üstlendiğini göstermektedir. Bu durum, umaminin gıda teknolojisi ve gastronomide yalnızca lezzet artırıcı değil; sağlık odaklı ürün inovasyonunun da temel bileşenlerinden biri olduğunu ortaya koymaktadır (Kurihara, 2015; Hossain et al., 2024).

Menü Tasarımı, Gıda teknolojisi ve Gastronomik Uygulamalar

Güncel gıda teknolojisi ve gastronomi çalışmalarında umami, menü tasarımında stratejik bir planlama unsuru olarak ele alınmaktadır. Umami açısından zengin pişirme ve işleme tekniklerinin bilinçli kullanımı, daha dengeli, doyurucu ve tatmin edici tabakların oluşturulmasını mümkün kılmaktadır (Yamaguchi & Ninomiya, 2000; Karaman & Ceyhun Sezgin 2021).

Menü planlamasında umami, aşırı tuzluluk veya tatlılık algısını dengelemek, lezzet bütünlüğünü sağlamak ve yemeğin genel kabulünü yükseltmek amacıyla kullanılmaktadır. Bu yönüyle umami, modern gıda teknolojisi ve gastronomide estetik, duyuusal

denge ve tüketici memnuniyeti arasında bağ kuran temel bir yapı taşı hâline gelmiştir (Hossain et al., 2024).

Umaminin Dünya Mutfaklarındaki Kullanımı

Doğu Asya Mutfaklarında Umami

Doğu Asya mutfakları, umami tadının en yoğun ve karakteristik biçimde hissedildiği mutfak geleneklerini oluşturmaktadır. Japon, Çin ve Kore mutfaklarında lezzet; çoğu zaman yağ veya baharat baskınlığıyla değil, fermentasyon, kurutma, uzun pişirme ve ürün kombinasyonları yoluyla geliştirilen doğal umami bileşikleri üzerinden inşa edilmektedir. Bu mutfaklarda kullanılan birçok geleneksel ürün ve yemek, modern anlamda “umami” kavramı tanımlanmadan çok önce, deneyime dayalı mutfak bilgisi sayesinde umami tadını açığa çıkaran uygulamalarla şekillenmiştir (Yamaguchi & Ninomiya, 2000; Kurihara, 2015; Hajeb & Sinap, 2015).

Japon mutfağı umami tadını öne çıkaran malzemeleriyle ünlüdür. Özellikle kombu (kelp yosunu), katsuobushi (kurutulmuş bonito balığı) ve kuru shiitake mantarı gibi ürünler doğal umami deposudur (Yamaguchi & Ninomiya, 2000). Japon mutfağında umami, en somut biçimde dashi temelli yemekler üzerinden gözlemlenmektedir. Kombu ile hazırlanan dashi, miso çorbası, nimono ve nabe türü yemeklerin temel lezzet altyapısını oluşturur (Yuasa et al., 2017). Kombunun uzun süre kaynatılmaması, Japon mutfak pratiğinde yerleşmiş bir tekniktir; bu sayede serbest glutamat suya geçerken acı bileşiklerin çözünmesi sınırlandırılır (Yamaguchi & Ninomiya, 2000; Osawa, 2012; Kurihara, 2015). Dashi’ye eklenen katsuobushi, üretim sürecinde uygulanan kaynatma, tütsüleme, kurutma ve yüzey fermentasyonu sayesinde inosin monofosfat (IMP) bakımından zenginleşir (Ninomiya, 2016; Takenaka et al., 2020). Bu kombinasyon, miso çorbası ve özellikle ramen suyu, udon ve soba gibi çorbalarında belirgin bir umami sinerjisi oluşturarak

yemeğin hafif olmasına rağmen doyurucu algılanmasını sağlar (Yamaguchi & Ninomiya, 2000; Ninomiya, 2015, 2016; Yuasa et al., 2017). Fermente pirinç ürünü mirin veya saké kullanımı da umami algısını artırır; mayşelenmiş pirinçten gelen amino asitler yemeğin lezzet derinliğine katkı yapar (Okada et al., 2013; Inoue et al., 2016). Ayrıca oyakodon veya gyudon gibi dashi ile pişirilen pirinçli yemeklerde, etten gelen nükleotidler ile dashi kaynaklı glutamat birleşerek umami yoğunluğunu artırmaktadır (Yamaguchi & Ninomiya, 2000).

Çin mutfağında umami, ağırlıklı olarak fermente soslar (Soya sosu, istiridye sosu ve fermente siyah fasulye (douchi)), konsantre ürünler, kurutulmuş deniz ürünleri, olgunlaştırılmış etler ve yüksek ısıda hızlı pişirme teknikleri aracılığıyla ortaya çıkmaktadır (Li et al., 2007; Hajeb & Sinap, 2015; Qiao et al., 2024; Jiang et al., 2025). Balık sosları (yú-lú), fermente ançuezden yapılarak güçlü bir umami sağlar (Jiang et al., 2007). Soya sosu, stir-fry (wok) yemeklerinde temel bir umami kaynağı olarak kullanılmakta; fermentasyon sürecinde proteinlerin serbest amino asitlere ve küçük peptitlere parçalanması sayesinde karakteristik lezzet derinliğini kazanmaktadır (Cai et al., 2024). Wok ile yüksek ısıda hızlı pişirme (stir-fry) ise umami üzerinde farklı bir etki yapar: Yüksek ateşte kısa sürede pişen proteinlerde Maillard reaksiyonlarıyla bazı lezzet arttırıcı amino asit türevleri oluşabilir; ayrıca sebzelerin suyunu hapsettiği için doğal glutamat içerikleri yemekte kalır (Mottram, 1998; Nursten, 2005; Bai et al., 2022). Chow mein, soya soslu sebze wokları ve char siu gibi yemeklerde soya sosunun et veya sebze proteinleriyle birlikte kullanılması, farklı hammaddelerden gelen umami bileşiklerinin birleşmesini sağlar (Yamaguchi & Ninomiya, 2000). Sichuan mutfağında yaygın olan mapo tofu, hot pot ve doubanjiang bazlı güveçler, fermente soya ürünlerinin yüksek ısıyla kısa sürede temas etmesi sonucu umami algısının daha da belirginleştiği örneklerdir (Que et al., 2025). Uzun

süre kaynatılan et suları ve hot pot bazları ise pişirme süresince nükleotid ve amino asit birikimiyle güçlü bir umami temel oluşturur. Kurutulmuş deniz ürünleri de Çin mutfağının karakteristik umami kaynaklarındandır: Örneğin kurutulmuş karides, kurutulmuş tarak (conpoy), kuru balık dilimleri ve hatta kurutulmuş deniz yosunu (kelp) çeşitli yemeklerde kullanılır. Bu malzemeler kurutma ile hem glutamat hem de nükleotit yoğunluklarını artırır (Yoneda et al., 2005; Starkenmann et al., 2009). Jinhua jambonu (Çin'in ünlü kuru domuz jambonu) ve Xuanwei jambonu gibi ürünler de çorba ve güveçlere umami vermek için yüzyıllardır kullanılır; aylarca olgunlaştırılan bu etlerde proteinin parçalanmasıyla serbest glutamat ve lezzet veren peptitler birikir (Wang et al., 2011; Hu et al., 2023). Ayrıca Çin mutfağında modern dönemde saf MSG (monosodyum glutamat) kullanımı yaygınlaşmıştır (He et al., 2011; Yu et al., 2023). “Çin tuzu” olarak bilinen bu katkı, özellikle restoran mutfağında çorbalara, stir-fry yemeklere ve soslara eklenerek hızlı ve güçlü umami etkisi yaratır.

Kore mutfağında umami, belirgin biçimde fermentasyon temelli ürünler ve bu ürünlerle hazırlanan sıcak yemekler üzerinden hissedilmektedir. Doenjang (geleneksel Kore soya ezmesi) ve ganjang gibi jang (Kore soya sosu) ürünleri, uzun fermentasyon sürecinde proteinlerin parçalanması sonucu serbest glutamat bakımından zenginleşir ve doenjang jjigae ile soybean paste soup gibi yemeklerde ana lezzet taşıyıcısı olarak görev yapar (Rhyu & Kim, 2011; Song et al., 2021). Kimchi, yalnızca çiğ tüketilen bir fermente ürün değil; kimchi jjigae, kimchi bokkeumbap ve kimchi jeon gibi pişmiş yemeklerde kullanıldığında fermentasyon sırasında oluşan umami bileşiklerinin ısıyla birleşmesiyle daha yoğun ve yuvarlak bir tat profili kazanmaktadır (Patra et al., 2016; Li et al., 2023; Hajar-Azhari et al., 2024). Ayrıca jeotgal (fermente karides, hamsi sosu vb.) gibi fermente deniz ürünleri, çorbalar ve sebze yemeklerinde küçük miktarlarda kullanılarak yemeğin umami

mimarisini güçlendiren destekleyici bir unsur işlevi görmektedir (Koo et al., 2016). Uzun süre kaynatılan samgyetang gibi geleneksel çorbalarda ise etten açığa çıkan nükleotidler, fermente eşlikçilerle birleşerek derin bir umami algısı yaratmaktadır (Barido et al., 2020). Kurutulmuş ançuez (myeolchi) de Kore mutfağında kritik bir malzemedir; küçük boy kuru ançuezler hafif kavrulup suda kaynatılarak Kore usulü temel et suyu yapılır (myeolchi yuksu) (Lee et al., 2016). Ayrıca pyogo (shiitake mantarı) Kore mutfağında hem taze hem kuru halde kullanılır; kurutulmuş pyogo mantarı özellikle sütlü ve etli çorbalara katılarak umami artırılır.

Doğu Asya mutfaklarında ortak olarak görülen yaklaşım, umaminin tek bir üründen değil, farklı ürünlerin ve geleneksel tekniklerin bir araya gelmesiyle oluşturulmasıdır. Japon mutfağında dashi temelli çorbalar, Çin mutfağında fermente soslarla derinleşen wok ve güveç yemekleri, Kore mutfağında ise jang kültürüne dayalı çorbalar ve güveçler; umaminin bu mutfaklarda lezzet inşasının temel bileşeni olduğunu açık biçimde ortaya koymaktadır. Bu nedenle Doğu Asya mutfaklarının “sade ama yoğun” ve “hafif ama doyurucu” olarak algılanması, büyük ölçüde geleneksel ürünler ve pişirme teknikleriyle şekillenen umami mimarisine dayanmaktadır.

Güneydoğu Asya Mutfaklarında Umami

Güneydoğu Asya mutfaklarında umami tadı, büyük ölçüde fermente deniz ürünleri, balık soslari ve bu ürünlerin günlük yemeklerdeki sistematik kullanımıyla ortaya çıkmaktadır. Vietnam, Tayland, Filipinler ve Endonezya mutfaklarında umami, çoğu zaman uzun pişirme ya da et suyu temelli değil; yüksek tuzlu fermentasyonla yoğunlaştırılmış sıvı ve ezme ürünler aracılığıyla sağlanmaktadır. Bu mutfaklarda balık sosu ve fermente karides ürünleri, yemeğin yalnızca tuz kaynağı değil, doğrudan lezzet taşıyıcısı konumundadır (Van Esterik, 2008; Hakimi, 2022; Chan et al., 2023; Cha & Yu, 2024; Herlina & Setiarto, 2024).

Vietnam mutfağında umami, en açık biçimde nuoc mam kullanımıyla gözlemlenmektedir. Nuoc mam, küçük balıkların tuzla fermente edilmesi sonucu elde edilen ve yüksek düzeyde serbest glutamat içeren bir üründür (Shiroishi et al., 2025). Bu sos, pho gibi uzun süre kaynatılan et sularında, kemik ve etten açığa çıkan nükleotidlerle birleşerek güçlü bir umami temel oluşturur (Yamaguchi & Ninomiya, 2000). Pho’da nuoc mam genellikle pişirme sonunda eklenir; bu uygulama, fermentasyonla oluşan amino asitlerin ısıyla parçalanmadan korunmasını sağlar ve çorbanın derin ama dengeli bir tat profili kazanmasına katkıda bulunur. Benzer şekilde bun bo Hue gibi baharatlı çorbalarda da nuoc mam, acılık ve asiditeyi dengeleyen temel umami kaynağıdır.

Tayland mutfağında umami, balık sosunun (Nam pla) yüksek ısıya maruz kaldığı hızlı pişirme teknikleri ile daha belirgin hâle gelmektedir (Hakimi et al., 2022). Pad thai, pad kra pao ve fried rice gibi wok yemeklerinde nam pla, pişirme sırasında kısa sürede ısıya maruz kalır ve içerdiği serbest amino asitler yemeğin genel lezzet algısını güçlendirir. Özellikle pad thai’de balık sosunun, yumurta ve karides gibi protein kaynaklarıyla birlikte kullanılması; farklı umami bileşiklerinin aynı tabakta birleşmesine olanak tanımaktadır (Yamaguchi & Ninomiya, 2000). Ayrıca tom yum ve tom kha gibi çorbalarda balık sosu, lime suyu ve acı biberle birlikte kullanılarak umaminin baskın değil, destekleyici bir tat unsuru olarak konumlanmasını sağlar (Miranda et al., 2021).

Endonezya ve Malezya mutfaklarında umami, çoğunlukla fermente karides ezmeleri üzerinden ortaya çıkmaktadır. Terasi (Endonezya) ve belacan (Malezya), karideslerin tuzla fermente edilmesi sonucu elde edilir ve yüksek düzeyde serbest amino asit ve peptit içerir. Bu ürünler doğrudan tüketilmez; sambal gibi acı sosların hazırlanmasında veya sebze ve deniz ürünü yemeklerinde küçük miktarlarda kullanılır. Sambal hazırlanırken terasi’nin kavrulması, fermentasyonla oluşan umami bileşiklerinin aromatik

bileşenlerle birlikte daha algılanabilir hâle gelmesini sağlar. Bu durum, Güneydoğu Asya mutfaklarında umaminin çoğu zaman küçük miktarlarla fakat yüksek etkiyle kullanıldığını göstermektedir (Hajeb & Sinap, 2015; Hakimi et al., 2022; Herlina & Setiarto, 2024).

Filipin mutfağında ise umami, patis (balık sosu) ve bagoong (fermente balık veya karides ezmesi) üzerinden şekillenmektedir. Sinigang gibi ekşi çorbalarda patis, sebze ve etten gelen doğal tatları güçlendiren bir umami kaynağı olarak kullanılırken; kare-kare gibi yer fıstığı bazlı yemeklerde bagoong, yemeğin tat profilini derinleştiren tamamlayıcı bir unsur işlevi görmektedir. Bu yemeklerde umami, yoğun baharat veya yağ kullanımı olmadan, fermente ürünlerin stratejik eklenmesiyle elde edilmektedir (Hajeb & Jinap, 2015; Narzary et al., 2021). Filipinler'in sinigang çorbası örneğin, ekşi tamarind suyu ile yapılır ancak içine balık sosu ve domates konarak umami dengesi sağlanır.

Güneydoğu Asya mutfaklarında umamiye dair ortak özellik, bu tadın tek başına bir lezzet olarak sunulmaması, aksine asidik (lime, tamarind), tatlı ve acı bileşenlerle birlikte dengelenmesidir. Bu yaklaşım, fermente ürünlerin yoğun aromatik yapısının yemeği ağırlaştırmasını önlerken, umaminin yemeğin genel lezzet algısını güçlendiren bir arka plan unsuru olarak kalmasını sağlar. Bu nedenle Güneydoğu Asya mutfaklarında umami, Japon mutfağındaki gibi bir “stok temeli” değil; fermente sos ve ezmelerin yemek içinde akıllıca konumlandırılmasıyla ortaya çıkan bir lezzet mimarisi olarak değerlendirilebilir.

Akdeniz ve Avrupa Mutfaklarında Umami

Batı mutfak kültürüne ait yiyeceklerdeki malzeme çeşitliliğinin daha fazla olması nedeniyle umami tadın net bir şekilde algılanamadığı ve bu nedenle de beşinci tat olarak geç kabul edildiğini belirtmiştir (Ninomiya, 2015). Akdeniz ve Avrupa

mutfaklarında umami tadı, Doğu Asya mutfaklarında olduğu gibi açık bir kavram olarak tanımlanmamış olsa da, olgunlaştırma, fermentasyon, kurutma ve uzun pişirme teknikleri yoluyla geleneksel mutfak pratiğinin doğal bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Bu mutfaklarda umami, çoğu zaman tek bir ürünle değil; domates, peynir, fermente balık ürünleri ve et bazlı preparasyonların birlikte kullanımıyla oluşan bir lezzet derinliği olarak algılanmaktadır (Yamaguchi & Ninomiya, 2000; Kurihara, 2015).

Akdeniz mutfağında umaminin en belirgin kaynaklarından biri domatestir. Özellikle olgun, uzun süre pişirilmiş veya kurutulmuş domateslerde serbest glutamat düzeyi belirgin biçimde artmaktadır (Yamaguchi & Ninomiya, 2000). Bu durum, pasta al pomodoro, pizza sosu, ratatouille, menemen ve shakshuka gibi yemeklerde domatesin neden temel lezzet taşıyıcısı olduğunu açıklamaktadır. Domatesin sos hâline getirilmesi, fırınlanması ya da konsantre edilmesi; glutamatın yoğunlaşmasına ve yemeğin daha “yuvarlak” bir tat profili kazanmasına yol açmaktadır. Özellikle domates soslarının zeytinyağıyla birlikte kullanılması, ağızda kalıcılığı artıran belirgin bir umami algısı yaratmaktadır (Marcus, 2007). İtalya’dan spaghetti alla bolognese (kıymalı sos) örneğini düşünersek: Kıymada etin IMP’si, uzun pişme sonunda domates ve soğanla iyice kaynaşır, ayrıca geleneksel tarife göre biraz süt eklenir ki bu da kalsiyumun umami algısını yükseltmesi ve belki kazein parçalanmasıyla glutamat katkısı içindir. Neticede ortaya çıkan sos, aslında umami zengin bir sostur.

Et suyu ve kemik suyu kullanımı Fransız mutfağının temellerindendir; dana veya tavuk kemiklerinin saatlerce kaynatılmasıyla elde edilen demi-glace veya fond sosları, aslında yoğunlaştırılmış umami içeriğinden ötürü bu kadar lezzetlidir (Yamaguchi & Ninomiya, 2000; Xie et al., 2023).

Avrupa mutfaklarında umami açısından one çıkan bir diğerk ürün grubu olgunlaştırılmış peynirlerdir. Parmigiano Reggiano, Pecorino, Grana Padano, Comt ve Cheddar gibi peynirlerde, uzun olgunlaşma süreci boyunca proteinlerin parçalanması sonucu yüksek miktarda serbest glutamat ve küçük peptitler oluşmaktadır (Yamaguchi & Ninomiya, 2000; Drake et al., 2007; Kurihara, 2009; Toelstede et al., 2009; Mouritsen & Styrbek, 2014). Bu nedenle bu peynirler, risotto, pasta, gnocchi, gratin ve soğank orbası gibi yemeklerde az miktarda kullanıldığında bile yemeğink umami yoğunluğunk belirgin biçimde artırmaktadır. rneğink yapılan bir çalışmada geleneksel İtalyan makarnasına eklenen Parmigiano, nişastalı yapı ile umami bileşiklerini birleştirerek yemeğink hem kremamsı hem de derin algılanmasını sağlar (Sinesio et al., 2009).

Akdeniz ve Avrupa mutfaklarında umaminin tarihsel olarak önemli bir kaynağı da fermente ve tuzlanmış balık ürünleridir. Antik Roma mutfağında yaygın olarak kullanılan garum, balıkların tuzla fermente edilmesiyle elde edilen ve yüksek serbest amino asit ieriğink sahip bir sos olarak bilinmektedir (Yoshida, 1998). Günümüzde İtalya’da üretilen colatura di alici, Fransa ve İtalya mutfaklarında kullanılan ançuez, tuzlanmış sardalya ve bottarga, İngiliz Worcestershire sosu bu geleneğink modern yansımalarıdır (Ono & Mouritsen, 2025; Mouritsen & Styrbek, 2014). Bu rnler, puttanesca, bagna cauda, salade nioise ve makarna soslarında küçük miktarlarda kullanılarak yemeğink umami temelini güçlendirmektedir.

Avrupa mutfaklarında et temelli umami, çoğunlukla uzun süreli pişirme ve etin olgunlaştırılması yoluyla ortaya çıkmaktadır. Boeuf bourguignon, osso buco, rag alla bolognese, goulash ve coq au vin gibi yemeklerde, etin düşük ısıda uzun süre pişirilmesi sonucu proteinlerin ve nükleotidlerin çözünmesiyle derin bir umami tadı oluşmaktadır (Wang et al., 2020). Benzer şekilde dry-aged etlerde, kontrollü olgunlaştırma sürecinde gerçekleşen proteoliz, serbest

amino asit miktarını artırarak etin daha yoğun ve kalıcı bir lezzet profili kazanmasına yol açmaktadır (Hwang et al., 2019; Ribeiro et al. 2025). Bu etler, ızgara veya mühürleme sonrası sade şekilde servis edildiğinde bile güçlü bir umami algısı sunmaktadır (Bai et al., 2022; Kerth & Miller, 2023). Kürlenmiş etler de (prosciutto, jamón ibérico, pastırma gibi) Avrupa'nın umami kaynaklarından (Zhao et al., 2018). İspanyol Jamon Iberico veya İtalyan Prosciutto di Parma gibi hava ile kurutulmuş şarküteri ürünleri, aylarca süren olgunlaşma sürecinde protein parçalanmasıyla serbest amino asitler (glutamat dahil) ve lezzetli küçük peptitler biriktirir. Bu yüzden bir dilim prosciutto veya pastırma, taze pişmiş etten çok daha yoğun bir tada sahiptir. Sosis ve salam gibi fermente-kürlenmiş ürünler de (örn. İtalyan soppressata, Alman salamı) benzer şekilde umami yüklüdür (Geng et al., 2025).

Olgunlaştırma bunların başında gelir: İster peynir, ister et olsun, zaman ve kontrollü çevresel koşullar altında bekletilen gıdalarda umami arttığı için Avrupa'da bu bir kalite göstergesi kabul edilir. Örneğin iki yıl olgunlaştırılmış bir cheddar peyniri, taze bir çiftlik peynirine göre çok daha “lezzetli” bulunur; bunun sebebi geçen zamanda gerçekleşen enzimatik proteoliz ile umami bileşiklerinin artmasıdır (Rosenberg & Altemueller, 2001; Drake et al., 2007). Fermentasyon da Avrupa'da (özellikle Orta Avrupa ve Kuzey) turşular, kefir, yoğurt, bazı ekmek hamurları ve sucuk/salam gibi ürünlerde kullanılır. Örneğin Doğu Avrupa lahana turşusu (sauerkraut) laktik fermentasyonla yapılır; ortaya her ne kadar ekşi bir gıda çıksa da, fermentasyon sırasında lahana proteinlerinden az miktarda amino asitler de oluşur (kimchi örneğinde olduğu gibi), bu da piştiğinde (ör. kapuska) hafif de olsa umami bir tat hissettirir.

Akdeniz mutfağında umami çoğu zaman birden fazla kaynağın aynı yemekte buluşturulmasıyla güçlenmektedir. Pizza, lasagna, moussaka, fırın patlıcan yemekleri ve sebzeli güveçler, domates, peynir ve bazen fermente balık ürünlerinin birlikte

kullanılmasıyla sinerjik bir umami yapısı oluşturmaktadır. Bu yemeklerde umami, baskın bir tat olarak öne çıkmaktan ziyade; yemeğin tüm bileşenlerini bir arada tutan temel bir lezzet unsuru olarak işlev görmektedir.

Sonuç olarak Akdeniz ve Avrupa mutfaklarında umami, belirli bir stok veya fermente sos kültürüne dayanmaktan ziyade; olgunlaşma, pişirme teknikleri ve ürün kombinasyonları yoluyla doğal biçimde ortaya çıkmaktadır. Bu yaklaşım, söz konusu mutfakların neden “zengin”, “tatmin edici” ve “doyurucu” olarak algılandığını açıklayan temel gastronomik unsurlardan biri olarak değerlendirilebilir.

Amerika Kıtası Mutfaklarında Umami

Amerika kıtası mutfaklarında umami tadı, büyük ölçüde et temelli pişirme teknikleri, olgunlaştırma, ızgara ve barbekü uygulamaları ile domates ve peynir gibi umami açısından zengin ürünlerin yaygın kullanımıyla ortaya çıkmaktadır. Kuzey ve Latin Amerika mutfaklarında umami, Doğu Asya’daki gibi fermente soslar üzerinden değil; çoğunlukla yüksek proteinli hammaddelerin ısıya maruz kalması, uzun pişirme ve derişim yoluyla geliştirilen bir lezzet derinliği olarak karşımıza çıkmaktadır (Mottram, 1998; Bellisle, 1999; Civitello, 2007; You et.al., 2024).

Kuzey Amerika mutfağında umami, en belirgin biçimde kırmızı et ve et ürünleri üzerinden hissedilmektedir. Biftek, hamburger köftesi ve barbekü kaburga gibi ürünlerde, etin yüksek protein içeriği pişirme sırasında amino asitlere ve nükleotidlere dönüşerek yoğun bir umami algısı oluşturur. Özellikle bifteğin mühürlenmesi sırasında gerçekleşen Maillard reaksiyonları, etten açığa çıkan serbest amino asitlerle birleşerek yemeğin “doyurucu” ve “tatmin edici” olarak algılanmasını sağlamaktadır (Mottram, 1998). Dry-aged steak gibi olgunlaştırılmış etlerde ise olgunlaşma sürecinde gerçekleşen proteoliz, serbest amino asit miktarını

artırarak umami yoğunluğunu daha da belirgin hâle getirmektedir (Ribeiro et al., 2025).

Amerikan barbekü kültüründe umami, düşük ısıda uzun süre pişirme tekniğiyle ön plana çıkmaktadır. Smoked brisket, pulled pork ve slow-cooked ribs gibi ürünlerde et, saatler süren pişirme boyunca kollajenin jelatine dönüşmesi ve proteinlerin parçalanması sonucu derin bir lezzet profili kazanır. Bu yemeklerde kullanılan et suyu, kemik ve bağ dokusu, pişirme süresi uzadıkça nükleotid ve amino asit birikimini artırarak güçlü bir umami temel oluşturur (Wang et al., 2020). Barbekü soslarında sıklıkla kullanılan domates bazlı ürünler ise bu et temelli umamiyi destekleyici bir rol üstlenmektedir (Bellisle, 1999; Civitello, 2007).

Amerika kıtasında umaminin bir diğer önemli kaynağı olgun peynirlerdir. Cheddar, Monterey Jack ve American cheese gibi peynirler, özellikle burger, mac and cheese ve gratin türü fırın yemeklerinde kullanıldığında yemeğin umami algısını belirgin biçimde güçlendirmektedir (Yamaguchi & Ninomiya, 2000; Drake, 2007; Mouritsen & Styrbæk, 2014). Bu peynirlerdeki serbest glutamat, etten veya makarnadan gelen tat bileşenleriyle birleşerek katmanlı bir lezzet profili oluşturur (Yamaguchi & Ninomiya, 2000). Örneğin klasik bir cheeseburger’da köftenin umamisi ile peynirden gelen glutamat birleşerek yemeğin sade olmasına rağmen yoğun algılanmasını sağlar.

Latin Amerika mutfaklarında umami, çoğu zaman domates, mısır ve et bazlı uzun pişirme teknikleri üzerinden ortaya çıkmaktadır. Meksika mutfağında mole sosları, kakao, baharat ve domates gibi bileşenlerin uzun süre pişirilmesiyle konsantre bir lezzet yapısı kazanır. Mole’de domates ve et suyunun birlikte kullanılması, umami bileşiklerinin yoğunlaşmasına katkı sağlamaktadır. Benzer şekilde chili con carne, domates, fasulye ve etin uzun süre birlikte pişirilmesiyle umami açısından zengin bir yapı oluşturmaktadır.

Güney Amerika mutfaklarında umami, özellikle ızgara ve açık ateş teknikleri ile öne çıkmaktadır. Asado ve churrasco gibi geleneksel et pişirme yöntemlerinde, etin yüksek ısıda pişirilmesi sırasında amino asitler ve indirgen şekerler arasında gerçekleşen reaksiyonlar, yoğun bir lezzet algısı yaratmaktadır. Bu yemeklerde genellikle sade baharatlama tercih edilmesi, umaminin doğrudan etten gelen bileşenler üzerinden algılanmasına olanak tanımaktadır (Bai et al., 2022; Mottram, 1998; Bassam et al., 2022).

Amerika kıtası mutfaklarında umami, çoğu zaman ürünlerin sadeliğiyle ilişkilidir. Et, peynir ve domates gibi umami açısından güçlü hammaddeler; karmaşık fermentasyon süreçleri olmadan, doğru pişirme ve olgunlaştırma teknikleriyle ön plana çıkarılmaktadır. Bu durum, Amerikan mutfaklarının neden “basit ama doyurucu” ve “yoğun lezzetli” olarak algılandığını açıklayan temel gastronomik unsurlardan biridir.

Sonuç olarak Amerika kıtası mutfaklarında umami, geleneksel olarak et merkezli pişirme teknikleri, olgunlaştırma ve derişim yoluyla ortaya çıkmakta; domates ve peynir gibi tamamlayıcı ürünlerle desteklenerek katmanlı bir lezzet profiline dönüştürülmektedir. Bu yaklaşım, umaminin bu mutfaklarda çoğu zaman bilinçsiz fakat son derece etkili bir biçimde kullanıldığını göstermektedir.

Orta Doğu Mutfaklarında Umami

Orta Doğu mutfaklarında umami tadı, ağırlıklı olarak et, baklagil ve fermente süt ürünlerinin geleneksel pişirme teknikleriyle işlenmesi sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu mutfaklarda umami, Doğu Asya’daki gibi fermente soslar üzerinden değil; uzun süreli pişirme, et suyu kullanımı, baklagillerin yoğunlaştırılması ve yoğurt temelli fermentasyonlar aracılığıyla yemeğin doğal yapısı içinde gelişmektedir. Bu nedenle Orta Doğu mutfakları, baharat kullanımına rağmen esas lezzet derinliğini hammaddenin

kendisinden alan mutfak gelenekleri arasında yer almaktadır (Pulluk, 2022; Bostancı, 2024).

Levant mutfağında (Lübnan, Suriye, Filistin) umami, en belirgin biçimde baklagil temelli yemekler üzerinden gözlemlenmektedir. Humus, yalnızca nohuttan yapılan bir püre değil; nohudun uzun süre haşlanması sırasında proteinlerin parçalanmasıyla serbest amino asitlerin açığa çıktığı, tahin ve zeytinyağıyla birleştiğinde ağızda dolgun bir tat oluşturan bir yemektir. Benzer biçimde ful medames, baklanın uzun süre düşük ısıda pişirilmesiyle elde edilir ve sade malzemelere rağmen belirgin bir umami derinliği sunar. Bu yemeklerde umami, etten değil; baklagillerin yoğunlaştırılması ve pişirme süresi sayesinde ortaya çıkmaktadır (Yamaguchi & Ninomiya, 2000; Pulluk, 2022; Bostancı, 2024).

İran mutfağında umami, çoğunlukla uzun süre pişirilen etli yahni ve pilav eşlikleri üzerinden hissedilmektedir. Ghormeh sabzi ve fesenjan gibi yemeklerde, kuzu eti düşük ısıda uzun süre pişirilerek etten amino asit ve nükleotidlerin açığa çıkması sağlanır. Özellikle ghormeh sabzi’de kullanılan uzun pişirme tekniği, etin yanında yeşilliklerin ve baklagillerin de tat yoğunluğunu artırarak yemeğin belirgin bir umami altyapısı kazanmasına yol açmaktadır. Bu yemekler, baharat ve ekşi unsurlar içerse de lezzetin temel taşıyıcısı uzun pişmiş et ve baklagil kombinasyonudur (Yamaguchi & Ninomiya, 2000; Pulluk, 2022; Bostancı, 2024).

Arap Yarımadası mutfaklarında umami, özellikle pirinç ve etin birlikte uzun süre pişirildiği yemekler üzerinden ortaya çıkmaktadır. Kabsa ve mandi gibi yemeklerde, kuzu veya tavuk eti kemikleriyle birlikte pişirilmekte; pişirme süresi boyunca etten açığa çıkan nükleotidler pirince geçerek yemeğin tamamına yayılan bir umami algısı oluşturmaktadır. Bu tür yemeklerde baharatlar aromatik bir çerçeve sunarken, yemeğin “doyurucu” algılanmasının

temel nedeni et suyu ve uzun pişirme sürecidir (Yamaguchi & Ninomiya, 2000; Pulluk, 2022; Bostancı, 2024).

Mısır mutfağında umami, hem baklagil hem de et temelli yemeklerde açık biçimde görülmektedir. Koshari, mercimek, pirinç ve makarnanın birlikte pişirilmesiyle elde edilen bir yemektir ve özellikle mercimeğin pişirme süreci, yemeğe belirgin bir umami katkısı sağlar. Molokhia ise et veya tavuk suyuyla pişirilen bir yeşillik yemeği olup, kullanılan et suyunun nükleotid içeriği sayesinde sade bir yapıya rağmen güçlü bir lezzet derinliği sunmaktadır (Pulluk, 2022; Bostancı, 2024).

Orta Doğu mutfaklarında umaminin önemli bir diğer kaynağı fermente süt ürünleridir. Yoğurt, labneh ve kefir benzeri ürünler, fermentasyon sürecinde serbest amino asitler bakımından zenginleşmekte ve özellikle sıcak yemeklerle birlikte kullanıldığında umami algısını güçlendirmektedir. Yoğurtlu kebaplar, yoğurtlu çorbalar ve yoğurt bazlı soslar, etten gelen umami bileşenlerini destekleyerek yemeğin daha yuvarlak ve dengeli algılanmasını sağlamaktadır (Yamaguchi & Ninomiya, 2000; Pulluk, 2022; Bostancı, 2024).

Orta Doğu mutfaklarında umami çoğu zaman baharatla değil, pişirme süresiyle ortaya çıkmaktadır. Kimyon, tarçın ve kişniş gibi baharatlar yemeğin aromatik profilini zenginleştirirken, esas lezzet derinliği uzun süre pişmiş etler, baklagiller ve et sularından gelmektedir. Bu nedenle Orta Doğu mutfaklarında umami, doğrudan fark edilen bir tat değil; yemeğin “tok tutan”, “doyurucu” ve “tatmin edici” olarak algılanmasını sağlayan temel bir arka plan unsuru olarak değerlendirilebilir.

Sonuç olarak Orta Doğu mutfaklarında umami; Lübnan mutfağında humus ve ful, İran mutfağında uzun pişmiş yahni ve pilavlar, Arap Yarımadası’nda etli pirinç yemekleri ve Mısır mutfağında mercimek ve et suyu temelli yemekler üzerinden somut

biçimde ortaya çıkmaktadır. Bu örnekler, Orta Doğu mutfaklarında umaminin fermente soslardan değil; et, baklagil ve fermente süt ürünlerinin geleneksel pişirme teknikleriyle işlenmesi sonucu oluştuğunu açık biçimde göstermektedir.

Türk Mutfağında Umami

Türk mutfağı, zengin malzeme çeşitliliğiyle umami tat unsurlarını bolca barındıran bir gelenektir. Tarihsel olarak Orta Asya'dan Anadolu'ya taşınan yemek kültürü, hem hayvansal ürünleri hem de çeşitli sebze ve tahılları birleştirmiş; bu sayede umami açıdan zengin birçok bileşen mutfak repertuvarına girmiştir. Türk mutfağı, umami tadının en zengin ve çok katmanlı biçimde ortaya çıktığı mutfak geleneklerinden biridir. Ancak bu umami yapısı, Doğu Asya mutfaklarında olduğu gibi belirli fermente soslar veya tekil ürünler üzerinden değil; uzun pişirme kültürü, et ve kemik suyu kullanımı, fermente tahıl ve et ürünleri, kurutma ve olgunlaştırma teknikleri ile şekillenmektedir. Türk mutfağında umami, çoğu zaman ayrı bir tat olarak fark edilmez; bunun yerine yemeklerin “lezzetli”, “doyurucu”, “ağızda kalan” ve “tok tutan” olarak algılanmasını sağlayan temel bir lezzet altyapısı oluşturur (Sürücüoğlu ve Özçelik, 2008; Cömert & Güdek, 2017; Küçükkömürler & Kaya, 2019; Karaman & Ceyhun Sezgin, 2021).

Öne çıkan umami gıdaların başında domates salçası gelir. Anadolu mutfağında hemen her yemekte kullanılan domates salçası, güneşte yoğunlaştırılmış domates özüdür ve doğal olarak glutamat bakımından çok zengindir. Nitekim Umami Bilgi Merkezi tarafından hazırlanan dünya umami haritasında, Türkiye'yi temsil eden en önemli umami gıdası olarak “domates salçası” gösterilmiştir (Karaman & Ceyhun Sezgin, 2021).

Bir diğer kritik bileşen soğan ve sarımsaktır. Soğan (*Allium cepa*) ve sarımsak (*Allium sativum*), Türk mutfağında yaygın biçimde kullanılan ve yemeğin temel lezzet altyapısını oluşturan

başlıca tat verici bileşenler arasında yer almaktadır. Her iki sebze de yapısal olarak serbest glutamat ile kükürt içeren bileşikler barındırmakta; bu özellikleri sayesinde hem aroma gelişimine hem de umami algısına katkı sağlamaktadır. Özellikle soğan, ısıtma işlemi sırasında hücre yapısının parçalanmasıyla birlikte içerdiği şekerlerin karamelizasyonu ve amino asitlerin serbestleşmesi sonucunda tatlı ve umami karakterinin belirginleştiği bir lezzet profili sunmaktadır. Türk mutfağında birçok yemeğin hazırlanmasına “soğan kavurma” aşamasıyla başlanması, bu bileşenin yemeğin temel tat matrisini oluşturmadaki işlevsel rolünü ortaya koymaktadır. Bu özellikleriyle söz konusu sebzeler, Türk mutfağında umami tadının doğal ve geleneksel temsilcileri arasında değerlendirilebilmektedir (Nursten, 2005; Karaman & Ceyhun Sezgin, 2021).

Türk mutfağında pek çok yemeğin başlangıcını oluşturan soğan–yağ–domates/biber salçası üçlüsü, hem doğal glutamat (domates, biber, soğan) hem de Maillard ürünleri yoluyla umami ve kokusal derinlik sağlar. Özellikle domates/biber salçası, soğan ve sarımsağın birlikte kullanımının “klasik umami lezzet kombinasyonu” oluşturduğunu vurgulamaktadır (Küçükkömürler & Kaya, 2019).

Türk mutfağında umaminin en belirgin kaynaklarından biri et ve kemik suyu temelli pişirme geleneğidir. Anadolu mutfağında çorbalar, tencere yemekleri ve pilavlar sıklıkla kemik veya et suyu ile hazırlanır. Kelle paça, işkembe, et suyu çorbası, tavuk suyu çorba gibi yemeklerde, kemik ve bağ dokusunun uzun süre kaynatılması sonucu kollajen jelatine dönüşmekte; bu süreçte serbest amino asitler ve nükleotidler açığa çıkarak güçlü bir umami altyapısı oluşturmaktadır (Güler, 2010; Karaman & Ceyhun Sezgin, 2021). Benzer şekilde düğün çorbaları ve paça bazlı yöresel çorbalar, sade baharat kullanımına rağmen yoğun bir lezzet derinliği sunmaktadır.

Ayrıca Türk mutfağında yapılan tarhana çorbası, erişte çorbası, mercimek çorbası, ciğer çorbası, yuvalama çorbası, yayla

Çorbası, domates  orbası gibi çorbalar da umami kaynaklarıdır (Karaman & Ceyhun Sezgin, 2021)

Türk mutfağında umaminin ikinci önemli ayağını uzun süre pişirilen etli tencere yemekleri oluşturmaktadır. Tas kebabı, etli kuru fasulye, etli nohut, kapuska, etli patlıcan ve yahni türleri, düşük ısıda uzun süre pişirilerek etten amino asit ve nükleotidlerin yemeğın geneline yayılmasını sağlar. Bu yemeklerde baklagil veya sebze, etten gelen umami bileşenlerini taşıyıcı bir ortam işlevi görür. Özellikle kuru fasulyenin etle birlikte uzun süre pişirilmesi, baklagil proteinleri ile et proteinlerinden gelen umami bileşiklerinin birleşmesine yol açmaktadır (Yamaguchi & Ninomiya, 2000; Güler, 2010; K   kk m rl r & Kaya, 2019).

Türk mutfağında umami açısından son derece karakteristik bir grup fermente ve kurutulmuş tahıl ürünleridir. Tarhana, yoğurt, tahıl ve sebzelerin fermentasyonu ile elde edilen bir üründür ve fermentasyon sürecinde proteinlerin parçalanması sonucu serbest amino asitler bakımından zenginleşir. Tarhana  orbası pişirildiğinde, fermentasyonla oluşan bu bileşikler ısıyla birlikte daha belirgin hâle gelir ve çorbaya karakteristik bir umami derinliğı kazandırır (K   kk m rl r & Kaya, 2019; Karaman & Ceyhun Sezgin, 2021). Benzer biçimde keşkek, buğdayın uzun süre pişirilmesi ve etle dövülmesi sonucu niőasta ve proteinlerin b t nleştiğı, yoğun ve kalıcı bir umami algısı sunan geleneksel bir yemektir.

Türk mutfağında umaminin en özgün ve güçlü  r neklerinden biri kurutma ve olgunlaştırma yoluyla elde edilen et ürünleridir. Pastırma,  retim sürecinde uygulanan tuzlama, kurutma ve olgunlaştırma aőamaları sayesinde proteinlerin parçalanmasıyla yüksek miktarda serbest amino asit içeren bir ürün hâline gelir. Pastırmanın  iğ olarak dahi yoğun lezzetli algılanmasının temel nedeni bu umami yoğunluğudur (Kaban, 2013; Dışhan vd., 2021). Benzer şekilde sucuk, fermentasyon sürecinde hem asidik hem de umami karakter kazanan bir üründür. Sucuklu yumurta veya sucuklu

kuru fasulye gibi yemeklerde, sucuktan gelen umami bileşenleri yemeğin genel lezzet profilini belirgin biçimde güçlendirmektedir.

Sebze temelli Türk yemeklerinde de umami önemli bir rol oynamaktadır. İmam bayıldı, karnıyarık, zeytinyağlı taze fasulye ve türlü gibi yemeklerde, sebzelerin uzun süre pişirilmesi ve özellikle soğanla birlikte kavrulması, sebzelerde doğal olarak bulunan glutamatın daha algılanabilir hâle gelmesine yol açmaktadır. Soğanın uzun süre kavrulması, Türk mutfağında umami oluşturma en temel ve bilinçsiz uygulamalarından biridir. Bu teknik, pek çok yemeğin lezzet temelini oluşturmaktadır.

Türk mutfağında yoğurt ve yoğurt bazlı ürünler, yalnızca asidik bir denge unsuru değil; aynı zamanda umami algısını güçlendiren bileşenlerdir. Yoğurtlu çorbalar, yoğurtlu kebablar, mantı ve erişte gibi yemeklerde yoğurt, etten veya hamurdan gelen umami bileşenlerini destekleyerek yemeğin daha yuvarlak ve dengeli algılanmasını sağlar. Yoğurdun fermentasyon sürecinde oluşan serbest amino asitler, özellikle sıcak yemeklerle birleştiğinde bu etkiyi daha da belirgin hâle getirmektedir (Güler, 2010; Küçükkömürler & Kaya, 2019; Li et al., 2025).

Aşağıdaki Tablo 1 ve Tablo 2’ de Türk mutfağından umami kaynağı bazı yemekler verilmiştir.

Tablo 1. Türk Mutfağı Kültüründe Yer Alan Çorbaların Umami Tat İçeriği

Çorba	Temel Malzemeler	Umami Tat İçeriği
Tarhana Çorbası	Un, domates, soğan, sarımsak, kırmızı biber, yoğurt	Domates ve soğanın MSG; tarhananın fermentasyon sürecine bağlı GMP/IMP katkısı ile yoğun umami
Erişte Çorbası	Erişte (un, yumurta), soğan, kıyma, domates salçası, mercimek	Yumurta ve kıymadan IMP; salça ve soğandan MSG ile birleşik umami
Bulgur Çorbası	Bulgur, et suyu, soğan, domates salçası	Et suyundan IMP; salça ve soğandan MSG

Çorba	Temel Malzemeler	Umami Tat İçeriği
Şehriye Çorbası	Şehriye, domates salçası	Domates salçası kaynaklı MSG
Un Çorbası	Un, et suyu, yağ	Et suyundan IMP; unla birlikte algısal umami
Mercimek Çorbası	Mercimek, soğan, patates, domates salçası	Baklagillerden doğal glutamat; salça ve soğanla umami artışı
Yeşil Mercimek Çorbası	Yeşil mercimek, soğan, et suyu, yumurta	Et suyundan IMP; mercimekten glutamat
Nohut Çorbası	Nohut, soğan, patates	Baklagil kaynaklı umami bileşenleri
İşkembe Çorbası	İşkembe, sarımsak, sirke	Sakatattan IMP; sarımsaktan glutamat
Ciğer Çorbası	Ciğer, un, yumurta	Ciğerden yüksek IMP
Kelle-Paça Çorbası	Kelle-paça, sarımsak, yumurta	Kemik ve sakatattan yoğun IMP
Düğün Çorbası	Un, yumurta, et suyu	Et suyu ve yumurtadan umami
Yuvalama Çorbası	Kıyma, yumurta, nohut	Kıyma ve yumurtadan IMP
Tavuklu Şehriye Çorbası	Tavuk eti, şehriye, domates salçası	Tavuk etinden IMP; salçadan MSG
Terbiyeli Sebzeli Tavuk Çorbası	Tavuk eti, un, yumurta, sebze	Tavuk eti ve yumurtadan umami
Süt Çorbası	Et suyu, un, süt, peynir	Et suyu ve süt-protein etkileşimi
Yayla Çorbası	Et suyu, yoğurt, un	Et suyundan IMP
Toga Çorbası	Un, yumurta, yoğurt, nohut	Yumurta ve nohuttan umami
Karalahana Çorbası	Karalahana, fasulye, salça	Sebze ve baklagillerden doğal glutamat
Domates Çorbası	Domates, salça	Domates kaynaklı yoğun MSG

Kaynak: (Karaman & Ceyhun Sezgin, 2021)

Tablo 2. Türk Mutfağında Seçili Yemeklerin Umami Tat İçeriği

Yemek	Temel Malzemeler	Umami Tat İçeriği
Tarhana Çorbası	Un, domates, soğan, sarımsak, yoğurt	Fermentasyon + domates ve soğan kaynaklı MSG/GMP
Tas Kebabı	Dana eti, soğan, domates salçası	Dana etinden IMP; salça ve soğandan MSG
Lahana Dolması	Lahana, kıyma, soğan, pirinç	Kıyma ve soğandan umami sinerjisi
Kıymalı Bezelye	Bezelye, kıyma, soğan	Bitkisel glutamat + et kaynaklı IMP
Hamsili Pilav	Hamsi, soğan, pirinç	Hamsiden yüksek IMP; soğandan MSG
Mantı	Un, yumurta, kıyma, yoğurt, sarımsak	Et ve yumurtadan IMP; yoğurt-sarımsak katkısı
Tavuk Göğsü	Tavuk göğsü, süt, pirinç	Tavuk eti ve süt proteinlerinin oluşturduğu umami

Kaynak: (Küçükkömürler & Kaya, 2019)

Türk mutfağında dikkat çeken bir diğer unsur, umaminin çoğu zaman birden fazla kaynaktan aynı yemekte bir araya gelmesidir. Mantı (hamur + et + yoğurt), keşkek (tahıl + et), etli kuru fasulye (baklagil + et), tarhana çorbası (fermente tahıl + yoğurt) ve sucuklu yumurta (fermente et + yumurta proteini) gibi yemekler, bu çok katmanlı umami yapısının en somut örneklerini oluşturmaktadır. Bu durum, Türk mutfağının neden sade baharat kullanımına rağmen yoğun ve kalıcı lezzetler sunabildiğini açıklamaktadır. Nitekim Türk mutfağında kebablar hazırlanırken etlerin domates, soğan gibi sebzelerle birlikte pişirilmesi, ya da güveçlerde et-sebze bir arada kullanılması da bu sinerjinin klasik örneklerindendir.

Sonuç olarak Türk mutfağında umami, tek bir ürün veya teknikle sınırlı değildir; uzun pişirme kültürü, fermentasyon, kurutma, olgunlaştırma ve ürün kombinasyonları yoluyla sistematik biçimde oluşmaktadır. Türk mutfağında umami çoğu zaman adlandırılmamış olsa da, mutfağın temel lezzet mimarisini oluşturan en önemli unsurlardan biridir. Bu özellik, Türk mutfağını yalnızca kültürel değil, aynı zamanda gastronomik ve duysal açıdan da son derece zengin bir mutfak geleneği hâline getirmektedir.

Uluslararası Perspektifte Umami: Türk, Japon ve Akdeniz Mutfaklarının Karşılaştırılması

Umami tadı, farklı mutfak kültürlerinde ortak bir duyuusal deneyim sunmasına rağmen, her mutfakta farklı gıda ve gıda teknolojisi ve gastronomik stratejiler aracılığıyla inşa edilmektedir. Japon mutfacı, umamiyi bilinçli ve minimalist bir lezzet hedefi olarak ele alırken; Türk mutfacı sürece yayılan, kümülatif bir yapı sunmakta; Akdeniz mutfacı ise doğal hammaddelerin olgunluğu ve dengesi üzerinden umami algısını yapılandırmaktadır (Yamaguchi & Ninomiya, 2000; Kurihara, 2015).

Bu üç mutfak karşılaştırmalı olarak değerlendirildiğinde, umaminin evrensel bir tat olmasına rağmen kültürel bağlam içinde farklı biçimlerde üretildiği görülmektedir. Güncel gıda ve gıda teknolojisi ve gastronomi literatürü, bu farklı yaklaşımların modern mutfak uygulamaları için tamamlayıcı bir potansiyel sunduğunu ortaya koymaktadır (Hossain et al., 2024).

Tablo 3. Türk, Japon ve Akdeniz Mutfaklarında Umami Oluşumunun Gastronomik Stratejiler Açısından Karşılaştırılması

Karşılaştırma Boyutu	Türk Mutfacı	Japon Mutfacı	Akdeniz Mutfacı
Umami Yaklaşımı	Örtük, kümülatif ve süreç odaklı	Bilinçli, hedefli ve minimalist	Doğal yoğunluk ve denge temelli
Temel Umami Kaynakları	Et suyu, kemik suyu, salça, fermente tahıl ürünleri	Kombu, dashi, katsuobushi, fermente soslar	Domates, olgun peynirler, zeytin, balık ve deniz ürünleri
Baskın Pişirme Teknikleri	Uzun süreli kaynatma, yahni, sulu pişirme	Kısa süreli pişirme, hafif ekstraksiyon	Kısa-orta süreli pişirme, hafif ısıt işlem
Proses Zamanı	Uzun süreli ve kademeli	Kısa ve kontrollü	Orta süreli, hammaddeden bağımsız
Fermentasyonun Rolü	Destekleyici ve derinleştirici	Merkezi ve belirleyici	Sınırlı fakat tamamlayıcı
Tat Profili	Özlü, tok, doyurucu	Temiz, berrak, net	Hafif, dengeli, ferah
Tat-Aroma İlişkisi	Aroma, umamiyi destekleyici	Umami baskın, aroma ikincil	Umami, asidite ve aroma ile dengeli

Karşılaştırma Boyutu	Türk Mutfağı	Japon Mutfağı	Akdeniz Mutfağı
Umaminin Menüdeki İşlevi	Lezzet sürekliliği ve doyum	Tat çekirdeği ve merkez	Bütüncül denge unsuru
Modern Gastronomiye Katkısı	Süreç temelli lezzet derinliği	Bilinçli umami kontrolü	Doğal hammaddelerle umami dengesi

Kaynak: (Yamaguchi & Ninomiya, 2000; Kurihara, 2015; Hossain et al., 2024).

Tablo 3’de sunulan karşılaştırmalı çerçeve, umami algısının farklı mutfak kültürlerinde benzer duyusal sonuçlara ulaşmasına rağmen, gıda ve gıda teknolojisi ve gastronomik olarak farklı stratejilerle inşa edildiğini açık biçimde ortaya koymaktadır. Japon mutfağında umami, bilinçli ve hedefli bir tat çekirdeği olarak yapılandırılırken; Türk mutfağında uzun süreli pişirme, yoğunlaştırma ve kümülatif prosesler aracılığıyla zamana yayılan bir lezzet derinliği oluşturulmaktadır. Akdeniz mutfağında ise umami, doğal hammaddelerin olgunluğu ve tatlar arası denge üzerinden daha hafif ve bütüncül bir yapı sergilemektedir. Bu farklı yaklaşımlar, umaminin evrensel bir tat olmasının yanı sıra kültürel bağlamda biçimlenen bir gıda teknolojisi ve gastronomik araç olduğunu göstermektedir (Yamaguchi & Ninomiya, 2000; Kurihara, 2015; Hossain et al., 2024). Dolayısıyla modern gıda teknolojisi ve gastronomi uygulamalarında bu üç mutfağın umami stratejilerinin birlikte değerlendirilmesi, hem duyusal kaliteyi artıran hem de kültürel çeşitliliği koruyan yenilikçi lezzet tasarımlarına olanak tanımaktadır.

Umami Tadın Ortaya Çıkarılması ve Gıda Formülasyonunda Kullanımı

Umami Tadı Gıdalarda Nasıl Ortaya Çıkar?

- a) Doğrudan umami bileşenleri eklemek

- Formülasyonlarda MSG, IMP, GMP, maya ekstraktı, hidrolize bitkisel protein gibi bileşenler yaygın şekilde kullanılır.
 - Farklı umami artırıcıların (MSG, IMP, GMP, nükleotid karışımları) benzer tat yoğunluğu verdiğini; ancak kombinasyonların belirgin sinerji yarattığını deneysel olarak göstermiştir (Wang et al., 2021).
- b) Süreçle umami oluşturmak: fermentasyon, enzimatik hidroliz, Maillard reaksiyonu

Fermentasyon, enzimatik hidroliz ve Maillard reaksiyonu sırasında protein ve nükleik asitlerin parçalanmasıyla serbest glutamat ve peptitler açığa çıkar.

- Fermentasyon:

Miso, soya sosu, kimchi, peynir, kuru fermente et ürünlerinde proteazlar glutamat ve umami peptitlerini artırır (Mouritsen & Styrbæk, 2014; Rhyu & Kim, 2011; Song et al., 2021; Shin & Jeong, 2015).

- Enzimatik hidroliz:

Bitkisel ve hayvansal proteinlere proteaz ve glutaminaz uygulanması serbest glutamat düzeyini birkaç kat artırabilir (Liu et al., 2017).

- Maillard reaksiyonu:

Isıl işlem sırasında amino asit-şeker reaksiyonları sonucunda oluşan Maillard ürünleri et, tavuk ve balık ürünlerinde hem aromayı hem umami algısını pekiştirir (Bai et al., 2022; Mottram, 1998; Nursten, 2005).

- c) Doğal umami yoğun bileşen kullanımı

Domates, shiitake mantarı, parmesan peyniri, soya sosu, balık sosu, et suları ve fermente et ürünleri glutamat ve IMP açısından zengin olduğu için formülasyonda doğal umami kaynağı olarak kullanılır (Yamaguchi & Ninomiya, 2000; Jinap & Hajeb, 2010).

Umaminin Lezzet ve Aroma Pekiştirmede Kullanımı

a) Lezzet yoğunluğu ve beğeni üzerine etkisi

Umami, yalnızca ayrı bir tat değil, diğer tatların algısını güçlendiren bir modülatördür.

Glutamatın çorbalar, soslar ve hazır yemeklerde beğeniyi ve lezzet yoğunluğunu artırdığı birçok deneysel çalışmada gösterilmiştir (Prescott, 2004; Jinap & Hajeb, 2010).

- Yamamoto & Inui-Yamamoto (2023), umami bileşenlerinin “kokumi” (ağız dolgunluğu, süreklilik) etkisini güçlendirdiğini bildirmiştir.
- Hossain ve arkadaşları (2024), umami bileşiklerinin tat–koku bütünleşmesini güçlendirdiğini ve retronazal aroma algısını artırdığını vurgulamaktadır.

b) Sodyum azaltımı ve umami

Çok sayıda çalışma, umaminin tuzluluk algısını güçlendirdiğini ve düşük sodyumlu ürünlerde kabulü artırdığını göstermiştir:

- Jinap & Hajeb (2010), glutamat eklenmesinin yemek hazırlarken ekstra tuz ihtiyacını azalttığını rapor eder.
- Chung ve arkadaşları (2022), MSG eklenmiş düşük sodyumlu ürünlerde tuzluluk algısının korunduğunu ve tüketici beğenisinin yükseldiğini bulmuştur.

- Sakai ve arkadaşları (2024), sebze çorbalarında enzimle artırılmış glutamatın tuz eklenmeden tuzluluk skorunu artırdığını göstermiştir.

Umaminin Maskeleye (acı ve off-flavor baskılama) Amaçlı Kullanımı

- a) Reseptör düzeyinde acılık baskılama
 - Kim ve arkadaşları (2015), Glu-Glu, Glu-Asp gibi umami peptitlerinin insan acı reseptörü hTAS2R16'yı baskıladığını göstermiştir.
 - Mirzapour-Kouhdasht ve arkadaşları (2023), umami peptitlerinin ve glutamat/nükleotidlerin hem hücre kültürü hem duyu analizlerde acı sinyali bastırdığını doğrulamıştır.
 - Keast & Breslin (2003), temel tatlar arasında “mixture suppression” (karışım baskılaması) fenomenini açıklayarak umaminin acılığı azaltabildiğini göstermiştir.
- b) Uygulamalı gıda çalışmaları
 - Chung ve arkadaşları (2022): MSG eklenen düşük sodyumlu ürünlerde acılık ve ekşilik skorları düşerken umami ve tuzluluk yükselmiştir.
 - Sakai ve arkadaşları (2024): Sebze çorbalarında glutamat artışı acılığı azaltmış ve tat profilini daha dengeli hâle getirmiştir.
 - Hossain ve arkadaşları (2024): Umami bileşiklerinin özellikle bitkisel proteinli ürünlerde “yeşil, fasulye, metalik” off-flavor’ları baskıladığını gösterir.

Sonuç ve Öneriler

Bu bölümde umami, yalnızca duyuşal bir tat unsuru olarak değil; gıda teknolojisi ve gastronomi alanlarında pişirme, işleme, fermentasyon, depolama, ürün geliştirme ve menü tasarımı süreçleri boyunca bilinçli biçimde yapılandırılan çok boyutlu bir lezzet bileşeni olarak ele alınmıştır. İncelenen literatür ve mutfak örnekleri, umami algısının yalnızca hammaddenin doğal kimyasal bileşimine indirgenemeyeceğini; aksine zaman, sıcaklık, proses yönetimi ve kültürel mutfak pratikleriyle şekillenen dinamik bir yapı sergilediğini açık biçimde ortaya koymaktadır.

Piştirme teknikleri bağlamında düşük sıcaklıkta uzun süreli uygulamaların protein ve nükleotid kaynaklı umami bileşiklerini artırarak derin, kalıcı ve “tok” bir tat algısı oluşturduğu; buna karşılık yüksek sıcaklıkta kısa süreli piştirme tekniklerinin Maillard reaksiyonları yoluyla umamiyi destekleyen aromatik bileşenleri geliştirdiği görülmektedir. Bu iki yaklaşımın birlikte kullanımı, modern gıda teknolojisi ve gastronomide umaminin rastlantısal değil, tasarlanabilir bir lezzet çıktısı olduğunu göstermektedir.

Fermentasyon, kurutma, tütsüleme ve olgunlaştırma gibi işleme teknikleri, umami algısının güçlendirilmesinde merkezi bir rol oynamaktadır. Bu süreçlerde gerçekleşen enzimatik ve mikrobiyal dönüşümler, serbest amino asit ve nükleotid düzeylerini artırarak gıdaların duyuşal profilini zenginleştirmektedir. Depolama ve olgunlaşma aşamalarının kontrollü biçimde yönetilmesi ise umami algısının sürekliliğini ve dengeli sunumunu sağlayan kritik bir kalite yönetimi aracı olarak öne çıkmaktadır.

Dünya mutfakları bağlamında yapılan karşılaştırmalı değerlendirme, umaminin evrensel bir tat olmasına rağmen kültürel bağlamda farklı stratejilerle inşa edildiğini ortaya koymaktadır. Japon mutfağında umami, dashi ve fermente ürünler üzerinden bilinçli ve minimalist bir tat çekirdeği olarak yapılandırılırken; Türk

mutfağında uzun süreli pişirme, yoğunlaştırma ve çok katmanlı ürün kombinasyonları yoluyla kümülatif bir lezzet derinliği oluşturmaktadır. Akdeniz mutfağında ise umami, doğal hammaddelerin olgunluğu ve tatlar arası denge üzerinden daha hafif fakat bütüncül bir yapı sergilemektedir. Bu farklı yaklaşımlar, umaminin yalnızca kimyasal değil, aynı zamanda kültürel ve gastronomik bir olgu olduğunu göstermektedir.

Ürün geliştirme ve moleküler gıda teknolojisi perspektifinde umami; sodyum azaltımı, lezzet yoğunluğunun korunması, acı ve istenmeyen tatların maskelenmesi gibi güncel problemlere çözüm sunan işlevsel bir araç olarak öne çıkmaktadır. Umami bileşiklerinin tat–aroma etkileşimini güçlendirmesi ve “ağız dolgunluğu” algısını artırması, bu tadın modern gıda formülasyonlarında stratejik bir rol üstlendiğini göstermektedir.

Bu çalışmadan elde edilen bulgular doğrultusunda, gıda teknolojisi ve gastronomi alanlarında hem akademik hem de uygulamaya dönük çeşitli öneriler geliştirilebilir:

1. Gıda teknolojisi ve gastronomi uygulamalarında, umami algısının yalnızca monosodyum glutamat gibi katkı maddelerinin kullanımıyla ilişkilendirilmesi yerine; pişirme süresi, sıcaklık profili, fermentasyon, olgunlaşma ve depolama koşulları gibi proses parametrelerinin bütüncül biçimde yönetilmesi gerekmektedir. Bu tür bir proses temelli yaklaşım, daha doğal, dengeli ve sürdürülebilir lezzet profillerinin oluşturulmasına olanak tanıyacak; aynı zamanda katkı maddesi kullanımına yönelik olumsuz tüketici algısının azaltılmasına da katkı sağlayacaktır.
2. Ürün geliştirme çalışmalarında, umaminin sodyum azaltımını destekleyen işlevsel rolü daha sistematik biçimde değerlendirilmelidir. Özellikle düşük sodyumlu hazır yemekler, çorbalar, soslar ve et ürünlerinde; umami

bileşenlerinin hammaddeden, fermentasyon süreçlerinden veya proses optimizasyonundan elde edilmesi, hem duyuşal kabulü artırabilecek hem de halk sağığı açısından önem taşıyan tuz tüketiminin azaltılmasına katkı sunabilecektir. Bu bağlamda umami, lezzet kaybını telafi eden stratejik bir araç olarak ele alınmalıdır.

3. Gastronomi eğitimi ve profesyonel mutfak uygulamalarında, umami kavramının yalnızca teorik bir tat sınıflandırması olarak değil; pişirme teknikleri, ürün kombinasyonları, menü planlaması ve lezzet dengesi çerçevesinde uygulamalı biçimde ele alınması önerilmektedir. Bu yaklaşım, şef adaylarının ve mutfak profesyonellerinin lezzet tasarımında daha bilinçli, tutarlı ve tekrarlanabilir sonuçlar elde etmesine olanak tanıyacaktır. Ayrıca umami farkındalığının artırılması, mutfaklarda standartlaşma ve kalite sürekliliğini de destekleyebilir.
4. Kùltürlerarası mutfak etkileşimleri ve füzyon mutfak uygulamalarında, Japon mutfağıının bilinçli ve hedefli umami kontrolü, Türk mutfağıının uzun süreli pişirme ve kümülatif süreçler üzerinden geliştirdiğı lezzet derinliğı ve Akdeniz mutfağıının doğal hammaddelere dayalı denge yaklaşımı birlikte değerlendirilmelidir. Bu farklı umami stratejilerinin sentezlenmesi, hem kùltürel özgünlüğü koruyan hem de yenilikçi gastronomik ürünlerin geliştirilmesine olanak tanıyan özgün füzyon mutfak örneklerinin ortaya çıkmasını sağlayabilir.
5. Gelecek akademik çalışmalarda, umami bileşiklerinin duyuşal algı üzerindeki uzun dönemli etkileri, farklı kùltürel bağlamlarda tüketici algısının nasıl şekillendiğı ve umaminin sağılık odaklı ürün geliştirme süreçlerindeki rolü daha ayrıntılı deneysel ve disiplinlerarası araştırma tasarımlarıyla incelenmelidir. Özellikle duyuşal analiz, tüketici testleri ve

beslenme bilimi temelli çalışmaların birlikte yürütülmesi, umaminin hem bilimsel hem de uygulamalı boyutunun daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayacaktır.

Sonuç olarak umami, modern gıda teknolojisi ve gastronomide yalnızca “beşinci tat” olarak değil; lezzet tasarımıyı yönlendiren, kültürel kimliği yansıtan ve sürdürülebilir ürün geliştirme stratejilerine katkı sunan temel bir yapı taşı olarak değerlendirilmelidir. Bu perspektif, hem geleneksel mutfak bilgisinin korunmasına hem de ağdaş gastronomik yeniliklerin geliştirilmesine önemli katkılar sunma potansiyeline sahiptir.

Kaynakça

- Bai, S., You, L., Wang, Y., & Luo, R. (2022). Effect of traditional stir-frying on the characteristics and quality of mutton sao zi. *Frontiers in Nutrition*, 9, 925208. <https://doi.org/10.3389/fnut.2022.925208>
- Barido, F. H., Jang, A., Pak, J. I., Kim, D. Y., & Lee, S. K. (2020). Investigation of taste-related compounds and antioxidative profiles of retorted samgyetang made from fresh and dried *Cordyceps militaris* mushrooms. *Food Science of Animal Resources*, 40(5), 772–784. <https://doi.org/10.5851/kosfa.2020.e53>
- Bassam, S. M., Noleto-Dias, C., & Farag, M. A. (2022). Dissecting grilled red and white meat flavor: Its characteristics, production mechanisms, influencing factors and chemical hazards. *Food Chemistry*, 371, 131139. <https://doi.org/10.1016/j.foodchem.2021.131139>
- Beauchamp, G. K. (2009). Sensory and receptor responses to umami: An overview of pioneering work. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 90(3), 723S–727S. <https://doi.org/10.3945/ajcn.2009.27462E>
- Bellisle, F. (1999). Glutamate and the umami taste: Sensory, metabolic, nutritional and behavioural considerations. A review of the literature published in the last 10 years. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 23(3), 423–438. [https://doi.org/10.1016/S0149-7634\(98\)00043-8](https://doi.org/10.1016/S0149-7634(98)00043-8)
- Bostancı, N. (2024). Günümüz Orta Doğu yemek kültürüne bir bakış. *Artuklu Tourism Studies*, 1, 39-53.
- Cai, T., Hai, N., Guo, P., Feng, Z., Zhang, Y., Wang, J., Yu, Z., Liu, H., & Ding, L. (2024). Characteristics of umami taste of soy sauce using electronic tongue, amino acid analyzer, and MALDI-TOF MS. *Foods*, 13(14), 2242. <https://doi.org/10.3390/foods13142242>
- Cha, Y.-J., & Yu, D. (2024). Health benefits and functions of salt-fermented fish. *Journal of Ethnic Foods*, 11, Article 34. <https://doi.org/10.1186/s42779-024-00251-5>
- Chan, S. X. Y., Fitri, N., Mio Asni, N. S., Sayuti, N. H., Azlan, U. K., Qadi, W. S. M., Dawoud, E. A. D., Kamal, N., Sarian, M. N., Mohd Lazaldin, M. A., Low, C. F., Harun, S., Hamezah, H. S., Rohani, E. R., & Mediani, A. (2023). A comprehensive review with future insights on the processing and safety of fermented fish and the

- associated changes. *Foods*, 12(3), 558.
<https://doi.org/10.3390/foods12030558>
- Chung, Y., Yu, D., Kwak, H. S., Park, S. S., Shin, E. C., & Lee, Y. (2022). Effect of monosodium glutamate on salt and sugar content reduction in cooked foods for the sensory characteristics and consumer acceptability. *Foods*, 11(16), 2512.
<https://doi.org/10.3390/foods11162512>
- Civitello, L. (2007). *Cuisine and culture: A history of food and people* (2nd ed.). John Wiley & Sons.
- Cömert, M., & Güdek, M. (2017). Beşinci tat: umami. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 5(3), 397–408. DOI: 10.21325/jotags.2017.101
- Dışhan, A., Yetim, H., & Gönülalan, Z. (2021). Pastırma mikrobiyatası. *Bozok Veterinary Sciences*, 2(2), 115-125.
- Drake, S. L., Carunchia Whetstine, M. E., Drake, M. A., Courtney, P., Fligner, K., Jenkins, J., & Pruitt, C. (2007). Sources of umami taste in Cheddar and Swiss cheeses. *Journal of Food Science*, 72(6), S360–S366. <https://doi.org/10.1111/j.1750-3841.2007.00402.x>
- Geng, H., Xu, C., Ma, H., Dai, Y., Jiang, Z., Yang, M., & Zhu, D. (2025). In silico discovery and sensory validation of umami peptides in fermented sausages: A study integrating deep learning and molecular modeling. *Foods*, 14(14), 2422.
<https://doi.org/10.3390/foods14142422>
- Güler, S. (2010). Türk mutfak kültürü ve yeme içme alışkanlıkları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 24-30.
- Hajar-Azhari, H., Ab Jabar, N. F., & Ilham, Z. (2024). Flavor compound profiles and enhancement strategies in the kimchi-making process. *Food Bioscience*, 62, 105385.
<https://doi.org/10.1016/j.fbio.2024.105385>
- Hajeb, P., & Jinap, S. (2015). Umami taste components and their sources in Asian foods. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 55(6), 778–791. <https://doi.org/10.1080/10408398.2012.678422>
- Hakimi, S., Ismail, M. N., Ayub, M. N. A., & Ahmad, F. (2022). A review on fish sauce processing, free amino acids and peptides with sensory properties. *Food Research*, 6(5), 33–47.
[https://doi.org/10.26656/fr.2017.6\(5\).562](https://doi.org/10.26656/fr.2017.6(5).562)

- He, K., Du, S., Xun, P., Sharma, S., Wang, H., Zhai, F., & Popkin, B. M. (2011). Consumption of monosodium glutamate in relation to incidence of overweight in Chinese adults: China Health and Nutrition Survey (CHNS). *American Journal of Clinical Nutrition*, 93(6), 1328–1336. <https://doi.org/10.3945/ajcn.110.008870>
- Herlina, V. T., & Setiarto, R. H. B. (2024). Terasi, exploring the Indonesian ethnic fermented shrimp paste. *Journal of Ethnic Foods*, 11, Article 7. <https://doi.org/10.1186/s42779-024-00222-w>
- Hossain, M. J., Alam, A. N., Lee, E.-Y., Hwang, Y.-H., & Joo, S.-T. (2024). Umami characteristics and taste improvement mechanism of meat. *Food Science of Animal Resources*, 44(3), 515–532. <https://doi.org/10.5851/kosfa.2024.e29>
- Hu, S., Xu, X., Zhang, W., Li, C., & Zhou, G. (2023). Quality control of Jinhua ham from the influence between proteases activities and processing parameters: A review. *Foods*, 12(7), 1454. <https://doi.org/10.3390/foods12071454>
- Hwang, Y. H., Sabikun, N., Ismail, I., & Joo, S. T. (2019). Changes in sensory compounds during dry aging of pork cuts. *Food Science of Animal Resources*, 39(3), 379–387. <https://doi.org/10.5851/kosfa.2019.e29>
- Hwang, Y.-H., Ismail, I., & Joo, S.-T. (2020). Identification of umami taste in sous-vide beef by chemical analyses, equivalent umami concentration, and electronic tongue system. *Foods*, 9(3), 251. <https://doi.org/10.3390/foods9030251>
- Inoue, Y., Katsumata, T., Watanabe, H., & Hayase, F. (2016). Mechanisms of d-amino acid formation during maturation of sweet rice wine (mirin). *Food Science and Technology Research*, 22(5), 679–686. <https://doi.org/10.3136/fstr.22.679>
- Jiang, J. J., Zeng, Q. X., Zhu, Z. W., & Zhang, L. Y. (2007). Chemical and sensory changes associated Yu-lu fermentation process – A traditional Chinese fish sauce. *Food Chemistry*, 104(4), 1629–1634. <https://doi.org/10.1016/j.foodchem.2007.03.024>
- Jiang, L., Chen, Y., Zhao, T., Li, P., Liao, L., & Liu, Y. (2025). Analysis of differential metabolites in Liuyang douchi at different fermentation stages based on untargeted metabolomics approach. *Food Chemistry: X*, 21, 102097. <https://doi.org/10.1016/j.fochx.2024.102097>

- Jinap, S., & Hajeb, P. (2010). Glutamate. Its applications in food and contribution to health. *Appetite*, 55(1), 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2010.05.002>
- Kaban, G. (2013). Sucuk and pastırma: Microbiological changes and formation of volatile compounds. *Meat Science*, 95(4), 912–918. <https://doi.org/10.1016/j.meatsci.2013.03.021>
- Karaman, E. E., & Ceyhun Sezgin, A. (2021). Türk mutfak kültüründe çorbalaradaki umami bileşikler. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi* (7), 1–15.
- Kerth, C. R., & Miller, R. K. (2023). Trained sensory descriptors and volatile aroma compounds of USDA Select steaks using five grill temperatures. *Meat Science*, 205, 109319. <https://doi.org/10.1016/j.meatsci.2023.109319>
- Kim, M. J., Son, H. J., Kim, Y., Misaka, T., & Rhyu, M. R. (2015). Umami-bitter interactions: The suppression of bitterness by umami peptides via human bitter taste receptor. *Biochemical and Biophysical Research Communications*, 456(2), 586–590. <https://doi.org/10.1016/j.bbrc.2014.11.114>
- Koo, O. K., Lee, S. J., Chung, K. R., Jang, D. J., Yang, H. J., & Kwon, D. Y. (2016). Korean traditional fermented fish products: jeotgal. *Journal of Ethnic Foods*, 3(2), 107–116. <https://doi.org/10.1016/j.jef.2016.06.004>
- Kurihara, K. (2009). Glutamate: From discovery as a food flavor to role as a basic taste (umami). *The American Journal of Clinical Nutrition*, 90(3), 719S–722S. <https://doi.org/10.3945/ajcn.2009.27462D>
- Kurihara, K. (2015). Umami the fifth basic taste: History of studies on receptor mechanisms and role as a food flavor. *BioMed Research International*, 2015, 189402. <https://doi.org/10.1155/2015/189402>
- Küçükkömürler, S., & Kaya, Ü. C. (2019). Türk mutfağında umami lezzetler (tatlar). *Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi (IJTEBS)*, 3(1), 30–40.
- Lee, H.-W., Choi, Y.-J., Hwang, I. M., Hong, S. W., & Lee, M.-A. (2016). Relationship between chemical characteristics and bacterial community of a Korean salted-fermented anchovy sauce, Myeolchi-Aekjeot. *LWT – Food Science and Technology*, 73, 251–258. <https://doi.org/10.1016/j.lwt.2016.06.007>
- Li, H., Feng, F. Q., Shen, L. R., Xie, Y., & Li, D. (2007). Nutritional evaluation of different bacterial douchi. *Asia Pacific Journal of*

- Clinical Nutrition*, 16(Suppl 1), 215–221.
<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/17392112/>
- Li, H., Guan, H., Zhang, X., Xing, S., Liu, W., Kim, I.-C., & Gong, H. (2023). The impact of different cooking methods on the flavor profile of fermented Chinese spicy cabbage. *Molecules*, 28(18), 6539. <https://doi.org/10.3390/molecules28186539>
- Li, Y., Zhang, H., Shi, J., Zhao, F., Li, Z., & Zou, Y. (2025). Research progress on flavor of fermented dairy products. *Food Science of Animal Products*, 3(3), 9240129. <https://doi.org/10.26599/FSAP.2025.9240129>
- Liu, B. Y., Zhu, K. X., Guo, X. N., Peng, W., & Zhou, H. M. (2017). Effect of deamidation-induced modification on umami and bitter taste of wheat gluten hydrolysates. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 97(10), 3181–3188. <https://doi.org/10.1002/jsfa.8162>
- Marcus, J. B. (2007). Enhancing umami taste in foods. In A. J. Taylor & J. Hort (Eds.), *Modifying flavour in food* (pp. 207–220). Woodhead Publishing Series in Food Science, Technology and Nutrition. <https://doi.org/10.1533/9781845693367.202>
- Miranda, A. M., Ingram, M., Nuessle, T. M., Santorico, S. A., & Garneau, N. L. (2021). Factors affecting detection of a bimodal sour-savory mixture and inter-individual umami taste perception. *Food Quality and Preference*, 89, 104147. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2020.104147>
- Mirzapour-Kouhdasht, A., McClements, D. J., Taghizadeh, M. S., Niazi, A., & Garcia-Vaquero, M. (2023). Strategies for oral delivery of bioactive peptides with focus on debittering and masking. *npj Science of Food*, 7(1), 22.
- Mottram, D. S. (1998). Flavour formation in meat and meat products: A review. *Food Chemistry*, 62(4), 415–424. [https://doi.org/10.1016/S0308-8146\(98\)00076-4](https://doi.org/10.1016/S0308-8146(98)00076-4)
- Mouritsen, O. G., & Styrbæk, K. (2014). *Umami: Unlocking the secrets of the fifth taste*. Columbia University Press.
- Narzary, Y., Das, S., Goyal, A. K., Lam, S. S., Sarma, H., & Sharma, D. (2021). Fermented fish products in South and Southeast Asian cuisine: Indigenous technology processes, nutrient composition, and cultural significance. *Journal of Ethnic Foods*, 8, Article 33. <https://doi.org/10.1186/s42779-021-00109-0>
- Ninomiya, K. (2015). Science of umami taste: Adaptation to gastronomic culture. *Flavour*, 4(1), 13.

- Ninomiya, K. (2016). Food science of dashi and umami taste. *Yakugaku Zasshi*, 136(10), 1327–1335. <https://doi.org/10.1248/yakushi.16-00183-2>
- Nursten, H. E. (2005). *The Maillard reaction: Chemistry, biochemistry and implications*. Royal Society of Chemistry. <https://doi.org/10.1039/9781847552570>
- Okada, K., Gogami, Y., & Oikawa, T. (2013). Principal component analysis of the relationship between the D-amino acid concentrations and the taste of the sake. *Amino Acids*, 44, 489–498. <https://doi.org/10.1007/s00726-012-1359-y>
- Ono, M., Mouritsen, O.G. (2025). Comparison with Western Seasonings and Condiments. In: *Traditional Japanese Seasonings and Condiments*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-90948-1_14
- Osawa, Y. (2012). Glutamate perception, soup stock, and the concept of umami: The ethnography, food ecology, and history of dashi in Japan. *Ecology of Food and Nutrition*, 51(4), 329–345. <https://doi.org/10.1080/03670244.2012.691389>
- Patra, J. K., Das, G., Paramithiotis, S., & Shin, H. S. (2016). Kimchi and other widely consumed traditional fermented foods of Korea: A review. *Frontiers in Microbiology*, 7, 1493. <https://doi.org/10.3389/fmicb.2016.01493>
- Prescott, J. (2004). Effects of added glutamate on liking for novel foods. *Appetite*, 42(2), 143–150. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2003.08.013>
- Pulluk, E. (2022). Kadim bir mutfak: Mezopotamya. Y. Oğan (Ed.), *Gastronomi alanında tematik araştırmalar I* içinde (ss. 9–19). Çizgi Kitabevi.
- Qiao, H., Li, Y., Cui, F., Zhang, W., Zhang, Z., & Li, H. (2024). Nutrition, flavor, and microbial communities of two traditional bacterial douchi from Gansu, China. *Foods*, 13(21), 3519. <https://doi.org/10.3390/foods1321351>
- Que, Z., Ao, L., Zhou, R., Yang, J., Zeng, S., Shen, X., Shen, C., & Zhang, S. (2025). Taste and microorganism characteristics of Pixian Doubanjiang and the correlation between microbial communities and taste formation. *Food Bioscience*, 68, 106773. <https://doi.org/10.1016/j.fbio.2025.106773>
- Ren, S., Zheng, E., Zhao, T., Hu, S., & Yang, H. (2022). Evaluation of physicochemical properties, equivalent umami concentration and

- antioxidant activity of *Coprinus comatus* prepared by different drying methods. *LWT*, 162, 113479. <https://doi.org/10.1016/j.lwt.2022.113479>
- Rhyu, M. R., & Kim, E. Y. (2011). Umami taste characteristics of water extract of doenjang, a Korean soybean paste. *Food Chemistry*, 127(3), 1210–1215. <https://doi.org/10.1016/j.foodchem.2011.01.128>
- Ribeiro, A. J., Silva, F., Teixeira, P., & Saraiva, C. M. (2025). Dry-aged beef: A global review of meat quality traits, microbiome dynamics, safety, and sustainable strategies. *Journal of Food Science*, 90(10), Article e70589. <https://doi.org/10.1111/1750-3841.70589>
- Rosenberg, M., & Altemueller, A. (2001). Accumulation of free L-glutamic acid in full- and reduced-fat Cheddar cheese ripened at different time/temperature conditions. *LWT – Food Science and Technology*, 34(5), 279–287. <https://doi.org/10.1006/fstl.2001.0754>
- Sakai, K., Okada, M., & Yamaguchi, S. (2024). Umami and saltiness enhancements of vegetable soup by enzyme-produced glutamic acid and branched-chain amino acids. *Frontiers in Nutrition*, 11, 1436113. <https://doi.org/10.3389/fnut.2024.1436113>
- Shin, D., & Jeong, D. (2015). Korean traditional fermented soybean products: Jang. *Journal of Ethnic Foods*, 2(1), 2–7. <https://doi.org/10.1016/j.jef.2015.02.002>
- Shiroishi, T., Toan, N.-S., Matsumoto, G., & Okuno, T. (2025). Fundamental research on Japanese fish sauce and nuoc mam. In *10th International Conference on Applying New Technology in Green Buildings (ATiGB)* (pp. 359–362). IEEE. <https://doi.org/10.1109/ATiGB66719.2025.11142231>
- Sinesio, F., Comendador, F. J., Peparaio, M., & Moneta, E. (2009). Taste perception of umami-rich dishes in Italian culinary tradition. *Journal of Sensory Studies*, 24(4), 554–580. <https://doi.org/10.1111/j.1745-459X.2009.00226.x>
- Song, D. H., Chun, B. H., Lee, S., Son, S. Y., Reddy, C. K., Mun, H. I., Jeon, C. O., & Lee, C. H. (2021). Comprehensive metabolite profiling and microbial communities of doenjang (fermented soy paste) and ganjang (fermented soy sauce): A comparative study. *Foods*, 10(3), 641. <https://doi.org/10.3390/foods10030641>
- Starkenmann, C., Cayeux, I., Decorzant, E., Yang, E. X.-H., Niclass, Y., & Nicolas, L. (2009). Taste contribution of (R)-strombine to dried

- scallop. *Journal of Agricultural and Food Chemistry*, 57(17), 7938–7943. <https://doi.org/10.1021/jf901553e>
- Sun, Z., Pan, H., Zuo, M., Li, J., Liang, L., Ho, C.-T., & Zou, X. (2023). Non-destructive assessment of equivalent umami concentrations in salmon using hyperspectral imaging technology combined with multivariate algorithms. *Spectrochimica Acta Part A: Molecular and Biomolecular Spectroscopy*, 285, 121890. <https://doi.org/10.1016/j.saa.2022.121890>
- Sürücüoğlu, M. S., & Özçelik, A. Ö. (2008). Türk mutfak ve beslenme kültürünün tarihsel gelişimi. 38. *ICANAS Kongresi Bildirileri* (ss. 1289–1310). Ankara, Türkiye
- Takenaka, S., Nakabayashi, R., Ogawa, C., Kimura, Y., Yokota, S., & Doi, M. (2020). Characterization of surface *Aspergillus* community involved in traditional fermentation and ripening of katsuobushi. *International Journal of Food Microbiology*, 327, 108654. <https://doi.org/10.1016/j.ijfoodmicro.2020.108654>
- Tamura, Y., Iwato, S., Miyaura, K., Asikin, Y., & Kusano, M. (2022). Metabolomic profiling reveals the relationship between taste-related metabolites and roasted aroma in aged pork. *LWT*, 155, 112928. <https://doi.org/10.1016/j.lwt.2021.112928>
- Toelstede, S., Dunkel, A., & Hofmann, T. (2009). A series of kokumi peptides impart the long-lasting mouthfulness of matured Gouda cheese. *Journal of Agricultural and Food Chemistry*, 57(4), 1440–1448. <https://doi.org/10.1021/jf803376d>
- Wang, K., Zhuang, H., Bing, F., Chen, D., Feng, T., & Xu, Z. (2021). Evaluation of eight kinds of flavor enhancer of umami taste by an electronic tongue. *Food Science & Nutrition*, 9(4), 2095–2104. <https://doi.org/10.1002/fsn3.2178>
- Wang, L., Qiao, K., Duan, W., Zhang, Y., Xiao, J., & Huang, Y. (2020). Comparison of taste components in stewed beef broth under different conditions by means of chemical analysis. *Food Science & Nutrition*, 8(2), 955–964. <https://doi.org/10.1002/fsn3.1376>
- Wang, Z., Xu, Y., Zhang, J., Li, X., Lin, Z., & Ma, C. (2011). Proteolysis, protein oxidation and protease activity in dry-cured Xuanwei ham during the salting stages. *International Journal of Food Science & Technology*, 46(7), 1370–1377. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2621.2011.02626.x>
- Xiao, Z., Wu, M., Niu, Y., Chen, F., & Kong, J. (2015). Contribution of chicken base addition to aroma characteristics of Maillard reaction

- products based on gas chromatography–mass spectrometry, electronic nose, and statistical analysis. *Food Science and Biotechnology*, 24(2), 411–419. <https://doi.org/10.1007/s10068-015-0054-7>
- Xie, S., Su, X., Hu, H., Chen, K., Jiang, F., & Fu, D. (2023). Research progress on umami substances in meat. *Shipin Kexue*, 45(19), 384–394. <https://doi.org/10.7506/spkx1002-6630-20231227-241>
- Yamaguchi, S., & Ninomiya, K. (2000). Umami and food palatability. *The Journal of Nutrition*, 130(4), 921S–926S. <https://doi.org/10.1093/jn/130.4.921S>
- Yamamoto, T., & Inui-Yamamoto, C. (2023). The flavor-enhancing action of glutamate and its mechanism involving the notion of kokumi. *npj Science of Food*, 7(1), 3.
- Yoneda, C., Okubo, K., Kasai, M., & Hatae, K. (2005). Extractive components of boiled–dried scallop adductor muscle and effect on the taste of soup after mixing with chicken leg meat. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 85(5), 809–816. <https://doi.org/10.1002/jsfa.2040>
- Yoshida, Y. (1998). Umami taste and traditional seasonings. *Food Reviews International*, 14(2–3), 213–246. <https://doi.org/10.1080/87559129809541158>
- You, Z., Bai, Y., Bo, D., Feng, Y., Shen, J., Wang, Y., Li, J., & Bai, Y. (2024). A review of taste-active compounds in meat: Identification, influencing factors, and taste transduction mechanism. *Journal of Food Science*, 89(12), 8128–8155. <https://doi.org/10.1111/1750-3841.17480>
- Yu, H., Wang, R., Zhao, Y., Song, Y., Sui, H., Wu, Y., Miao, H., & Lyu, B. (2023). Monosodium glutamate intake and risk assessment in China nationwide, and a comparative analysis worldwide. *Nutrients*, 15(11), 2444. <https://doi.org/10.3390/nu15112444>
- Yuasa, M., Koe, M., Maeda, A., Eguchi, A., Abe, H., & Tominaga, M. (2017). Characterization of flavor component in Japanese instant soup stocks “dashi”. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 9, 55–61. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2017.06.002>
- Zhao, S., Feng, X., Huang, Z., Duan, C., Tang, J., Lei, X., Ibrahim, S. A., Liu, Y., & Huang, W. (2018). Effect of cooking methods on the chemical compounds associated with umami taste in duck breast meat. *Journal of Food Science and Engineering*, 8, 65–73. <https://doi.org/10.17265/2159-5828/2018.02.002>

TÜRKİYE’DE GASTRONOMİ TURİZMİ VE YABANCI TURİST YİYECEK-İÇECEK HARCAMALARININ ÜLKE EKONOMİSİNE KATKISI

1. Murat GÜNER¹

Giriş

Gastronomi, yenebilir maddelerin maksimum damak ve göz zevkine hitap edecek şekilde tüketime uygun hale getirilme sürecidir. Gastronomi turizmi ise “yiyecek ve içecekleri tatmak amacıyla seyahat etmek veya seyahatin bir bölümünde yiyecek ve içecekleri tüketmek maksadıyla hareket etmek” olarak tarif edilebilir (Akkaya & Özcan, 2019:251, 252). Gastronomi turizmi, turizm ile yiyecek-içecek arasındaki ilişkiyi ifade etmekte ve yerel yiyecek - içeceklerin bulunduğu yerlere yapılan turistik seyahatleri kapsamaktadır (Şalvarcı & Sarı Gök, 2020: 1006).

Destinasyon kavramı; varış yeri, gidilecek yer anlamı taşımakla birlikte ülke, ada veya şehir gibi iyi tanımlanmış bir coğrafi bölge olarak ifade edilebilir (Aydoğdu & Duman, 2017: 7). Türkiye’de gastronomi turizmi bakımından destinasyon niteliği taşıyan şehir sayısı oldukça fazla olmasına rağmen bu potansiyel tam olarak ortaya çıkarılarak kullanılamamaktadır. Türkiye’de gastronomi turizminin ülke kalkınmasına katkısı olmakla birlikte yerel düzeyde de şehirler arası gelişmişlik farkının azalmasını sağlamaktadır. Ayrıca; gastronomi turizmi bölge ya da ülke bakımından rekabet edebilme ve marka olma avantajı da oluşturmaktadır (Behremen, Erbaş, Yılmaz & Temizkan, 2022:3893; Kargiglioğlu, 2015: 24).

Yabancı turistlerin 2014-2024 yılları arasında Türkiye’deki toplam yiyecek- içecek harcaması 84 milyar 478 milyon 002 bin dolar olurken bu miktarın 10 yıllık dönemde dolar cinsinden bütün turizm gelirleri içindeki oranı %20.2 düzeyindedir (Türkiye İstatistik Kurumu Harcama Türlerine Göre Turizm Geliri, 2025). Bu da turizm gelirlerinin yaklaşık 5’te 1’nin yiyecek ve içecek harcamalarından geldiğini göstermektedir. Türkiye, zengin mutfak kültürü ile dünyadaki önemli mutfaklar arasında yer almaktadır ve Türk mutfağının bu özellikleri gastronomi turizm açısından Türkiye’yi tercih edilebilecek önemli bir ülke durumuna getirebilir (Aslan, Güneren & Çoban, 2014: 6).

Bu bölümde, Türkiye’deki gastronomi turizminin mevcut durumu ile ülke kalkınmasına sağladığı faydalar açıklanarak yabancı turist yiyecek-içecek harcamalarının ülke ekonomisine katkısını ele alınmıştır.

Gastronomi ve Gastronomi Turizmi

Gastronomi yiyecek ve içeceklere ait tüm özelliklerin detaylı bir biçimde anlaşılması, uygulanması ve geliştirilerek günümüz şartlarına uygun hale getirilmesi süreçlerini içeren, bununla birlikte bilimsel ve sanatsal faktörlerle desteklenen bilim dalıdır (Deveci, Türkmen & Avcıkurt, 2013: 30).

Gastronomi turizmi “ana motivasyonu özel bir yemek çeşidini tatmak veya bir yemeği üretim aşamalarıyla birlikte görmek amacıyla yiyecek üreticilerini ve festivallerini, restoranları ziyaret etmek” şeklinde ifade edilebilir (Cömert ve Özkaya, 2014: 63). Gastronomi turizminde insanları seyahate yönlendiren üç ana faktör bulunmaktadır. Bunlar: (Şalvarcı & Sarı Gök, 2020: 1006).

- Farklı yiyecek ve içecekleri tadarak üretim aşamalarını görme,
- Farklı kültürlerin mutfaklarına ait gelenekleri gözleyerek öğrenme,
- Yeni yeme biçimlerini keşfetmedir.

Türkiye, turistik çekiciliği ve zengin mutfak kültürü ile turistik destinasyon potansiyeli yüksek bir ülkedir (Gülen, 2017: 36). Destinasyon sözcüğünün kelime anlamı Türk Dil Kurumuna göre “varılacak olan yer” dir (Türk Dil Kurumu, 2025). Destinasyonlar ülke, ada veya şehir gibi iyi tanımlanmış bir coğrafi bölge olarak düşünülebilir. Bu bakımdan destinasyon tanımlamalarının

¹ Doktor, Milli Eğitim Bakanlığı, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, 0009-0003-0288-6423

tamamına yakınında sözcüğün bir coğrafi alanla karakterize edildiği görülmektedir. (Aydoğdu & Duman, 2017: 7).

Zengin mutfak kültürü, yiyecek-içeceğin potansiyelini ortaya çıkararak ondan faydalanmada önemli avantaj sağlayabilir. Türk Mutfağının dünya mutfakları arasında önemli bir yeri bulunmakla birlikte ülke içindeki bölgesel farklılıklardan dolayı envanterinde çok çeşitli yemek türü bulunmaktadır (Aslan & ark., 2014: 6).

Turist tercihlerine bakıldığında gastronomi turizminin diğer turizm türlerinden daha fazla etkili olduğu görülmektedir. Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği'nin gastronomi raporunda; 2014 yılı sonu itibarıyla uluslararası seyahat eden 1 milyardan fazla turist %88,2'sinin destinasyon seçiminde gastronominin önemli olduğu belirtilmektedir (Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği, 2015: 2). Türkiye'de yabancı turistler ortalama 9 gün tatil yapmasına rağmen gastronomi turistleri ortalama 7 gün tatil yapmakta ve yabancı turistler toplam harcamalarının %20'sini yeme-içmeye ayırırken, gastronomi turistlerinde bu oran %27 olarak karşımıza çıkmaktadır. Gastronomi turistleri, yeme-içme amacıyla çıktıkları tatilde öncelikle yerel tatları önemsediklerini ve bunu da lezzet ile kalitenin izlediğini belirtmektedirler. Her 3 gastronomi turistinden 1'i gittiği bölgedeki restoranları araştırdığını ifade ederken, her 2 kişiden 1'i ise bölgenin mutfak kültürünü araştırdığını belirtmektedir. Gastronomi turistleri için öncelik, farklı lezzetler tatmak, farklı yemek sunumları görmek ve yöresel lezzetler denemektir (Türk Avrupa Eğitim ve Bilimsel Araştırmalar Vakfı, 2018: 57). Gastronomi turizminin ülkelere sağladığı avantajlardan biri de yerel ürünlerin korunmasına ve gelecekte varlıklarını devam ettirmesine katkı sunmasıdır. Coğrafi işaretler bu koruma araçlarından biridir.

Coğrafi İşaretler

Coğrafi işaretler ülke topraklarında yer alan bölgeyle özdeşleşmiş ürünün ünü esas alınarak coğrafi menşeye atfetmek için kullanılan işaretlerdir. Coğrafi işaretli ürünler gastronomi turizmine önemli ölçüde katkı sağlar. Bunun nedeni; turistlerin yerel ürünleri tatmak için destinasyon bölgesine gitmesi ve ürünü tatmak istemesidir (Akkaya & Özcan, 2019: 254). 11.10.2023 tarihi itibarıyla en çok tescil edilen coğrafi işaretli ürüne sahip ilk 10 şehir ve tescil sayısı dağılımı Tablo 1'de gösterilmiştir.

¹ Doktor, Milli Eğitim Bakanlığı, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, 0009-0003-0288-6423

Tablo 1 Coğrafi İşaret Tescili Yaptıran Şehirler ve Tescil Sayısı

Sıra	Şehir	Tescil Sayısı
1	Düzce	102
2	Kahramanmaraş	72
3	Denizli	54
4	Bursa	50
5	Afyon	48
6	Ordu	47
7	Karaman	45
8	Gümüşhane	40
9	Amasya	39
10	Hatay	33

Türk Patent ve Marka Kurumu, 2025

Gastronomi Turizminin Ekonomik Etkileri

Yemek yeme davranışı; kültür, coğrafya, ekoloji ve ekonomi gibi faktörlere bağlı olarak şekillenir. Bu bakımdan yemek, gastronomi turizmi için önemlidir ve bu durum farklı boyutları oluşturmaktadır. Şöyle ki turistlerin yöresel yiyecek ve içecekleri satın alarak tüketmesi o bölge için ekonomik gelir sağlamaktadır.

Gastronomi turizminin, yerel gıda ürünlerinin üretimi ile kırsal alanların kalkınmasına katkısı olmakla birlikte bölge ya da ülke açısından rekabet fırsatı ve marka olma avantajı da sağlamaktadır. Dolayısıyla ekonomik kalkınma ve destinasyon gelişimi bakımından kültürel mutfak önemlidir. Gastronominin ihtiyaçlarını yerel turizm ürünleri karşılamaktadır. Her şehirde deniz ve güneşten faydalanma imkânı bulunmadığından eksiklik olan şehirler için gastronomi turizmi önemli bir gelir kaynağıdır. Ayrıca gastronomi turizmi yerel kimliğin pekiştirilmesine katkı sağlayarak ekonomik girişimleri teşvik etmektedir. Bütün bunların dışında gastronomi turizmi farklı sektörlerden girdi sağlayarak tur operatörleri, otel ve pansiyon gibi konaklama işletmeleri, kafe, restoran, bar gibi yiyecek-içecek işletmeleri gibi birçok paydaşı olumlu etkilemektedir (Kargiglioğlu, 2015: 23, 24; Akkaya & Özcan, 2019:252-254).Gastronomi turizminin destinasyonlara sağladığı faydalar şunlardır: (Kargiglioğlu, 2015: 24)

- Daha fazla turist,
- Daha fazla reklam,
- Daha fazla vergi geliri,
- Rekabet oluşturma avantajı

Daha geniş kapsamlı olarak gastronomi turizmi; işletme sayısının artması , istihdam yaratması ve katma değer üretmesi ile ülke ekonomilerine önemli katkılar sağlamaktadır (Küçükkömürler, Şirvan & Sezgin, 2018:81).

¹ Doktor, Milli Eğitim Bakanlığı, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, 0009-0003-0288-6423

Yabancı Turist Yiyecek İçecek Harcamalarının Türkiye Ekonomisine Katkısı

Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin yiyecek-içecek harcamaları ülke cari işlemler açığının azalmasına katkı sağlamaktadır. Cari işlemler açığı, cari işlemler dengesinin bir unsuru olmakla birlikte; bir ülke için oluşan döviz açığı veya fazlasını ifade etmek amacıyla cari işlemler dengesinin önemli bir göstergesi olarak kullanılmaktadır. Dolayısıyla cari işlemler dengesi esas olarak ekonominin reel kesiminin mal ticareti ve üretici faktörlerinin döviz gelir ve giderlerinin dengesini vermektedir (Kaya, 2016: 53).

Cari işlemler açığı şu şekilde formüle edilebilir: Dış Ticaret Açığı + Net Hizmet Gelirleri + Net Yatırım Gelirleri. Bu formülden de anlaşılacağı gibi cari işlemler dengesi ile dış ticaret dengesi arasında güçlü bir etkileşim vardır. Dış ticaret açığı genel olarak bir ülkenin para cinsinden ihracat miktarının ithalat miktarından daha az olmasını ifade eder. Türkiye'de dış ticaret açığının oluşumuna neden olan faktörlerin başında , döviz kuru dalgalanmaları, ithalatın ihracata olan bağımlılığı ve katma değeri az ürün ihracatı bulunmaktadır. Döviz gelirleri, Türkiye gibi dış ticaret ve cari işlemler açığı problemleri olan ülkeler için oldukça önemlidir. Çünkü yüksek miktarlardaki cari işlemler açığı, ülkeleri ekonomik krize sürüklemeye potansiyeline sahiptir. Cari işlemler açığının azaltılabilmesi için hizmet gelirlerinin artırılması gerekir ve bu noktada turizm gelirleri büyük öneme sahiptir (Uslu, 2020: 39-46; Ketboğa, 2019:210-215). Türkiye'de döviz cinsinden turizm gelirleri içinde yiyecek-içecek harcamaları önemli bir paya sahiptir.

Tablo 2'den anlaşılacağı gibi 2014 yılında Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin yaptığı toplam harcama miktarı 41 milyar dolar düzeyinde iken, bu turistlerin yiyecek-içecek için yaptığı harcama 7 milyar 670 milyon 916 bin dolar düzeyinde gerçekleşmiştir. Bu rakam zaman içinde artarak 2024 yılında 11 milyar 729 milyon 360 bin dolara ulaşmış ve bütün turizm gelirleri içindeki oranı %18.6'dan %19.4'e yükselmiştir. Aynı dönemde turizm gelirleri ise 41 milyar 316 milyon 834 bin dolardan 60 milyar 497 milyon 018 bin dolara çıkmıştır. 2014-2024 yılları arasında yabancı turistlerin toplam yiyecek-içecek harcaması 84 milyar 478 milyon 002 bin dolar olurken toplam turizm gelirleri içindeki payı da %20.2 olarak gerçekleşmiştir. Bu da 10 yıllık dönemde döviz cinsinden turizm gelirlerinin yaklaşık 5'te 1'inin yiyecek ve içecek harcamalarından geldiğini göstermektedir.

¹ Doktor, Milli Eğitim Bakanlığı, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, 0009-0003-0288-6423

Tablo 2 2014-2024 Yılları Arasında Yabancı Turistlerin Yiyecek-İçecek Harcaması

Yıl	Turizm Geliri (Bin \$)	Yiyecek İçecek Harcaması (Bin \$)	Yiyecek İçecek Harcamasının Toplamdan Aldığı Pay (%)
2014	41.316.834	7.670.916	18.6
2015	37.700.923	7.192.942	19.1
2016	26.539.007	5.928.767	22.3
2017	31.253.835	6.680.822	21.4
2018	35.920.910	6.793.094	19.4
2019	42.851.777	8.239.621	18.9
2020	15.169.371	3.581.956	23.6
2021	30.309.721	6.572.711	21.8
2022	49.857.029	9.171.669	18.4
2023	55.874.175	10.916.144	19.5
2024	60.497.018	11.729.360	19.4
Toplam	427.290.600	84.478.002	20.2

Türkiye İstatistik Kurumu Harcama Türlerine Göre Turizm Geliri İstatistikleri, 2025

Bir ülkeye döviz girdisi sağlayarak dış ticaret açığının azalmasını dolayısıyla da cari işlemler açığının düşmesini sağlayan ana sektörlerden turizmin önemli bir bileşeni olan yiyecek-içecek sektörünün dış ticaret açığını karşılama oranı Tablo 3'te gösterilmektedir. 2014 yılından itibaren yabancı turistlerden elde edilen yiyecek-içecek gelirlerinin dalgalı bir seyir izlediği, en yüksek gelirin 11 milyar 729 milyon 360 bin dolar ile 2024 yılında elde edildiği ve 2014-2024 yılları arasında toplam gelirin 84 milyar 478 milyon 002 bin dolar olduğu görülmektedir. Yabancı turistlerden elde edilen yiyecek-içecek gelirlerinin dış ticaret açığını karşılama oranı 10 yıllık dönemde %27.9 ile en yüksek düzeyde 2019 yılında gerçekleşmiştir. 2014-2024 yılları arasında yabancı turistlerden elde edilen toplam yiyecek-içecek gelirin toplam dış ticaret açığını karşılama oranı %11.2 olarak tespit edilmiştir.

¹ Doktor, Milli Eğitim Bakanlığı, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, 0009-0003-0288-6423

Tablo 3 Yabancı Turistlerin Yiyecek-İçecek Harcamasının Dış Ticaret Açığını Karşılama Oranı

Yıl	Yiyecek İçecek Harcaması (Milyon \$)	Dış Ticaret Açığı (Milyon \$)	Yiyecek İçecek Harcamalarının Dış Ticaret Açığını Karşılama Oranı (%)
2014	7.670.916	-84.637.567	9.1
2015	7.192.942	-62.637.098	11.5
2016	5.928.767	-52.942.243	11.2
2017	6.680.822	-74.220.509	9.0
2018	6.793.094	-53.983.726	12.6
2019	8.239.621	-29.512.481	27.9
2020	3.581.956	-49.879.052	7.2
2021	6.572.711	-46.211.095	14.2
2022	9.171.669	-109.540.827	8.4
2023	10.916.144	-106.339.484	10.3
2024	11.729.360	-82.232.142	14.3
Toplam	84.478.002	-752.136.224	11.2

Türkiye İstatistik Kurumu Dış Ticaret İstatistikleri, 2025

Türk Avrupa Eğitim ve Bilimsel Araştırmalar Vakfı'nın 2018 raporuna göre; yabancı turistler toplam harcamalarının ortalama %20'ini yeme-içmeye ayırırken, gastronomi turistleri %27'sini ayırmaktadır. Aynı rapora göre gastronomi turistleri harcadıkları ortalama 945 doların 259'unu yeme içme için ayırdıklarını ifade ederken , diğerleri ortalama 837 doların 171'ini yeme-içmeye ayırdığını belirtmektedir. Gastronomi turistleri, diğer yabancı turistlere göre yeme-içmeye 1.5 kat daha fazla para harcamaktadır. Gastronomi turizminde mevcut potansiyelin ortaya çıkarılması ve geliştirilmesiyle birlikte yabancı turistlerden elde edilen gelirlerin artacağı ve böylelikle cari işlemler açığının azaltılması yoluyla ülke ekonomisine daha fazla katkı yapacağı düşünülmektedir (Türk Avrupa Eğitim ve Bilimsel Araştırmalar Vakfı, 2018: 57).

Sonuç

Türkiye köklü ve zengin mutfak kültürü ile dünya mutfakları içinde önemli bir yere sahip olmasına rağmen bütün turizm türleri içinde gastronomi turizminin payı henüz yeterli seviyelerde değildir. Böyle olmasında; gastronomi turizmi destinasyonlarının yeterince tanıtımının yapılmaması ile yöresel ürün ve şehir markalaşmalarının yeterince sağlanamamasının önemli bir etken olduğu düşünülmektedir. Gastronomi turizminin, hem Türkiye'nin farklı bölgelerinin kalkınmasına hem de ulusal ölçekte ekonomiye sağladığı faydalar düşünüldüğünde ihmal edilmemesi gereken bir turizm türü olduğu ortadadır. Ayrıca gastronomi turistlerinin, yeme-içmeye diğer yabancı turistlerden daha fazla para harcadığı da göz önünde bulundurulursa bu turizm türündeki potansiyelin tam olarak kullanılması durumunda ekonomiye ve bölgesel kalkınmaya yapacağı katkının oldukça fazla olacağı öngörülebilir.

¹ Doktor, Milli Eğitim Bakanlığı, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, 0009-0003-0288-6423

Bununla birlikte gastronomi turizmi yerel ürünleri koruyarak gelecekte varlıklarını devam ettirmesine olanak sağlamaktadır. Bu koruma araçlarından biri coğrafi işaretlerdir ve coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmine katkısı turistlerin yerel ürünleri tatmak ve/veya satın almak için destinasyon bölgesine gitmesiyle oluşur. Her şey dahil sistem ve açık büfe uygulamalarının yabancı turistlerden elde edilen yiyecek-içecek gelirlerinin arttırılması noktasında olumsuz bir işlevi olduğu düşünülmektedir.

¹ Doktor, Milli Eğitim Bakanlığı, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, 0009-0003-0288-6423

Kaynakça

- Akkaya, A. & Özcan, C.C. (2019). Türkiye’de gastronomi turizminin ekonomik etkilerinin indeks değerlendirmesi. *Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Dergisi*, 6(32), 251-267. Doi: 10.26450/jshsr.1032
- Aslan, Z. , Güneren, E., & Çoban, G.(2014). Destinasyon markalaşma sürecinde yöresel mutfağın rolü: Nevşehir örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(4), 3-13. (01/12/2025 tarihinde https://acikerisim.nevsehir.edu.tr/bitstream/handle/20.500.11787/3290/2014_vol2_issue4_article1.pdf?sequence=1&isAllowed=y adresinden ulaşılmıştır).
- Aydoğdu, A. & Duman, S. (2017). Destinasyon çekicilik unsuru olarak gastronomi turizmi: Kastamonu örneği. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 6(1), 4-23. (01/12/2025 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/551772> adresinden ulaşılmıştır).
- Behremen, C., Erbaş, A., Yılmaz, H., & Temizkan, R. (2022). TRB2 Kalkınma bölgesini ziyaret eden turistlerin gastronomi deneyimlerinin değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10 (4), 3891-3913. Doi: 10.21325/jotags.2022.1173
- Cömert, M. & Özkaya, F. D. (2014). Gastronomi turizminde Türk mutfağının önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 62-66. (01/12/2025 tarihinde https://www.jotags.org/Articles/2014_vol2_issue2/2014_vol2_issue2_article7.pdf adresinden ulaşılmıştır).
- Deveci, B., Türkmen, S., & Avcıkurt, C. (2013). Kırsal turizm ile gastronomi turizmi ilişkisi: Bigadiç örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(2), 29-34. (01/12/2025 tarihinde https://www.researchgate.net/publication/322581168_Kırsal_Turizm_Ile_Gastronomi_Turizmi_Iliskisi_Bigadic_Ornegi adresinden ulaşılmıştır).
- Gülen, M. (2017). Gastronomi turizm potansiyeli ve geliştirilmesi kapsamında Afyonkarahisar ilinin değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 31-42. (01/12/2025 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/pub/guntad/issue/30023/324135> adresinden ulaşılmıştır).
- Kargiglioğlu, Ş. (2015). *Gaziantep’te gastronomi turizmi: Gaziantep’i gastronomi turizmi kapsamında ziyaret eden yerli turistlerin görüşleri üzerine bir araştırma* (Yüksek Lisans Tezi). İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir. (01/10/2024 tarihinde <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> adresinden ulaşılmıştır).
- Kaya, M. (2016).Türkiye’de cari açık sorunu ve nedenleri. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(10), 51-75. (01/12/2025 tarihinde https://www.researchgate.net/publication/318967342_TURKIYE%27DE_CARI_ACIK_SORUNU_VE_NEDENLERI_CURRENT_ACCOUNT_DEFICIT_PROBLEM_AND_ITS_CAUSES_IN_TURKEY adresinden ulaşılmıştır).
- Ketboğa, M. (2019). Türkiye’de dış ticaret açığı sorunun nedenleri ve katma değeri düşük ürün ihracatının dış ticaret açığı içindeki yeri ve çözüm önerileri. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 9(2),209-224. (01/12/2025 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/910260> adresinden ulaşılmıştır).
- Küçükkömürler, S., Şirvan, N.B., & Sezgin, A.C. (2018). Dünyada ve türkiye’de gastronomi turizmi. *Uluslararası Turizm, İşletme, Ekonomi Dergisi*, 2(2), 78-85. (01/12/2025 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/618312> adresinden ulaşılmıştır).
- Şalvarcı, S. & Sarı Gök, H. (2020). Turizmde kırsal kalkınma aracı olarak gastronomi turizmi: Samandağ gastronomi köyü örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 13(73), 1003-1010. Doi:10.17719/jisr.11157
- Türk Avrupa Eğitim ve Bilimsel Araştırmalar Vakfı. (2018). *Türkiye’de yeme-içme sektörünün boyutları gastronomi ekonomisi*. (01/12/2024 tarihinde

https://www.gastronomiturizmidernege.com.tr/tema/genel/uploads/faaliyet_raporlari/dosya/2018-Gastronomi-Ekonomisi-2018-converted-1.pdf adresinden ulaşılmıştır).

Türk Dil Kurumu. (2025). (01/12/2025 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/> adresinden ulaşılmıştır).

Türk Patent ve Marka Kurumu. (2025). (01/12/2025 tarihinde <https://www.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler-ve-geleneksel-urun-adi-istatistik> adresinden ulaşılmıştır).

Türkiye İstatistik Kurumu. (2025). *Harcama türlerine göre turizm geliri istatistikleri*. (01/12/2025 tarihinde <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Turizm-Istatistikleri-III.-Ceyrek:-Temmuz-Eylul,-2025-54157> adresinden ulaşılmıştır).

Türkiye İstatistik Kurumu. (2025). *Dış ticaret istatistikleri*. (01/12/2025 tarihinde <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=dis-ticaret-104> adresinden ulaşılmıştır).

Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği. (2015). *Gastronomi turizmi raporu*. (16/05/2025 tarihinde https://www.tursab.org.tr/dosya/12302/Tursab-Gastronomi-Turizmi-Raporu_12302_3531549.Pdf adresinden ulaşılmıştır).

Uslu, H. (2020). Türkiye’de turizm gelirlerinin cari işlemler dengesi üzerindeki etkileri: ardl sınır testi yaklaşımı. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*. 12 (1), 38-67. (10/11/2025 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ebd/issue/52769/692697> adresinden ulaşılmıştır).

BÖLÜM 9

GASTRONOMİDE DİJİTAL İNOVASYON VE DİJİTAL DÖNÜŞÜM

1.HARUN ÇALHAN¹

Giriş

Günümüzde sıklıkla dile getirilen popüler kelimelerden biri “inovasyon”dur. Yeni veya geliştirilmiş bir şey yapmak olarak ifade edilen inovasyon kavramı, özellikle teknolojik gelişmelerin bir neticesi olarak bilim çevrelerinde ve sektörlerde yoğun ilgi görmektedir (Çakıcı vd., 2016). Hall ve Williams’ın (2008) yeni fikirlerin, süreçlerin, hizmetlerin ve ürünlerin üretilmesi ve uygulanması olarak tanımladığı inovasyon, günümüzde tüm işletmeler için bir gereklilik haline gelmiştir. İnovasyon sadece kurum, kuruluş ve endüstrileri ilgilendirmez aynı zamanda müşterileri, kullanıcıları ve tüketicileri de kapsayan oldukça geniş bir kavramdır (Hund vd., 2021).

İnovasyon, işletmelerin başarısını belirleyen önemli bir olgudur. Teknolojik gelişmelerin ve yapay zekâ uygulamalarının her geçen gün daha fazla ilerlediği bir dönüşüm çağında yeni gelişmelere ayak uydurmak ve bu gelişmelere paralel şekilde

¹Doç. Dr., Erciyes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Orcid: 0000-0002-7256-2411

inovasyonlar geliřtirmek her řiřletmenin varlıęını sűrdűrűlebilmesinde son derece önemli hale gelmiřtir. Özellikle teknolojik geliřmeler neticesinde deęiřen pazar yapıları ve hizmet anlayıřıyla birlikte, mevcut ve potansiyel műřterilerle daha etkili iletiřim kurmak, istek ve beklentilerini karřılamak, rakiplerden farklılařarak inovasyonlar gerçekleřtirmek ve rekabet űstűnlűęű elde etmek için řiřletmeler yeni stratejilere bařvurmak zorundadır. Nitekim dinamik iř ortamında geleneksel-klasik uygulamalar geçerlilięini yitirmeye bařlamıř ve bunu sűrdűren řiřletmelerin birçok açıdan zayıflamasını beraberinde getirmiřtir (OECD, 2005; akıcı vd., 2016).

Dijital inovasyon kavramı, yapay zeka, mobil uygulamalar, artırılmıř ve sanal gerçeklik, bűyűk veri ve bulut biliřimi, nesnelerin dijitalleřtirilmesi, sosyal medya gibi dijital teknolojilerin bir řiřletmenin tűm alanlarına kapsamlı bir řekilde entegre edilmesini, bu teknolojilerin kullanıma sokulmasını, benimsenmesini ve řiřletmelerin çalıřanlarına ve műřterilerine yönelik uygulamalarında dijital dnűřűme gitmesini ifade eder (OECD, 2005; Hund vd., 2021; Kindzule-Millere & Zeverte-Rivza,2022; Santarsiero vd., 2024). Son yıllarda, geleneksel endűstriyel űretim robotlarından servis robotlarına kadar yapay zekâ ve robot teknolojisinde bűyűk geliřmeler yařanmaktadır. Bu durum dijital inovasyonları hızlı bir řekilde benimseyen hizmet sektrű için oldukça bűyűk fırsatlar sunmaktadır. Dijital inovasyonları benimseyen ve kullanıma sunan řiřletmeler özellikle zaman tasarrufu, hızlı űretim ve daęıtım, dűřűk maliyetle daha fazla kâr elde etme, iřleri kolaylařtırma ve műřterilere daha kısa sűrede hizmet sunma gibi avantajlar elde etmektedir. Dijital inovasyonların hızlı řekilde benimsendięi, űretim ve sunum sűrecinde kullanılmaya bařlandıęı önemli alanlardan biri de gastronomidir (Aęa ve Kandemir, 2008; zgűrel ve řahin, 2021).

Gastronomide dijital inovasyonların benimsenmesi ve kullanılması sürdürülebilir rekabet üstünlüğü elde edilmesine katkı sağlamaktadır. Özellikle, moleküler ve füzyon mutfak uygulamalarına yönelik bilgi toplamada, süreçlerde problem çözme ve analizde, yiyecek ve içeceklerin kalitesini arttırmada, gıda güvenliğini sağlamada, yiyecek ve içeceklerin üretimini standartlaştırmada, mutfak şeflerine iş süreçlerinde yardımcı olmada yararlanılmasının yanında, robot şefler, robot garsonlar, robot barmenler ve robot güvenlik personeli gibi görevlerde de yararlanılmaktadır (Fusté-Forné, 2021). Dijital inovasyonlar, yapay zekâ ve robot teknolojisinin sunduğu birçok avantajlar neticesinde, gastronomi alanında bu inovasyonlar hızla yayılmakta ve talep edilmektedir (Çerkez ve Uçuk, 2021;

Bu çalışmanın temel amacı gastronomide dijital inovasyon ve dijital dönüşüm olgusunun ikincil verilere dayalı olarak incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda mevcut yerli ve yabancı literatüre dayalı olarak öncelikle dijital inovasyon kavramı açıklanmakta, ardından teknolojik dönüşüm ve dijitalleşme kavramları ele alınmaktadır. Bu bölümlerde verilen temel kavramlara yönelik açıklamalardan sonra gastronomide dijital inovasyonlar ve dijital dönüşüm konusunda literatür incelemesine yer verilmektedir. Çalışmanın sonuç bölümünde konu ile ilgili genel bir değerlendirme yapılmaktadır.

Dijital İnovasyon

Dijitalleşme, hızla gelişen dünyamızdaki en önemli değişikliklerden biridir. Dijital inovasyonlar ve teknolojik gelişmeler, gelişmenin motorlarıdır. Dijital inovasyonlar, bilgi ve iletişim teknolojileri ile diğer hizmet sektörlerinde etkilerini her yerde göstermektedir (Zsarnoczky, 2018). Değişen müşteri ve iş piyasası nedeniyle işletmeler dijital teknolojileri uygulama ve yeni iş modellerini entegre etme konusunda artan bir baskı altındadır.

Dijital inovasyon, tüm bu zorlukların üstesinden gelmenin anahtarı ve Endüstri 4.0 normlarına uyma gerekliliğinin hızla değişen gereksinimlerine bir yanıt haline gelmiştir. Dijital inovasyonlar, işletmelerin üretim süreçlerini kısaltmalarına, tedarik zinciri sistemlerini basitleştirmelerine ve otomatikleştirmelerine, mevcut üretim sistemlerinin performansını iyileştirmelerine, lojistik ve depolama sistemlerini geliştirmelerine, ürün ve hizmetlerin kolayca özelleştirilmesine, iş süreçlerinin esnekliğine ve hızlı karar alma olanağına olanak tanımaktadır (Gupta ve Jauhar, 2023).

Dijital inovasyon, örgüt içinde ve örgütler arasında dijital teknoloji platformlarını araç veya amaç olarak kullanarak ürünlerde, süreçlerde veya iş modellerinde inovasyon yapmak anlamına gelmektedir (Ciriello, Richter ve Schwabe, 2018). Dijital inovasyon, ürün veya hizmetlerin dijital ve fiziksel bileşenlerinin yeni şekillerde birleştirilmesiyle ortaya çıkan ve yeni ürünlerin, iş süreçlerinin veya iş modellerinin yaratılmasına yol açan süreci ifade eder. Genel olarak tanımlandığında dijital inovasyon, inovasyon konularının, süreçlerinin ve unsurlarının bileşenlerinin dijital teknolojilerin uygulanması yoluyla yeniden yapılandırılması ve optimize edilmesi sürecini ifade eder (Dai, 2025).

Dijital inovasyon, yeni ürünler oluşturmak için fiziksel ve dijital ürünlerin yeni kombinasyonlarını içeren ürün merkezli bir bakış açısını ifade etmektedir. Bu kavramsallaştırmada inovasyon, bilgi teknolojileri ürünlerinin temel mimarilerinin yeni ürünlerinin geliştirilmesini mümkün kılma ve kısıtlama rolünü ve firmalar içindeki inovasyonun yapılandırılması ve yönetimi üzerindeki etkilerini ifade eder. Dijital inovasyon tasarımı ilişkilidir, ancak tasarım biliminin ötesinde daha bütünsel bir bakış açısı benimseyerek daha geniş bir kavram yelpazesine odaklanır (Kohli ve Melville, 2019).

Endüstriyel bağlamlarda dijital inovasyon, dijital ve fiziksel bileşenlerin ve dolayısıyla bu bileşenlerin altında yatan bilginin

birleşimiyle ilgilidir (Hanelt vd., 2021). Dijital inovasyonun geleneksel inovasyondan ayıran önemli bir ayırt edici özellik, dijital inovasyonun daha az önceden tanımlanmış bir inovasyon gücüne sahip olması ve inovasyon sonuçlarının kapsam ve erişimi açısından belirsiz olmasıdır (Bogers vd., 2022). Dijital inovasyon, yenilik sürecinde dijital teknolojinin kullanılmasıdır. Dijital inovasyon, aynı zamanda, tamamen veya kısmen, yeniliğin sonucunu tanımlamak için de kullanılabilir. Dijital inovasyon, yeni ürün ve hizmetlerin doğasını ve yapısını kökten değiştirmiş, yeni değer yaratma ve değer edinme yolları ortaya çıkarmış, çeşitli amaç ve yeteneklere sahip dinamik aktör gruplarını içeren inovasyon kolektiflerini mümkün kılmış ve yeni bir inovasyon süreci türü üretmiştir (Nambisan vd., 2017).

Dijital hizmet inovasyonu, dijital teknolojilerin kullanımı yoluyla yeni hizmetlerin geliştirilmesi ve/veya mevcut hizmetlerin iyileştirilmesi anlamına gelmektedir. Bu yeni nesil teknolojik inovasyon, öncelikle bağlantılı ürünleri kullanarak, daha doğrudan ve işbirlikçi, dijital olarak geliştirilmiş sağlayıcı-müşteri ilişkileri aracılığıyla, son derece özelleştirilmiş hizmet odaklı değer önerileri sunma yeteneğine dayanmaktadır. Müşterilerden değerli bilgiler edinerek, işletmelerin hizmetlerdeki inovasyon olanaklarının sınırlarını genişletir. Bir yandan, gerçek zamanlı müşteri verisi toplama ve işletmenin bilgi sistemine entegrasyonunu kolaylaştırırken, diğer yandan ürünün işlevlerini uzaktan ve küresel olarak izleme, optimize etme ve otomatikleştirme için verimli araçlar sağlar (Opazo-Basáez vd., 2022).

Dijital hizmet inovasyonu, hem hizmet sağlayıcılar hem de hizmet alanlar (müşteriler) için fayda sağlar ve hizmet sağlayıcının rekabet gücünü artırır. Dijital hizmet inovasyonu, müşterilerin ve işletmelerin refahını artırmak amacıyla, bazı dijital teknolojilerin sistematik olarak kullanılmasına dayalı olarak, bir hizmet ürününün

veya hizmet sürecinin mevcut sürecine yenilik katma çabasıdır (Aithal ve Aithal, 2019).

Dijital dünyanın hızlı gelişimi, turizme her geçen gün yeni ve yenilikçi çözümler getirmektedir. Turizm sektörü de akıllı cihazların yaygınlaşmasıyla birlikte, planlama, yönetim ve finansmanı devrimleştirmiş ve tüm turizm sektöründe yenilikçi satış ve pazarlama teknolojilerinin tanıtılması için yeni ufuklar açmıştır. Dijital devrimin bir sonucu olarak, turizmdeki uluslararası gelişim trendleri, bulut tabanlı rezervasyon siteleri veya dijital platformlar aracılığıyla bilgi ve deneyim paylaşımı gibi yeni çözümlerin önünü açmıştır. Ürün ve hizmetlere yönelik yeni sistemler sayesinde turizm pazarındaki paydaşların büyük çoğunluğu, tüketicileri hakkında ayrıntılı bilgilere erişebilmekte, tüketici davranışlarını ve değişikliklerini yakından takip edebilmektedir (Zsarnoczky, 2018).

Dijital teknoloji çağı, turizm sektöründe önemli bir dönüşüm sağlayarak operasyonel prosedürleri, hizmet modellerini ve sürdürülebilirlik uygulamalarını temelden değiştirmektedir. Bu dönüşüm, enerji verimli teknolojik çözümlerden ve kaynak yönetimini iyileştiren dijital dokümantasyondan, sanal asistanlar ve yapay zekâ destekli sohbet robotları içeren gelişmiş müşteri arayüz sistemlerine kadar uzanarak sektörde operasyonel verimliliği ve sürdürülebilirliği arttırmaktadır. Dijital dönüşüm, kapsamlı bilgilere gerçek zamanlı erişim mümkün kılarak tüketicilerin deneyimlerini planlama, karşılaştırma ve paylaşmasına imkân sunmaktadır. Bu dinamik ortam, turizm işletmelerini sürekli olarak yenilik yapmaya, geleneksel hizmet mükemmelliğini en son dijital yeteneklerle birleştirerek daha karmaşık hale gelen tüketici beklentilerini karşılamaya zorlamaktadır (Jonathan, 2025).

Dijitalleşme ve Dijital Dönüşüm

Geleneksel teknolojik sistemlerin yerine daha inovatif teknolojilerin uygulanmaya konulmasını ifade eden dijitalleşme hem

işletmeler hem de tüketiciler için pek çok kolaylık sağlamakta ve önemi günden güne artmaktadır. Günümüz teknoloji çağında kaydedilen teknolojik gelişmeler, yapay zekâ uygulamaları ve dijitalleşme birçok sektöre etki etmekte ve adeta bir devrim yaratmaktadır (Güner ve Aydoğdu, 2022; Erbil, 2023). Teknoloji ile ortaya çıkan kolaylıklar, özellikle hizmet odaklı sektörler için büyük avantajlara sahiptir. Yeni süreçlerin, ürünlerin, alışkanlıkların ve uygulamaların geliştirilmesinde teknolojik çözümleri benimseyen işletmeler inovasyon kapasitelerini arttırarak değişen pazar ihtiyaçlarına cevap verme, yeni rekabetçi avantajlar yakalama veya mevcut rekabetçi konumlarını koruma olanağı bulmaktadır (OECD, 2005).

Bu kolaylıklardan ve avantajlardan faydalanmak isteyen işletmeler, teknolojik gelişmeleri yakından takip etmekte, yeni teknolojileri benimsemekte, işletmelerinde uygulama konusunda öncü isimlerinden olmaya çabalamaktadırlar. Nitekim sürekli artan rekabet ortamında yeni teknolojileri daha hızlı şekilde benimseyen işletmeler rakiplerinden birkaç adım ileri geçme imkânı yakalayarak üstünlük sağlamakta (Dirsehan, 2011), tüketiciler ise bu işletmelerin sundukları teknoloji temelli hizmetler sayesinde daha konforlu, hızlı ve farklı deneyimler edinme imkânı yakalamaktadır.

Teknolojinin gündelik hayatın her alanında giderek artan kullanımı ve yayılımına paralel olarak tüm bilgi araçlarının dijital dil ve kaynaklara dönüştürülmesini işaret eden dijitalleşme, genel olarak elektronik araç ve süreçleri nitelemek için kullanılır (Bozkurt ve Sharma, 2022). Diğer taraftan, kavramı teknik dönüşümlerin dışında sosyal boyutta meydana gelen değişim ve yenilikler şeklinde tanımlayanlar da vardır. Hagberg vd.'e (2016) göre dijitalleşme, çağdaş toplumların şahit olduğu en önemli dönüşümlerden biridir. Bu süreç, bireysel bağlamlardan tutun da örgütsel bağlamlara kadar gündelik faaliyetlerin dijital iletişim ve medya araçları tarafından yeniden yapılandırılmasını ifade eder (Reis vd., 2020).

Altun’a (2020) göre, toplumsal hayatın hemen hemen bütün katmanlarına nüfuz eden ve tüm sektörleri etkisi altına alan dijitalleşme teknik açıdan; kelime, resim, harf gibi analog iletileri işleyen, ileten ve elektronik ortamda depolayan bilgi işlemini ifade etmektedir. Dijitalleşmeyle birlikte, birbirinden bağımsız ve bütünleştirilmesi imkânsız gibi görünen ses, görüntü ve metinler kolaylıkla bir araya getirilme imkânı bulmaktadır. Bilginin merkezde olduğu dijital bir dünya inşa etmek, iş süreçlerini ve kararlarını tasarlamak ve desteklemek için dijital teknolojilerin, verilerin ve analitiğin kullanımı olarak tanımlanan dijitalleşme teknolojinin insan hayatına girmeye başladığı Üçüncü Sanayi Devrimiyle birlikte yaygınlık kazanmaya başlamıştır (Özkan, 2023). Üçüncü Sanayi Devrimiyle birlikte teknolojik gelişmeler özel alandan kamusal alanlara kadar yayılmıştır. Bu dönemle birlikte hizmet sektörü başta olmak üzere, teknoloji birçok iş alanının parçası olmaya başlamıştır.

Dijitalleşme, işletmelerin performansını ve girişimlerini geliştiren teknolojik inovasyonların kullanımını ve bu teknolojilere uyum sağlamayı ifade eden bir dönüşüm sürecidir (Aydın ve Uçkan Çakır, 2022). Birçok araştırmacı tarafından “dijital bir devrim” olarak nitelendirilen dördüncü sanayi devrimiyle birlikte akıllı üretim sistemleri ve dijital teknolojiler birleşmiş ve bunun neticesinde insan ve makine arasındaki etkileşim kolaylaştıran ilerlemeler kaydedilmiştir. Bu süreçte insan emeğinin yerini alabilecek ve hatta insan gücünün kapasitesini geçebilen donanıma sahip olan makineler iş süreçlerinin neredeyse her safhasında yer almaya başlamıştır (Gürsoy ve Çalhan, 2024). Dijitalleşme, yapay zekâ, nesnelerin interneti ve daha birçok teknolojik kavram ve yönelimi içine alan bir olgu olarak devamlı gelişen, dönüşen dinamik bir yapıdır (Morley vd., 2018). Teknoloji ve dijitalleşmenin geldiği en ileri boyutlardan birinin göstergesi olan yapay zekâ ve robot teknolojisi birçok sektör için oldukça yeni bir alandır. Sektörler için

oldukça yeni olmasına rağmen veri biliminin ve elektronik işlem donanımlarının gelişmesiyle birlikte çağın gerisinde kalmamak ve yeni sistemde yer almak isteyen sektörler yapay zeka ve robot teknolojisine kayıtsız kalmamaktadır (Reis vd., 2020). Emek yoğun sektörlerin çoğu yapay zekâ ve robot teknolojisindeki yeni gelişmelerle otomatikleşmeye başlamış ve mevcut sistematiğini gözden geçirerek bu gelişmelere ayak uydurmaya başlamışlardır.

Yapay zekâ; bulundukları çevreyi belirli bir düzeyde öğrenen, tanıyan, algılayan, karar veren yazılım ve algoritmalarla oluşmuş akıllı makinelerin incelenmesi ve geliştirilmesi olarak tanımlanmaktadır. Dıştan gelen verileri doğru biçimde yorumlayan ve bu verileri belirli bir hedefe ulaşmak için akıllıca kullanarak hareket eden bir sistem olarak yapay zekâ insan zekâsına özgü zihinsel fonksiyonları bilgisayar modelleri aracılığıyla inceleyerek bunları belirli kodlar haline getiren ve bu kodları yapay sistemlere uygulayarak insan zekâsının bir benzerini ortaya çıkaracak bilgisayar işlemlerini geliştirmek şeklinde tanımlanmaktadır (Lu vd., 2019). Boucher (2020), yapay zekânın bir teknoloji olmadığını, bunun yerine mevcut süreçleri daha iyi hale getiren teknoloji, uygulamalar ve yazılımları içeren ve sürekli gelişime açık bir süreç olduğunu belirtmektedir. Yapay zekâ insan zekâsının ve becerilerinin kopyalanmasını ve kopyalanan verilerin analiz edilerek hayatı kolaylaştıracak alanlarda kullanılmasını ifade etmektedir.

Endüstri 4.0'ın temel direklerinden biri olan robotlar zahmetli işlerde insanlara yardımcı olmak veya doğrudan insan yerine kullanılmak için geliştirilen mekanik cihazlar olarak insanlara kıyasla daha hızlı ve kolay hareket edebildikleri için pek çok alanda ve sektörde kullanılmaya başlanmıştır. Zaten robot kelimesinin kullanım anlamına bakıldığında, robotların hangi amaçlarla üretildiğine dair bilgi vermektedir (Bader ve Rahimifard, 2020). Çekçe'de "ücretli köle" ve "işçi" anlamında kullanıldığı görülmektedir. Robotun ne olduğu ile ilgili yapılan tanımlar

teknolojinin gelişimiyle birlikte evrilmektedir. Geçmişte robot denilince akıllı bir mekanik cihaz anlaşılmıyorken, günümüzde bu tanım oldukça karmaşık bir hal almış ve almaya devam etmektedir. Robotlar, fiziksel olarak hareket edebilen, çevresini algılayabilen ve bazı hedeflere ulaşmak için karar alabilen özerk bir sistem olarak tanımlanmaktadır (Yüksel ve Ebru, 2017).

Oxford İngilizce Sözlüğünde robot kavramı, bir bilgisayar tarafından programlanan ve karmaşık bir dizi eylemi gerçekleştirebilen makineler şeklinde tanımlanırken, aynı sözlüğün güncel şeklinde robot kavramı, insan veya hayvanlara benzetilen genel olarak metalden yapılan yapay zekâ uygulaması olarak açıklanmaktadır. Robotlar ile diğer basit makineler arasındaki temel fark karmaşık bir dizi eylemi otomatik olarak gerçekleştirmesi, kararlar alabilmesidir, yani sadece yazılıma dayalı ve fiziksel olarak faaliyet göstermemesidir. Robotlar sadece bir yazılımdan ibaret değildir. Günümüzde robot denilince genellikle metalden yapılmış insan görünümlü makineler akla gelse de organik malzemelerden yapılmış ve görünüm olarak insana benzemeyen robotlar da oldukça yaygındır (Yüksel ve Ebru, 2017).

Gastronomide Dijital İnovasyonlar ve Dijital Dönüşüm

Gastronomi; yemeği, tarih ve kültür ekseninde ele alan ve toplumların yeme-içme alışkanlıklarını çeşitli kültürel, sosyal ve tarihsel süreçler dâhilinde inceleyen bir bilim dalı olarak görülmektedir. Gastronomi kavramının, Yunanca “gastro” ve “nomos” kelimelerinin birleşiminden ortaya çıktığı belirtilmektedir. Yunanca “gastro” mide anlamına gelirken “nomos” ise kural, yasa, düzen anlamlarına tekabül etmektedir. Gastronomi; mideyle ilintili tüm kural ve normları ifade eden bir kavram olarak tanımlanabilir (Uzan ve Sevimli, 2020).

Gastronomi kavramı tarihte ilk defa M.Ö. 4. yy’da Yunan şair Arcestratus tarafından yazılan bir eserde kullanılmıştır. Fakat

kavramın günümüzdeki kullanımına benzer ilk kapsamlı tanım, J. A. Brillant Savarin tarafından 1823 yılında yazılmış olan bir eserde yapılmıştır. Bu eserde yazar hem gastronomiyi tanımlamış hem de gastronominin ilişkili olduğu turizm, kültür, tarih, coğrafya, sanat, pazarlama, siyaset, psikoloji ve tıp gibi birçok disipline değinerek gastronominin çok disiplinli yönüne dikkat çekmiştir. Klasik tanıma göre gastronomi, iyi yemek yeme bilimi veya sanatı olarak kabul edilmektedir (Santich, 2004). Bir başka tanıma göre de gastronomi; yemek ve içeceklerden keyif almayı ifade eder (Ivanović vd., 2008). Yiyecek ve içeceklerin kültürel boyutu insana mahsus bir olaydır. Dolayısıyla gastronomi, sadece yiyecek ve içeceklerin tüketimi olarak değil, aynı zamanda yemek ve içekten zevk (tat) almayı ve bunun için yiyecek ve içeceklere sanatsal bir form kazandırmayı amaçlamaktadır.

Gastronomi, özellikle turizm içinde önemli bir alan olarak dikkat çekmektedir. İnsanların seyahat öncesi kararlarını belirleyen bir etken olarak gastronomi, bazen tek başına ziyaret sebebi olmaktadır. Dolayısıyla günümüzde gastronomi, insanların ziyaret tercihlerine yön veren güçlü bir alandır (Mora vd., 2021). Küreselleşmeyle birlikte insanların yeme-içme tercihlerinde meydana gelen radikal değişimler ve sonuçları göz önüne alındığında gelecekte insanların yaşadıkları yerlerin dışına sadece farklı yeme-içme deneyimleri kazanmak için seyahat etme motivasyonlarında artış olacağı söylenebilir. Ayrıca kültürel bir ürün olarak gastronomi, insanları sadece yemek ve içecek ürünleriyle cezbetmez, aynı zamanda yemek dışında sunulan birçok unsurla da dikkat çekmektedir. Bunlar; fiyat, hizmet kalitesi, mekân atmosferi, üretimde ve sunumda kullanılan teknolojiler ve diğer alternatif unsurlar olabilir (Correia vd., 2008).

Küreselleşmeyle birlikte bilişim teknolojilerinde kaydedilen gelişmeler ve bu gelişmelerin insanlığa sunduğu teknolojik avantajlar, tüm dünyada yenilik ve dönüşümlerin yaşanmasını

hızlandırmıştır. Bilgi ve iletişim teknolojileri alanındaki gelişmelere paralel olarak dünya gün geçtikçe daha dijital bir hale evrilmiştir. Yeni ve teknoloji odaklı bir yaşamı ifade eden dijitalleşmeyle beraber yapay zekâ, robot teknolojisi, nesnelerin interneti, sensörler, bilişsel teknolojiler, nanoteknoloji, 3D yazıcılar, artırılmış gerçeklik ve bulut sistemi gibi yeni nesil teknolojik araçlar hayatın birçok alanında yer almaya başlamıştır (Alptekin, 2020).

Yeni nesil teknolojik araçlara erişimin kolaylaşması ve bu araçların kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte dijitalleşmenin sunduğu çok sayıda yeni fırsat ve kolaylıklardan yararlanmak ve dijital dünyaya ayak uydurmak isteyen pek çok işletme bu alandaki gelişmeleri yakından takip etmek durumunda kalmıştır. Özellikle tüketici profilinde meydana gelen radikal değişimlerle (deneyim odaklı turist) birlikte deneyim pazarlaması kavramının öneminin artması gibi nedenler, rekabetin yoğun yaşandığı bir ortamda tüketicilerin isteklerine cevap vermek isteyen sektörleri sundukları deneyimleri geliştirme yoluna itmiştir (Aksoy ve Akbulut, 2017). Dijitalleşmeyle beraber değişen pazar yapısından etkilenen alanlardan biri de gastronomidir.

16. yy'dan 21.yy'a kadar olan süreçte teknoloji alanında meydana gelen radikal gelişmeler gastronomi alanında dijital bir kültürün başlangıcı olmuştur. Günümüze gelinceye dek, mutfak, sunum ve hizmet alanına dâhil edilen dijital araçlarla gastronomide dijital kültür yayılmaya başlamıştır (Yıldırım ve Yıldırım, 2022). Teknolojik gelişmelerin gastronomi alanıyla ilişkisini ifade etmek için literatürde dijital gastronomi ya da gastronomi 4.0 kavramsallaştırması kullanılmaktadır. Dijital gastronomi ya da gastronomi 4.0, gastronomi alanında teknolojik temelli gelişmelerin kullanımını ve dijitalleşmenin başlangıcını ifade etmektedir (Erbil, 2023).

Dijital gastronomi; sürekli bir gelişme halinde olan teknolojinin yemek süreçleriyle birleşmesi, yeme-içme süreçlerinin

teknolojik gelişmelere adapte edilmesini ifade eder. Bilgi ve teknoloji alanında yaşanan gelişmelerle birlikte, geleneksel tüketici profilinde de değişimler yaşanmaktadır. Müşteriler gittikleri bir restoran işletmesinde yemek dışında ya da yemeğin kendisinde yenilikler görmeyi ve buna bağlı olarak farklı deneyimler kazanmayı talep etmektedirler. Hizmet ve müşteri temelli faaliyet gösteren restoranlar, dijitalleşmenin sağladığı olanaklardan ve teknolojik inovasyonlardan faydalananarak, rekabet ortamında varlığını sürdürmek, performansını yükseltmek ve hedef pazara uygun yeni ürün ve stratejiler geliştirerek müşterilerin beklentilerine cevap vermek için dijitalleşmek zorundadır. Bu noktada teknolojik gelişmeler ve dijitalleşme, rekabetin yoğun olduğu ve yeniliklerin hızlı yayıldığı sürekli değişen ve gelişen bir pazarda, tüketicilerin dikkatini çekmek ve gastronomik faaliyetlere yönlendirmek için gastronomi alanının yararlanması gereken birincil kaynaklardan biridir (Aksoy ve Akbulut, 2017).

Bilişim ve teknoloji alanındaki gelişmelerle beraber gastronomi alanında geleneksel gıda üretim yöntemleri ve hizmet sağlama biçimleri dijital dünyaya uygun hale getirilmeye çalışılmaktadır. Teknolojinin durağan bir yapıda olmaması, teknolojik gelişmelere açık olan ve teknolojik araçları bünyesine katmak isteyen gastronomi alanının da yeniden düzenlenmesini gerektirmektedir. Zira teknolojik ilerlemeyle birlikte, teknolojinin kullanım alanı, derecesi ve biçimi küçük veya büyük ölçekli dönüşmekte, yeniden üretilmekte ve düzenlenmektedir. Bu durum, yeme ve içme gibi farklılaşmanın minimum olduğu alanlar için bir avantajdır. Çünkü her ne kadar farklı kültürel yiyecek ve içecekler insanları cezbetmek için kullanılacak bir çekicilik unsuru olsa da gastronomiye konu olan yiyecek ve içecek ürünlerinde yapısal olarak değişikliğe gitme imkânı kısıtlıdır. Bu da gastronomi üzerinden markalaşmanın önünde bir engeldir. Dolayısıyla

gastronomi alanı markalaşmak için farklı özellikleri ön plana çıkartmak zorunda kalmaktadır (Albayrak, 2017).

Bu noktada, teknolojik yenilikler bir yandan gıdanın üretilmesi, dağıtılması ve sunulması gibi aşamalarda gastronomi alanına kolaylıklar sağlarken bir yandan da yemeğin mutfak üretiminden, servise ve nihai tüketimine kadar geleneksel gastronomiyi dönüştürerek dijitalleştirmekte ve böylece rakiplerinden farklılaştırmaktadır (Çerkez ve Uçuk, 2021; Aydın ve Çakır, 2022). Endüstri 4.0 olarak adlandırılan internet tabanlı gelişmelere olumlu yönde adaptasyon sağlayan gastronomi alanı, mutfak ve sunumda kullanılan yapay zekâ uygulamaları, nesnelerin interneti, bulut sistemleri, 3D baskı, arttırılmış gerçeklik, otomasyon ve akıllı robotlar gibi 4.0 teknolojilerini yeni gıda biçimleri yaratmak, müşterilere kısa zamanda daha iyi ve kolay hizmet etmek ve yiyeceklerin pişirme öncesi işlemelerine müşterileri dâhil ederek müşteri ve mutfak arasında daha etkili bir iletişim geliştirmek için kullanılmaktadır. Teknolojinin gastronomide kullanılmaya başlanmasıyla yemek, müşterinin masasına gelmeden evvel, müşterinin isteğine bağlı olarak şekillendirilme olanağı yakalamaktadır. Bu durum, müşteriyi özel hissettirecek daha kişiselleştirilmiş ve özelleştirilmiş bir gastronomi deneyimi kazanma imkânı sunmaktadır (Yıldırım ve Yıldırım, 2022).

Özellikle gastronomi faaliyetlerine katılan müşteriler sadece açlık ihtiyaçlarını gidermek için değil, ayrıca gittiği yerin ona sunacağı benzersiz imkânlardan zevk almak ve tatmin duygusu yaşamak için gastronomi faaliyetlerine katılmaktadırlar (Birdir ve Akgöl, 2015). Teknolojik gelişmeler bu talepte olan müşterilerin beklentilerini karşılamak için gastronomi alanına büyük kolaylıklar sunmaktadır. Teknolojinin sağladığı bu avantajlardan yararlanan birçok restoran işletmesi en son teknolojik yenilikleri restoran işletmelerinde uygulamaya çalışarak yeme-içme faaliyetine sıra dışı bir özellik kazandırmaya çalışmaktadırlar. Bu kapsamda birçok

restoran işletmesinde, mutfakta şeflere yardım eden teknolojik araçlardan tutun da müşterilerin sipariş vereceği menü, oturacağı masa ve ona hizmet eden garsona kadar birçok unsurda teknoloji ve dijital dönüşümden yararlanmaktadır. Gastronomide dijitalleşme sadece bunlarla sınırlı kalmamaktadır. Teknolojik yeniliklerle müşteriler bir yandan yeme-içme keyfini yaşarken bir yandan da benzersiz bir ortamın içinde bulunma hissini veren etkinliklere dâhil olma imkânı bulmaktadır. Günümüzde restoranlar, müşterilerin tüm duyularını harekete geçirecek uygulamaları gerçekleştirmede teknolojinin sunduğu imkânlardan yararlanmaktadır. Örneğin, restoran işletmeleri müşterinin bulunduğu ortamla sanal görüntüleri birleştirerek çoklu atmosfer yaratarak müşteriye farklı deneyimler sunmaktadır (Aksoy ve Akbulut, 2017).

Dijital teknolojilerin, gastronomi alanında kullanımı gastronomide karşılaşılan birçok zorluğu minimize ederek alanın gelişimine katkı sağlamaktadır. Örneğin, gastronomik deneyim yaşamak isteyen yabancı turistlerin karşılaştığı büyük sorunlardan biri de gidilen restoran mekânında istek ve beklentilerini anlaşılır bir şekilde karşı tarafa anlatamamaktır. Dil, iki taraf için de aşılması güç önemli bir bariyer olabilmektedir. Yapay zekâ destekli dil çeviri sistemleri yabancı turistlerle yaşanan dil engellerini ortadan kaldırarak, turistlerle sağlıklı iletişim kurulmasına, menülerin doğru anlaşılmasına ve müşterilerin mutfak sürecine dolaylı olarak katılmalarına yardımcı olur. Yapay zekâ ve robotik teknoloji, müşterilerin rezervasyon işlemlerini hızlı ve kolay bir şekilde halletmelerine yardımcı olur. Bu sayede hem müşterilerin bekleme süreleri azalır hem de restoran çalışanları daha iyi hizmet sunarak yemek sürecinde iki tarafın karşılaşması muhtemel sorunlar iyileştirebilir. Yine, teknolojik yenilikler, yapay zekâ ve robotik teknolojinin sağladığı imkânlardan faydalanan restoran işletmeleri, müşterilerin deneyim sonrasındaki yorumlarını ve değerlendirmelerini analiz ederek, müşterilerin genel

memnuniyetine ilişkin duygu analizleri yapabilirler. Bu sayede işletmelerindeki eksiklikleri giderebilir, menülerini iyileştirebilir ve müşteri beklentilerini daha iyi karşılayabilirler. Bunlara ek olarak, mutfakta kullanılan ürünlerin güvenliğinin ve kalitesinin sağlanması için de dijital teknolojilerin sağladığı olanaklardan yararlanmak önemlidir. Gıdanın güvenlik ve sağlık standartlarına uygunluğunun sağlanmasında yapay zekâ tarafından desteklenen sensörler ve analizlerden faydalanılarak gıdanın raf ömrü gibi önemli konularda destek alınabilmektedir (Chauhan, 2023).

Yiyecek ve içecek üretimi, hazırlanması, servisi, mutfak yönetimi ve yemek deneyimi gibi alanlarda yararlanılan güncel teknolojiler, bağımsız restoranların yanında birçok otel restoranlarında da kullanılmaktadır. Bazı otel restoranlarında artık şef, barmen, garson, barista gibi hizmetler robot çalışanlar tarafından gerçekleştirilmektedir (Doğan, 2023).

Sonuç

Dijital inovasyon, dijitalleşme ve dijital dönüşüm olgularının incelendiği bu çalışma kapsamında ilgili olguların tanımlarına, tarihsel kökenlerine, hizmet sektörü, turizm sektörü ve gastronomi açısından önemine, işletmeler ve tüketici açısından ortaya çıkardığı faydalara yönelik bilgiler sunulmuştur. Çalışmanın sonunda gastronomi alanı kapsamında dijitalleşmenin sektörün geleceğinde, işletme süreçlerinin yeniden yapılandırılmasında, tüketici istek ve beklentilerinin daha hızlı tespit edilmesi ve buna yönelik karşılık verilmesinde nasıl bir rol oynayacağı, ileri de etkisi ve hızı daha da artarak tüm muhatapları nasıl etkisi altında bırakacağına yönelik değerlendirme ve çıkarımlarda bulunulmuştur. Çalışmanın bu alanda çalışma yapan araştırmacılara ve konuya yönelik bilgi düzeyini artırmak isteyen okuyuculara katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

Kaynakça

- Ağca, V., & Kandemir, T. (2008). Aile işletmelerinde iç girişimcilik finansal performans ilişkisi: Afyonkarahisar'da bir araştırma. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(3), 209-230.
- Aithal, P. S., & Aithal, S. (2019). Digital service innovation using ICCT underlying technologies. *Emerging Trends in Management*, 1(1), 33-63.
- Aksoy, M., & Akbulut, B.A. (2017). Restoranlardaki teknolojik yeniliklerin deneyim pazarlaması açısından değerlendirilmesi. II Eurasia Tourism Congress, Current Issues, Trends and Indicators, (s.1-10). Konya, Türkiye.
- Albayrak, A. (2017). Restoran işletmelerinin yenilik uygulama durumları: İstanbul'daki birinci sınıf restoranlar üzerine bir çalışma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 5(3), 53-73.
- Alptekin, Z. M. (2020). Dijitalleşme ve dijital sosyal sorumluluk iletişimi. *Uluslararası Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli Dergisi*, 3(2), 136-155.
- Aydın, Ş., & Çakır, M. U. (2022). Gastronomi ve dijitalleşme. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi, 12(4), 2143-2159.
- Bader, F., & Rahimifard, S. (2020). A methodology for the selection of industrial robots in food handling. *Innovative Food Science & Emerging Technologies*, 102379.
- Birdir, K. & Akgöl, Y. (2015). Gastronomi turizmi ve Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin gastronomi deneyimlerinin değerlendirilmesi. *İşletme Ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 57-68.
- Bogers, M. L., Garud, R., Thomas, L. D., Tuertscher, P., & Yoo, Y. (2022). Digital innovation: transforming research and practice. *Innovation*, 24(1), 4-12.
- Boucher, P. N. (2020). Artificial intelligence: How does it work, why does it matter, and what can we do about it?.
- Bozkurt, A., & Sharma, R. C. (2022). Digital transformation and the way we (mis) interpret technology. *Asian Journal of Distance Education*, 17(1).

Chauhan, Y. (2023). Culinary creativity unleashed: A review of innovative techniques in food gastronomy. *International Journal for Multidimensional Research Perspectives*, 1(2), 37-47.

Ciriello, R. F., Richter, A., & Schwabe, G. (2018). Digital innovation. *Business & Information Systems Engineering*, 60(6), 563-569.

Correia, A., Moital, M., Da Costa, C. F., & Peres, R. (2008). The determinants of gastronomic tourists' satisfaction: a second-order factor analysis. *Journal of foodservice*, 19(3), 164-176.

Çakıcı, C., Çalhan, H., & Karamustafa, K., (2016). Yiyecek ve İçecek İşletmelerinde İnovasyon ve Sürdürülebilir Rekabet Üstünlüğü İlişkisi. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(2), 11-39.

Çerkez, M., & Uçuk, C., (2021). Geleceğin restoranlarında mutfak. Gültekin Çalışkan ve Gülsün Yıldırım (Eds.), *İçinde: Geleceğin Restoranları* (113-130). Ankara: Detay Yayıncılık.

Dai, Y. (2025). Literature review on digital innovation. *Frontiers in Business, Economics and Management*, 20(1), 24-29.

Dirsehan, T. (2011). Teknolojinin inovasyon amacıyla müşteri deneyimi yönetiminde kullanımı. XI. Üretim Araştırmaları Sempozyumu (s.207-214).

Doğan, M. (2023). Yiyecek ve İçecek Sektöründe Endüstri 4.0 Uygulamaları: Gastronomi 4.0. *IKSAD Conference Platform*.

Erbil, K. (2023). Gastronomide dijitalleşme, IoT uygulamalarının kullanılması ve gastroteknolojinin kavramsal çerçevede incelenmesi. *Journal of Tourism Research Institute*, 4 (1), 39-47.

Fusté-Forné, F. (2021). Robot chefs in gastronomy tourism: What's on the menu?. *Tourism Management Perspectives*, 37, 100774.

Gupta, M., & Jauhar, S. K. (2023). Digital innovation: An essence for Industry 4.0. *Thunderbird International Business Review*, 65(3), 279-292.

Güner, D., & Aydoğdu, A., (2022). Gastronomi alanındaki teknolojik gelişmelere yönelik bir değerlendirme: Dijital gastronomi. *Aydın Gastronomy*, 6(1), 17-28.

Gürsoy, M. N., & Çalhan, H. (2024). Konaklama sektöründe dijital teknolojiler üzerine bir değerlendirme. *Selçuk Turizm ve Bilişim Araştırmaları Dergisi*, (6), 1-20.

Hanelt, A., Firk, S., Hildebrandt, B., & Kolbe, L. M. (2021). Digital M&A, digital innovation, and firm performance: an empirical investigation. *European Journal of Information Systems*, 30(1), 3-26.

Hund, A., Wagner, H. T., Beimborn, D., & Weitzel, T. (2021). Digital innovation: Review and novel perspective. *The Journal of Strategic Information Systems*, 30(4), 101695.

Ivanović, S., Galičić, V., & Pretula, M. (2008). Gastronomy as a science in the tourism and hospitality industry. *Tourism and Hospitality Industry-New Trends in Tourism and Hospitality Management*, 561-569.

Jonathan, J. (2025). The transformation of the hospitality industry in facing the digital technology era. *Artificial Intelligence Research and Applied Learning*, 4(2), 79-95.

Kindzule-Millere, I., & Zeverte-Rivza, S. (2022). Digital transformation in tourism. *International Conference, Jelgava, LLU ESAF*, 476-486.

Kohli, R., & Melville, N. P. (2019). Digital innovation: A review and synthesis. *Information Systems Journal*, 29(1), 200-223.

Lu, L., Cai, R., & Gursay, D. (2019). Developing and validating a service robot integration willingness scale. *International Journal of Hospitality Management*, 80, 36–51.

Mora, D., Solano-Sánchez, M. Á., López-Guzmán, T., & Moral-Cuadra, S. (2021). Gastronomic experiences as a key element in the development of a tourist destination. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 25, 1-8, 100405.

Morley, J., Widdicks, K., & Hazas, M. (2018). Digitalisation, energy and data demand. *Energy Research & Social Science*, 38, 128-137.

Nambisan, S., Lyytinen, K., Majchrzak, A., & Song, M. (2017). Digital innovation management. *MIS Quarterly*, 41(1), 223-238.

OECD, Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Teşkilatı (2005). *Oslo Manual, Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*, 3rd Edition.

Opazo-Basáez, M., Vendrell-Herrero, F., & Bustinza, O. F. (2022). Digital service innovation: a paradigm shift in technological innovation. *Journal of Service Management*, 33(1), 97-120.

Oxford English Dictionary (2025). Robot. Erişim: <https://www.oed.com/search/dictionary/?scope=Entries&q=robot>

Özgürel, G., & Şahin, K. S., (2021). Turizmde robotlaşma: Yiyecek-içecek sektöründe robot şefler ve robot garsonlar. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 11(18), 1849-1882.

Özkan, E. (2023). Kişisel Satışın Dijitalleşme Süreci: Hızlandırıcı ve Engelleyici Faktörler. Fettahtioğlu, H. S. & Bilginer Ozsaatçı, F. G. (Eds.). *İçinde: Pazarlamanın Dijital Dönüşümü: Pazarlama 5.0.*

Reis, J., Amorim, M., Melão, N., Cohen, Y., & Rodrigues, M. (2020). Digitalization: A literature review. In *International industrial engineering and operations management* (pp. 443-456). Springer, Cham.

Santarsiero, F., Carlucci, D., & Schiuma, G. (2024). Driving digital transformation and business model innovation in tourism. *Journal of Engineering and Technology Management*, 74, 1-14.

Santich, B. (2004). The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. *Hospitality Management*, (23), 15-24.

Uzan, Ş. B., & Sevimli, Y. (2020). Gastronomideki robotik uygulamalar ve yapay zekâ. *Tourism and Recreation*, 2(2), 46-58.

Yıldırım, H., & Yıldırım, Y. (2022). Digital gastronomy and the tables of future. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(15), 1-14.

Yüksel, B., & Ebru, A. (2017). Robot hukuku. *Türkiye Adalet Akademisi Dergisi*, 29, 85-112.

Zsarnoczky, M. (2018). The digital future of the tourism & hospitality industry. *Boston Hospitality Review*, 6, 1-9.

BÖLÜM 10

TURİST REHBERLİĞİ ÖNLİSANS PROGRAMLARINDA MÜZE EĞİTİMİNİN UYGULANABİLİRLİĞİNE DAİR ELEŞTİREL BİR DEĞERLENDİRME

**DUYGU İLKHAN SÖYLEMEZ¹
ADNAN SÖYLEMEZ²**

Giriş

Müze; bir milletin hafızasında zamanın akışını durduran, geçmişin sesini bugüne taşıyan ve geleceğin tahayyülüne yön veren özel bir kavşaktır. Toplumların kültürel süreklilik arayışında hem sabit bir çapa hem de dönüşümün kendisine açık bir araştırma mekânı olarak yer alır. Atagök'ün de belirttiği gibi müze, yalnızca sergileme pratiğine indirgenemeyecek kadar kapsamlı bir işlevi üstlenir; bilimsel ve kültürel birikimi yansıtmanın yanı sıra bu birikime eklenecek yeni katmanları araştıran, toplayan, koruyan, sergileyen ve belgeleyen bir eğitim ocağı niteliği taşır (Atagök, 1999:42). Bununla birlikte, müzeyi anlamlı kılan şey çoğu zaman

¹ Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Konya; duyguilkhan@gmail.com, Orcid: 0000-0002-5707-1542

² Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu; soylemez@selcuk.edu.tr, Orcid: 0000-0001-8153-0238

vitrinin soğuk düzeninden ziyade, bu düzenin insanda uyandırdığı içsel hareket, hafızanın derinlerinden yükselen yankı ve geçmişle kurulan o estetik temasın uyandırdığı zihinsel berraktır.

Eğitim ise insan yaşamının bütün evrelerine nüfuz eden, var oluşun en temel dinamiklerinden biri olarak süreklilik arz eden bir dönüşüm sürecidir. Bireyin anne rahmindeki ilk var oluşundan yaşamının son anına dek süren bu süreç, kimi zaman fark edilmeyen küçük dokunuşlarla, kimi zaman da hayatın büyük kırılmalarıyla biçimlenen bir davranış ve bilinç inşasıdır. En geniş anlamıyla eğitim, bireyin yaşantıları yoluyla amaçlı biçimde istendik davranış değişikliği oluşturma sürecidir ve doğrudan doğruya insanın kendini gerçekleştirme ihtiyacına dayanır (Metan, 2007:5). Bu nedenle eğitim, yalnızca bilgi aktarılan bir alan değil; bireyin dünyayı kavrayış tarzını, geçmişle bağını sürekliliği (Söylemez & İlhan Söylemez, 2011), değer üretme kapasitesini ve toplumsal hayata katılım biçimini şekillendiren bir zihinsel iklimdir.

Bu bağlamda müze eğitimi, Turist Rehberliği Bölümü öğrencileri için yalnızca bir ders içeriği ya da teknik bilginin öğretildiği bir alan olarak değerlendirilmemelidir. Tam tersine, müze eğitimi onların kültürel sürekliliği (Söylemez & İlhan Söylemez, 2017), tarihsel hafızayı ve mekânın taşıdığı anlam katmanlarını deneyimleyerek öğrenmesini sağlayan canlı bir etkileşim ortamıdır. Çünkü müze; insanı hem kendi kökleriyle hem de evrensel kültür dağarcığıyla buluşturan, geçmişin çok katmanlı hikâyesini günümüzün yorum ihtiyacıyla birleştiren bir kültür durağıdır. Turist rehberliği öğrencisi için bu durağın değeri, teorik bilginin ötesinde, anlatı ustalığına, kültürel empatiye ve tarihsel derinlik algısına sağladığı katkıda gizlidir.

Anadolu, binlerce yıllık uygarlıkların izlerini taşıyan çok katmanlı bir coğrafyadır ve bu coğrafyanın hikâyesi, ancak müzelerin sunduğu bütünlüklü perspektif aracılığıyla anlam kazanır. Rehberlik öğrencileri, müzeler sayesinde bu hikâyeyi yalnızca

öğrenmez; onu yeniden üretme, ziyaretçilere aktarma ve kültürel mirası çağdaş bağlamı içinde konumlandırma becerisi geliştirir. Böylece müze eğitimi, öğrencilerin mesleki donanımını güçlendirdiği gibi, kültürel mirasın korunması ve doğru aktarımı konusunda toplumsal bir sorumluluk bilinci de kazandırır. Bu nedenle müzeler hem akademik eğitimin hem de kültürel sürekliliğin vazgeçilmez bir bileşeni olarak bu çalışmanın temel izleğini oluşturmaktadır.

1. Müzenin Değişen İşlevi ve Toplumsal Yansımaları

Müzeler, tarih boyunca uzun süre yalnızca seçkin bir azınlığın erişebildiği koleksiyon mekânları olarak konumlanmış; nesnelerin toplanması ve korunmasıyla sınırlı bir işlev üstlenmiştir. Ancak moderniteyle birlikte insanın zamanla kurduğu ilişki değişmiş, geçmişi kavrama biçimleri dönüşmüş ve bunun doğal bir sonucu olarak müzelerin varlık nedeni de yeniden tanımlanmıştır. Artık müze, yalnızca nesnelerin sergilendiği bir alan değil; kültürel anlamların üretildiği, geçmiş ile bugün arasında kesintisiz bir diyalogun örüldüğü, toplumsal belleğin estetik ve düşünsel bir kurgu içinde yeniden şekillendiği dinamik bir mekândır. Atagök'ün ifade ettiği gibi müzeler, biriktirme ve koruma işlevinin ötesine geçerek geçmişi açıklayan, yorumlayan, halkın eğlenirken öğrenmesine aracılık eden, öğrenmeyi duyu organlarıyla bütünleştiren kültürel alanlar hâline gelmiştir (Atagök, 1999:42).

Bu dönüşüm, müzenin toplumsal rolünü de derin biçimde etkilemiştir. İlk dönemlerdeki temel işlevi toplamak, korumak ve sergilemek olan müzeler; zamanla içinde yaşadığımız anın anlaşılmasına, geleceğe dair bir tahayyülün kurulmasına ve toplumsal değişimlerin yönlendirilmesine hizmet eden bir “eğitim atlası” niteliği kazanmıştır. Hem geçmişin bütün ağırlığını taşır hem de bugünün sorularına cevap verebilecek yeni anlam kanalları açar. Böylelikle müze, bir milletin kültürel sürekliliğini sağlayan hafıza

mekânı olmanın yanı sıra, toplumun kendini yenileme potansiyelini harekete geçiren bir düşünsel laboratuvara dönüşür.

Çağdaş müzecilik anlayışı, artık ziyaretçinin pasif bir izleyici konumunda kalmasını kabul etmez. Müze, ziyaretçisini düşünmeye, sorgulamaya, bağ kurmaya ve kendi deneyiminden bir anlam dokusu örmeye davet eden bir etkileşim alanıdır. Bu bağlamda ziyaretçi, kendisine sunulan bilgiyi sadece tüketen değil; onu yorumlayan, dönüştüren ve kişisel tarihine eklemleyen bir özne hâline gelir. Dijital teknolojilerin, deneyim temelli sergileme yöntemlerinin ve çoklu anlatı yapılarının yaygınlaşması da bu süreci daha görünür kılmıştır. Günümüz müzesi, ziyaretçiyi kültürel miras ile arasında yaşayan bir bağ kurmaya teşvik eder; bireyi, toplumsal belleğin aktif taşıyıcısı ve yeniden üreticisi konumuna yerleştirir.

Bu yeni yaklaşım, müzeyi yalnızca kültürel bir kurum olmaktan çıkarıp toplumsal dönüşümün etkin bir aktörü hâline getirmiştir. Çünkü müzeler, estetik duyarlılığı geliştiren, tarihsel düşünmeyi besleyen, kültürel çeşitlilik ve çoğulculuk üzerine bir farkındalık yaratan demokratik mekânlar olarak öne çıkar. Toplumsal gerilimlerin, kimlik tartışmalarının ve kültürel bellek mücadelelerinin yaşandığı çağımızda müzeler, hem uzlaştırmacı bir alan hem de eleştirel düşüncenin yeşerdiği bir zemin sunar. Bu yönüyle müze, yalnızca geçmişi sergileyen bir vitrin değil; geçmişi geleceğin ihtiyaçları doğrultusunda yeniden okumamıza imkân veren, toplumsal bilinç ve ortak kimlik inşasına katkıda bulunan bir kültür aktörüdür.

2. Türkiye’de Müzeciliğin Tarihsel Gelişimi

2.1. Osmanlı’dan Cumhuriyet’e: Bir Hafıza İnşa Süreci

Türkiye’de müzeciliğin yaklaşık yüz elli yıllık bir geçmişe sahip olduğu sıkça dile getirilir; bu süre Batı’daki örneklerle kıyaslandığında görece kısa görünse de kendi tarihsel bağlamı içinde oldukça hızlı bir dönüşüme karşılık gelir. Greenhill’in belirttiği

üzere, genç sayılabilecek bu süreçte dikkat çekici adımlar atılmış; yeni müzeler açılmış ve çağdaş müzecilik anlayışına giderek yaklaşılmıştır (Greenhill, 1999: 5). Aslında bu gelişim, yalnızca kurumlaşma öyküsü değil; bir toplumun geçmişiyle hesaplaşma, onu yeniden okuma ve anlamlandırma biçimlerinin de hikâyesidir.

Dünya tarihinde müzeciliğin koleksiyonculukla el ele gelişmesine karşın, Türk toplumunda bu sürecin daha geç filizlenmesi, çoğu araştırmacı tarafından göçebe yaşam geleneği ve yerleşik düzenin geç kurulmasıyla ilişkilendirilir. Göçebe kültürün hareketli yapısı, maddi kültürün uzun vadeli korunmasına elverişli bir zemin hazırlamamış; bu nedenle tarihî eserlerin sistemli biçimde bir araya getirilmesi gecikmiştir. Buna ek olarak İslamiyet'in heykel ve resim gibi figüratif sanatlara getirdiği sınırlamalar da koleksiyonculuk bilincinin Batı'daki örnekler kadar gelişmemesine yol açmıştır. Bu durum, bir toplumun estetik hafızası ile dini algıları arasındaki hassas ilişkinin, kültürel mirasın korunmasını nasıl etkileyebileceğini gösteren önemli bir örnektir.

Tüm bu tarihsel, kültürel ve sosyolojik etkenler, Türk müzeciliğinin geç ama güçlü bir ivmeyle ortaya çıkmasına neden olmuştur. 1846 yılında Sultan Abdülmecid döneminde Tophane-i Amire müşiri Damat Ahmet Fethi Paşa'nın eski silahları Aya İrini'de toplamaya başlaması, bu anlamda bir başlangıç işareti olarak kabul edilir (Şahin, 2019). Bu girişim, yalnızca bir koleksiyon düzenlemesi değil; devletin ilk kez kültürel mirası kurumsal bir çerçevede toplama niyetini göstermesi bakımından önemlidir.

2.2. Osmanlı'da Müzeciliğin Kurumsallaşması

Aya İrini, her ne kadar ilk müze binası olarak kabul edilse de ziyarete açık olmaması nedeniyle gerçek anlamda bir müze kimliği kazanamamıştır. Bu yapı, daha çok bir depolama ve sınıflandırma mekânı olarak işlev görmüş; toplumla buluşan bir kültür kurumu olmaktan ziyade devletin kendi koleksiyonunu koruduğu bir alan

niteliğinde kalmıştır. Bu eksiklik, Osmanlı'nın modernleşme sürecinde müzecilik alanında daha kurumlaşmış bir yapıya duyduğu ihtiyacı görünür kılmıştır.

Bu ihtiyacın bir sonucu olarak 1869'da Sadrazam Ali Paşa döneminde kurulan Müze-i Hümayun, Osmanlı'nın müzecilik alanındaki ilk gerçek kurumsal adımıdır. Aynı yıl yürürlüğe giren Asar-ı Atika Nizamnamesi, antikaların yurt dışına çıkarılmasını yasaklayarak korunmalarını amaçlamış; böylece kültürel mirasın hukuki düzeyde güvence altına alınmasında önemli bir adım atılmıştır (Çetin, 2006: 9–10; Buyurgan ve Buyurgan, 2001:45). Bu nizamname, imparatorluğun kendi tarihsel varlığını koruma konusundaki kararlılığının göstergesi olduğu kadar, kültürel mirasın ulusal kimlik inşasındaki rolüne dair erken bir farkındalık da yaratmıştır.

Müze-i Hümayun'un gelişimi sürecinde Dr. Anton Dethier'in müdürlüğü, müzecilik tarihimizde ayrı bir dönemeç oluşturur (Ata, 2020). Dethier, eserlerin sınıflandırılması, sergilenmesi ve korunması konularında modern yöntemlerin uygulanmasına öncülük etmiş; eserlerin Çinili Köşk'e taşınması ve yeni düzenlemelerin yapılması bu dönemde önem kazanmıştır. Bu girişimler, müzenin sadece koleksiyon mekânı olmanın ötesine geçerek, düzenli ve sistematik bir kültür kurumu hâline gelmesini sağlamıştır.

Ancak Türk müzeciliğinde asıl kırılma noktası, hiç kuşkusuz Osman Hamdi Bey'in 1881'de müze müdürü olarak atanmasıdır (*Osman Hamdi Bey ve Müzecilik*, t.y.). Onun çalışmaları, yalnızca idari bir yenilenme değil; müzeciliğe bilimsel bir zemin kazandıran köklü bir zihniyet dönüşümünü temsil eder. Osman Hamdi Bey'in yürüttüğü arkeolojik kazılar, yalnızca Anadolu'nun kültürel mirasını gün yüzüne çıkarmakla kalmamış; bu mirasın korunması gerektiğine dair güçlü bir bilinç de oluşturmuştur. 1884 tarihli yeni Asar-ı Atika Nizamnamesi ile kazılardan çıkan eserlerin yurt dışına çıkarılması kesin biçimde yasaklanmış (Kanbur, 2007); böylece kültürel

değerlerin devlet güvencesi altında korunması sağlanmıştır. Bu nizamname, Anadolu topraklarının binlerce yıllık mirasının kaybını durduran en önemli hukuki eşiklerden biri olarak tarihe geçmiştir.

3. Cumhuriyet Dönemi: Kültürün Yeniden Kuruluşu

Cumhuriyet'in ilanı, yalnızca siyasal bir rejim değişikliğinin değil; kültürel, toplumsal ve tarihsel bir yeniden kuruluş sürecinin başlangıcı olarak değerlendirilir. Bu süreçte müzeler, yeni devletin modernleşme idealinin görünür kılındığı, toplumsal hafızanın yeniden örgütlendiği, millî kimliğin inşa edildiği temel kurumlardan biri hâline gelmiştir. Osmanlı'nın son döneminde başlayan kurumsallaşma çabaları, Cumhuriyet döneminde yeni bir anlam kazanmış; müzeler, artık geçmişi yalnızca koruyan değil, aynı zamanda ulusal kimliği geleceğe taşıyan stratejik kültür mekânları olarak konumlandırılmıştır.

Cumhuriyet yönetiminin ilk yıllarında atılan adımlar, bu yeni perspektifin somut göstergeleridir. Topkapı Sarayı'nın 1924'te ziyarete açılması, yalnızca Osmanlı hanedan yaşamının kamusallaştırılması anlamına gelmez; aynı zamanda devletin kendi geçmişine yeni bir gözle bakma cesaretini ortaya koyar. Türk İslam Eserleri Müzesi'nin yeniden düzenlenmesi, kültürel mirasın disiplinli bir biçimde korunmasını ve bilimsel yöntemlerle sergilenmesini amaçlamıştır. Ayasofya'nın 1934'te müze hâline getirilmesi ise, Cumhuriyet'in evrensel kültürle kurmak istediği ilişkiyi simgeleyen en çarpıcı adımlardan biridir. Bu karar, yapıyı yalnızca bir dinî mekândan öte, insanlığın ortak mirasına ait çok katmanlı bir tarihsel belge olarak değerlendiren yeni bir kurumsal anlayışı yansıtır. Ankara Etnografya Müzesi'nin 1928'de hizmete girmesi de Anadolu'nun folklorik ve etnografik zenginliğinin bilinçli bir şekilde kayda geçirilmesi bakımından büyük önem taşımıştır (Önder, 1999:14).

Bu dönemin önemli gelişmelerinden biri de tekke ve zaviyelerin kapatılmasının ardından buralarda bulunan kültürel nesnelerin müzelere taşınmasıdır. Bu uygulama, farklı dinî geleneklere ait maddi kültür unsurlarının kaybolmasını engellemiş; Türkiye'ye özgü kültürel mirasın bütüncül bir biçimde korunmasına katkı sağlamıştır. Bu adım, devletin kültürel mirası belirli bir ideolojik sınır içinde eritmek yerine, onu modernleşme sürecinin bir parçası olarak yeniden düzenlemeyi tercih ettiğini gösterir.

1930'lardan itibaren ülkenin pek çok ilinde müzelerin açılması, kültürel mirasın yalnızca başkent veya büyük şehir merkezlerinde değil, tüm coğrafyaya yayılması gerektiği düşüncesinin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Arkeolojik kazılardan çıkan buluntuların Ankara'da kurulan Hitit Müzesi'ne taşınması, Anadolu'nun tarihsel zenginliğinin sistematik bir bütünlük içinde değerlendirilmesine olanak tanımıştır. Bu yıllarda Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi'nin kurulması ise müzeler için nitelikli uzman yetiştirilmesinin önünü açmış; arkeoloji, antropoloji ve sanat tarihi gibi alanların kurumsallaşmasıyla müzecilik akademik bir disiplin hâline gelmiştir.

Cumhuriyet döneminin uluslararası açılımını simgeleyen en önemli gelişmelerden biri, Türkiye'nin 1947'de ICOM'a üye olmasıdır. Bu üyelik, müzeciliğin uluslararası standartlara entegrasyonunun başlangıcı sayılmakta; Türkiye'nin kültürel miras yönetimi konusunda dünya ile ortak bir dil kurma iradesini göstermektedir (Çetin, 2006:12). Bu adım aynı zamanda, müzelerin yalnızca ulusal hafızanın taşıyıcısı değil, küresel kültür ağının bir parçası olarak görülmeye başlandığını ortaya koyar.

Cumhuriyet'in müzeciliğe kattığı bu yeni soluk, kültürün yeniden kuruluşunun hem simgesel hem de kurumsal temel taşlarından biri olmuştur. Bu nedenle Cumhuriyet dönemi müzeciliği, sadece bir kurumlaşma hikâyesi değil; ulus inşasının kültürel boyutunu şekillendiren güçlü bir modernleşme anlatısıdır.

4. Türkiye’de Müze Eğitiminin Gelişimi

Türkiye’de müze eğitiminin gelişimi, kültürel mirasın yalnızca korunması gereken bir değer olarak görülmesinden, onun toplumla sürekli etkileşim içinde yeniden anlam üretmesi gereken dinamik bir alan olarak kavranmasına doğru gerçekleşen zihinsel dönüşümün göstergesidir. Bu dönüşümün ilk güçlü ifadelerinden biri, 1982’de düzenlenen I. Millî Kültür Şûrası’nda müze eğitiminin özel olarak vurgulanmasıyla ortaya çıkmıştır (Cankö, 2014). O tarihten itibaren müzelerin eğitimsel işlevi, devlet politikaları içinde daha görünür hâle gelmiş; kültür yönetimi açısından yeni bir yaklaşımın temelleri atılmıştır.

Şûra sonrası süreçte özellikle Millî Eğitim Bakanlığı’nın yayımladığı yönergeler, müze eğitiminin kurumsallaşması açısından önemli adımlar olmuştur. Bu yönergeler, okulların müzelerle düzenli iş birliği kurmasını teşvik etmiş; öğrencilerin ders dışı öğrenme ortamı olarak müzelerle buluşmasını sistematik hâle getirmiştir.

2017’de düzenlenen III. Ulusal Kültür Şûrası’nda, müzelerin yalnızca nesneleri barındıran yapılar olmaktan çıkarılarak birer eğitim kurumu olarak işlev görmeleri gerektiği güçlü biçimde yeniden vurgulanmıştır. Bu vurgu, aslında Türkiye’de uzun yıllardır parça parça dile getirilen fakat toplumsal hafızada bütünlüklü bir karşılık bulması için daha geniş bir çerçeveye ihtiyaç duyan bir dönüşümün işaretidir. Müzelerin; geçmiş sessiz bir vitrin düzenine hapsedmek yerine, onu yaşayan bir kültürel miras alanına dönüştürmesi, günümüz toplumunun kültürle kurduğu ilişkinin niteliğini belirleyen temel adımlardan biri olarak görülmektedir. Nitekim burada amaçlanan, yalnızca koleksiyonların yönetilmesi değil; bu koleksiyonların ardındaki zihniyet dünyasının, toplumun her kesimine aktarılabilmesi bir pedagojik çerçevenin inşa edilmesidir. Raporda özellikle koleksiyon yönetiminin yanı sıra eğitim, yayın, iletişim ve tanıtım gibi faaliyetlerin güçlendirilmesi gerekliliği tekrarlanmıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2017).

1990'lı yıllar, müze eğitimi açısından niteliksel bir dönüm noktasıdır. Antalya ve İstanbul Arkeoloji Müzelerinde çocuk bölümlerinin kurulması (Çıldır, 2014), müzelerin yalnızca yetişkinlere hitap eden kurumlar olmaktan çıkarak, çocukların bilişsel ve duyuşsal gelişimine katkı veren pedagojik alanlara dönüşmesini sağlamıştır. Bu uygulama, Türkiye’de ilk kez müze ziyaretinin bir oyun, keşif ve sezgi süreci ile bütünleşebileceğini gösteren somut bir örnek olarak dikkat çeker. Çocuk müzesi yaklaşımı, öğrenmenin yalnızca bilgi aktarımından ibaret olmadığını; deneyim, his ve mekânsal etkileşimle güçlenen çok katmanlı bir süreç olduğunu vurgulamıştır.

1997’de Ankara Üniversitesi’nde Müze Eğitimi Anabilim Dalı’nın öğretime başlaması ise müze eğitiminin akademik bir disiplin hâline geldiğini gösteren en önemli gelişmelerden biridir. Bu adım, müze eğitimi yalnızca uygulamalı çalışmalarla sınırlı görmeyen; onu pedagojik kuram, öğrenme psikolojisi, kültürel miras yönetimi ve müzecilik bilimiyle ilişkilendiren bir çerçeveye taşımıştır. Böylece alana özgü uzman yetiştirilmesi için gerekli olan kurumsal altyapı oluşturulmuş; müzelerin eğitimsel işlevi bilimsel bir disiplinin konusu hâline gelmiştir.

2000’li yıllardan itibaren eğitim fakültelerinde “Müze Eğitimi ve Uygulamaları” dersinin yer alması, müze eğitimi tüm öğretmen adaylarının mesleki formasyonunun doğal bir bileşeni hâline getirmiştir (Çetin, 2006:26). Bu ders, müzeleri bir öğrenme ortamı olarak değerlendiren çağdaş eğitsel yaklaşımların Türkiye’deki okullara taşınmasını kolaylaştırmıştır. Böylece öğretmenlerin müzeleri dersin mekânı olmaktan ziyade öğrenmenin doğrudan kendisi olarak değerlendirmesi mümkün hâle gelmiştir.

Tüm bu gelişmeler, müzelerin Türkiye’de yalnızca korunması gereken tarihî mekânlar değil; toplumun her yaş ve kesimine hitap eden birer eğitim sahası olarak değer kazandığını göstermektedir. Bugün müze eğitimi, hem kültürel miras bilincinin

yerleşmesine hem de bireyin estetik, tarihsel ve eleştirel düşünme becerilerinin gelişmesine katkı sağlayan bütüncül bir süreç olarak görülmektedir. Bu süreç, müzenin toplumsal rolünü güçlendirdiği gibi, kültürün sürekli yeniden üretildiği bir öğrenme atmosferinin de doğmasına imkân tanımaktadır.

5. Turist Rehberliği Eğitimi Açısından Müzeciliğin Önemi

Turizm, modern dünyanın en hareketli ve geçirgen alanlarından biri olarak, ekonomik değişkenlerle kültürel dinamikleri aynı potada eriten bir yapı sergiler. İnsan, yeryüzünü adımladığı her seferde yanına yalnızca valizini değil; geçmişinden, merakından ve tahayyülünden bir parçayı da alır. Bu yüzden turizm, yalnızca dolaşımın ve tüketimin bir formu değil; aynı zamanda kültürel sürekliliğin, hafıza üretiminin ve kimlik aktarımının da en görünür sahnelerinden biridir. Nitekim sektördeki her profesyonel, farkında olarak ya da olmayarak, ziyaretçiye bir ülkenin hikâyesini anlatma sorumluluğunu taşır. Bu sebeple turist rehberliği eğitimi, salt bilgi aktaran bir meslek öğretiminin ötesinde, kültürel yorumlama becerisinin, tarih okuma alışkanlığının ve mekânın ruhunu duyumsayabilme yetisinin kazandırılmasıyla anlam kazanır (Tuyluoğlu, 2003:30-31).

Bu bağlamda müzeler, turist rehberliği eğitiminin en vazgeçilmez laboratuvarlarıdır. Zira müzeler, tarihin donduğu değil; anlamın yeniden kurulduğu yerlerdir. Bir rehberin müzede karşılaştığı her eser, yüzlerce yıllık bir anlatının sessiz ama yoğun bir taşıyıcısıdır. Bu anlatının ziyaretçiye hangi duygu derinliği ve kavramsal çerçeve içinde sunulacağı ise tamamen rehberin kültürel donanımına bağlıdır. Ne var ki Türkiye’de turist rehberliği programlarında müzecilik dersinin genellikle yer almaması, bu alanın gelişimini sınırlayan temel eksikliklerden biridir. Oysa bu dersin müfredata alınmasıyla birlikte öğrencilerin müzecilik alanına ilgisi artacak; kültürel varlıkların anlam dünyasıyla daha erken yaşta tanışmaları sağlanacaktır.

Müzecilik eğitimi alan bir rehber, yalnızca bilginin aktarıcısı değil; mekânla kurduğu estetik ve zihinsel ilişki sayesinde, ziyaretçiyi eserin ardındaki kültürel bağlama taşımayı bilen bir anlatıcıya dönüşür. Böylece Anadolu'nun binlerce yıllık mirası, yüzeysel bir aktarımın ötesine geçerek çok katmanlı bir tarihsel okuma imkânı bulur. Bir rehberin müze içinde başka rehberlere ihtiyaç duymadan kendi anlatı örgüsünü kurabilmesi, mesleki özgüveninin yanında, turist deneyiminin niteliğini de artıracaktır. Ayrıca müze gezilerinin eğitim sürecine dahil edilmesi, öğrencilerin yerinde öğrenme, gözlem yapma ve eleştirel düşünme becerilerini geliştiren önemli bir pedagojik araçtır.

Bununla birlikte turizm sektörünün giderek daha hızlı değişen yapısı, yalnızca hizmet öncesi eğitimin yeterli olmadığını açık biçimde göstermektedir. Rehberlerin mesleki gelişiminin sürdürülebilir olması, müzelerle sürekli ilişki hâlinde bulunmalarını, yeni sergilerden ve müzecilik yaklaşımlarından haberdar olmalarını gerektirir. Dolayısıyla hizmet içi eğitim, modern turizm anlayışının ayrılmaz bir parçası hâline gelmektedir (Tuyluoğlu, 2003:51).

Müzecilik, turist rehberliği eğitiminin hem teorik hem de pratik boyutunda kurucu bir role sahiptir. Çünkü müzeler, bir ülkenin sessiz hafızasını taşıyan mekânlar olduğu kadar; rehberin anlatısına can, perspektifine derinlik, bilgisine süreklilik kazandıran kültürel kulvarlardır. Bu nedenle müzeciliğin, rehberlik eğitiminde zorunlu ve bütünüleyici bir bileşen hâline getirilmesi; kültürel mirasın aktarımı, turizmde nitelikli insan kaynağının yetiştirilmesi ve ülkenin kültürel diplomasi gücünün artırılması bakımından kaçınılmaz bir gerekliliktir.

Sonuç: Kültürün Korunmasında Rehberlerin Rolü

Müzecilik eğitimi, turizm alanındaki teknik bilgi aktarımının ötesinde, kültürel kimliğin sürekliliğine yönelik bir bilinç inşasının temel taşlarından biridir. Bu ders yalnızca müfredata eklenmesi

gereken bir akademik başlık değil; aynı zamanda öğrencilerin meslekî ve entelektüel yaşamları boyunca taşımaları gereken bir sorumluluk duygusunun da kaynağıdır. Çünkü müzeler, milletlerin hafızasını taşıyan saklı odalardır; tarihin kimi zaman fısıltıya, kimi zaman gür bir sese dönüşerek bize seslendiği mekânlardır. Bu sesin doğru biçimde duyulması ve gelecek kuşaklara aktarılması ise rehberlerin bilgi birikimine, sezgisel duyarlılığına ve kültürel aktarıcılık becerisine bağlıdır.

Turist rehberliği öğrencilerinin müzecilik eğitimiyle kazanacakları yetkinlik, onların yalnızca meslekî başarısını artırmakla kalmaz; aynı zamanda kültürel mirasa karşı daha derin bir farkındalık geliştirmelerine zemin hazırlar. Bir rehberin nesneleri yalnızca “göstermesi” ile onların ardındaki anlam katmanlarını çözümleyerek “anlatması” arasında nitelik bakımından büyük bir ayrım vardır. Bu ayrım, ziyaretçinin kısa süreli turistik deneyiminden uzun süreli kültürel etkiye uzanan bir fark yaratır. Dolayısıyla müzecilik dersi, öğrencilere gördüklerini değerlendirme, bağlamlandırma ve anlamlandırma becerisi kazandırarak onların meslek pratiğini çok daha üst bir düzeye taşır.

Kültürel varlıkların korunması, ancak bu varlıkların değerinin bilinmesi ve toplumsal hafızada canlı tutulmasıyla mümkündür. Sanat eserlerinin yok olmasına, tahrip edilmesine yahut kaybolmasına kayıtsız kalmayan bir bilinç, ancak nitelikli bir kültürel eğitimle oluşturulabilir. Müzecilik dersinin işlevi tam da burada belirginleşmektedir: Öğrencilerin güzeli fark etme, estetik olana yönelme, geçmişle bağ kurma ve kültürel sürekliliğin anlamını kavrama yeteneklerini geliştirmektedir. Bu bağlamda müzeler, geçmişin sessiz tanıkları olmaktan çıkıp yaşayan, nefes alan birer eğitim sahasına dönüşmektedir.

Rehberler ise bu sahada, tarih ile bugünün arasında köprü kuran anlatıcılardır. Onların sözleri, ziyaretçinin zihninde bir mekânın hafızasını yeniden kurar; kimi zaman bir medeniyetin

dünyaya bakışını, kimi zaman bir sanatçının elindeki titremeyi, kimi zaman da bir toplumun kader çizgisini görünür kılar. Tam da bu nedenle, rehberlerin rolü yalnızca bilgi aktarmak değildir; aynı zamanda kültürel mirası koruyan, ona yeni anlamlar kazandıran ve onu çağdaş dünyanın dinamikleriyle ilişkilendiren bir bilinç yaratmaktır. Nitekim müzeler bize zamanın içinden gelen bir sesi duyurur; rehberler ise bu sesi geleceğe ulaştıracak olanlardır (Ergil, 1993:4).

Sonuç olarak, müzecilik eğitiminin turist rehberliği programlarında güçlü bir yer edinmesi, kültürel mirasın korunması ve aktarılması açısından stratejik bir önem taşımaktadır. Çünkü kültür, ancak onu anlatabilenler olduğu sürece varlığını sürdürür; rehberler ise bu sürekliliğin en görünür ve en etkili temsilcileridir.

Kaynakça

Ata, M. B. S. (2020). Müze-i Hümayun Müdürü Dr. Philipp Anton Dethier'nin Osmanlı Maarif Nazırları Dönemindeki (1872-1881) faaliyetleri üzerine bir değerlendirme. *Belgi Dergisi*, 21, 459–482. <https://doi.org/10.33431/belgi.812826>

Atagök, T. (1999). *Çağdaş müzeciliğin anlamı* (1. baskı). Lami Sanat Yayınları.

Buyurgan, S., & Buyurgan, U. (2001). *Sanat eğitimi ve öğretimi* (1. baskı). Dersal Yayıncılık.

Canko, M. Dilek. “Bir Arkeoloğun Oyuncak Sevdası: Musa Baran Oyun ve Oyuncak Müzesi”. *Müzeler, Oyunlar, Oyuncaklar ve Çocuklar*. der. Dilek Maktal Canko. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, 2014: 317-331.

Çetin, T. (2006). *Resim-iş eğitimi anabilim dallarında müze eğitiminin sanat tarihi, sanat eleştirisi ve anasanat atölyelerinde uygulamalara etkisi* [Yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi].

Çıldır, Z. (2014). Türkiye’de bir eğitim ortamı olarak müzelerin kullanımına ilişkin eğitimciler tarafından hazırlanan raporlar. *Folklor/Edebiyat*, 20(79), 107–118.

Gerçek, F. (1999). *Türk müzeciliği* (1. baskı). Kültür Bakanlığı Yayınları.

Greenhill, E. H. (1999). *Müze ve galeri eğitimi* (M. Ö. Evren & E. G. Kapçı, Çev.; 1. baskı). Ankara Üniversitesi Basımevi.

Kanbur, M. N. (2007). *Kültür ve tabiat varlıklarının yurt dışına çıkarılma yasağına muhalefet suçu (KvTVKK m.32 ve m.68)* [Doktora tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü].

Kültür ve Turizm Bakanlığı (2017). *III. Milli Kültür Şurası Sonuç Raporu* “https://s3.ktb.gov.tr/web-icerik-yonetim-sistemi/Eklentiler/50571-56686393CCA22C81BEC68E3B5C87A152D1C8193B.pdf?X-Amz-Expires=300&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=UvIQZ7ewE1II3cPR5VG0%2F20251211%2Fus-east-1%2Fs3%2Faws4_request&X-Amz-Date=20251211T150118Z&X-Amz-SignedHeaders=host&X-Amz-Signature=a32f72612dc21a7ebe7e34cd43fdcd53cec991a9045fb16400eed3381e6a809f” (Erişim Tarihi: 01.11.2025)

Metan, E. (2007). *İlköğretim okullarının birinci kademesinde görevli sınıf öğretmenlerinin müzeleri görsel sanatlar eğitimi dersinde kullanmalarına yönelik görüşleri* (Ankara ili Çankaya ilçesi örneği) [Yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi].

Osman Hamdi Bey ve Müzecilik. (t.y.). <http://www.osmanhamdibey.gov.tr/TR-50972/osman-hamdi-bey-ve-muzecilik.html>

Önder, M. (1999). *Türkiye müzeleri*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Söylemez, A., & İlkhan Söylemez, D. (2011). *Büyükşehir Kent Konseyleri Kültür Sanat Çalışma Gruplarının faaliyetlerinin değerlendirilmesi*. 1. Kent Konseyleri Sempozyumu (Bursa, Türkiye).

Söylemez, A., & İlkhan Söylemez, D. (2017). *Sanat ve kültür eğitiminin kentlilik bilincine katkısı*. The Journal of Turk-Islam World Social Studies.

Şahin, M. (2019). *Osmanlı'dan Cumhuriyet'e müzecilik: 1846–1938* [Yüksek lisans tezi, Hacettepe Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Enstitüsü].

Tuyluoğlu, T. (2003). *Türkiye'de turizm eğitiminin niteliği* [Yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi].

BÖLÜM 11

ABANT GÖLÜ VE ÇEVRESİNİN BİR DOĞA TEMELLİ TURİZM DESTİNASYONU OLARAK GELİŞİM SÜRECİ¹

Nail HOŞCAN²

Giriş

Turizmin en önemli ve karmaşık yönlerinden biri olan destinasyon kavramı, turizm faaliyetinin merkezinde yer almaktadır. Destinasyon kavramı “*turizm destinasyonu*” olarak, hem profesyonel hem de akademik ortamda sıkça kullanılmaktadır. Türkçede *destinasyon* sözlük anlamı olarak “*varış noktası, varılacak olan yer*” olarak geçmektedir (TDK, 2023; Nişanyan, 2022). Ancak “*turizm destinasyonu*” kavramı, yalnızca bir varış noktasını değil, turistik talebi çeken öğeleri olan; turistlerle beraber yerel halkın da etkileşimde bulunduğu bir yeri veya bölgeyi ifade etmektedir (Ülker, 2010, s. 3). Destinasyon, farklı doğal güzellikleri, kendine özgü

¹ Bu kitap bölümü, Hoşcan’ın (2025) *International Journal of Environmental Sciences*’te İngilizce olarak yayımlanan “*The Transformation Process of Lake Abant, a Protected Area, into a Nature-Based Tourism Destination*” (11(6), 2091–2104, <https://doi.org/10.64252/ebw5ys59>) başlıklı makalesinin kapsamlı biçimde gözden geçirilmiş, genişletilmiş ve güncellenmiş versiyonudur.

² Dr. Öğr. Üyesi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Mudurnu MYO, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, Orcid: 0000-0003-3669-6532

özellikleri ve çekicilikleriyle turistler ve günübirlik ziyaretçilerin hizmetine sunulan bir coğrafik alan olarak da tanımlanabilmektedir (Coltman, 1989, s. 4). Dünya Turizm Örgütü'ne göre (UNWTO–United Nations World Tourism Organization) destinasyon, *“bir ziyaretçinin geceyi geçirebileceği, yönetsel ve/veya analitik sınırları olan ya da olmayan fiziksel bir alan”* olarak tanımlanmakta³, aynı zamanda turizmin temel analiz birimi olarak kabul etmektedir. Destinasyonlar, makro ve mikro düzeylerde sınıflandırılmaktadır. Makro destinasyonlar, kıtaları, ülkeleri, coğrafi bölgeleri, kentleri, eyaletleri, kasabaları ve hatta bir kasaba içindeki ziyaret noktalarını içeren, onlarca mikro destinasyondan oluşan geniş ölçekli destinasyonlardır (Ülker, 2010, s. 10; Kotler, Bowen, & Makens, 2003, s. 719). Turistik destinasyon araştırmaları, genellikle destinasyon geliştirme, destinasyonların yaşam döngüsü ve turizmin destinasyonlar üzerindeki etkileri üzerinde biçimlenmektedir. Destinasyonların bir bütün olarak ele alınması, destinasyon geliştirmeyle ilgili çeşitli konulara yoğunlaşan birçok araştırmaya zemin hazırlamıştır (Haugland, Gronseth, & Aarstad, 2011, s. 261).

Türkiye genelinde, sık orman dokusu ve zengin bitki örtüsüyle öne çıkan Doğu Marmara ve Batı Karadeniz’de doğa temelli turizm faaliyetleri yoğunluk kazanmaktadır. Özellikle bu yoğunluğun temel nedeni, bölgenin yüksek turizm potansiyelinin yanı sıra, jeostratejik konumu ve tarihsel gelişimi doğrultusunda, Türkiye ekonomisinin neredeyse dinamosu olan Marmara Bölgesi’ne komşu olmasıdır. Türkiye’nin iç turizmine kaynaklık eden İstanbul ve Ankara gibi metropollere yakın konumu ile Trakya’yı Anadolu’ya, dolayısıyla Avrupa’yı Asya’ya bağlayan TEM Otoyolu üzerinde yer alması, Batı Karadeniz’in diğer turizm

³ Turizm destinasyonuna ilişkin bu operasyonel tanım, Turizm ve Rekabetçilik Komitesi’nce (CTC- Committee on Tourism and Competitiveness) hazırlanmış ve 11-16 Eylül 2017 tarihlerinde Çin Halk Cumhuriyeti’nin Chengdu kentinde düzenlenen UNWTO Genel Kurulunun 22. Oturumunda tavsiye kararı olarak benimsenmiştir (A/RES/684(XXII)).

bölgelerine göre daha avantajlı ulaşım olanakları bölgeye yönelik turizm talebini canlı tutmaktadır (Hoşcan, 2017, s. 102). Bolu, Batı Karadeniz’de doğa temelli turizmle ön plana çıkmakta; Bolu’da yer alan Abant Gölü (AG) ve çevresi de doğal güzelliği nedeniyle çok sayıda yerli ve yabancı turistin uğrağı olmakta ve en popüler mikro destinasyonlardan biri olarak görülmektedir.

Alan, fauna, flora ve su kaynaklarıyla önemli bir biyoçeşitlilik potansiyeli taşımaktadır. Alan çevresinde kampçılık, doğa yürüyüşleri (trekking), sportif olta balıkçılığı, at biniciliği, bisiklet turları, yamaç paraşütü, tekne ve fayton gezileri ile kış aylarında doğal buz pateni gibi çeşitli rekreatif etkinliklerin yanı sıra en çok tercih edilen etkinliklerden biri olan piknik yapma olanakları vardır. Ziyaretçiler alanı durgun su yüzeyleri ve orman ekosistemlerinin ortaya çıkardığı rahatlama ve huzur hissi nedeniyle tercih etmektedir (Sayın & Karadağ, 2016, s. 90; Yılmaz & Okan, 2021, s. 201). Alan, 1930’lu yılların sonlarında ulusal kamuoyunca sınırlı da olsa tanınmaya başlanmış, başlangıçta devlet eliyle İsviçre’deki göller gibi işlevsel bir turizm alanına dönüştürülmeye çalışılmıştır (Kara, 2023, s. 202). Alan, yıllar içerisinde Bolu’nun turizm kimliğinin oluşturulmasında ve destinasyon olarak tanıtımında kullanılan temel öğelerden biri olmuştur.

Abant Gölü ve Çevresi

Toponimi

Toponim, yer adıdır; toponimi de yer adlarının tarihinin ve kökeninin sistematik olarak araştırılmasıdır. Yer adları, hem doğal hem de kültürel peyzajın geçmişiyle ilgili, bazen yazılı kaynaklarda bile bulunmayan değerli bilgiler sunabilmekte; fiziksel yapı, kültür, tarih ve nüfus hakkında oldukça açıklayıcı öğeler taşıyabilmektedir (Yılmaz, 2021, s. 1124). Bu bağlamda, “*Abant*” bir sözcük olarak alanın ayırt edici bir özelliğinin önemli bir göstergesi olabilir.

Abant sözcüğünün kökeni hakkında farklı görüşler ileri sürülmüştür. Yazılı kaynaklarda “*Abant*” ile beraber, “*Aband*”, “*Abat*” ve “*Abad*” kullanımları da görülmektedir. Günümüzde “*Abant*” kullanımı benimsenmiş olmakla birlikte Osmanlı dönemi kaynaklarında ve harf devrimi sonrası 1950’li yıllara dek daha çok “*Abad*” ve “*Abat*” kullanımı söz konusudur (Önal, 2011, s. 164; Kara, 2023, s. 203). Zamanla kullanımın “*Aband*” ve en sonunda “*Abant*” sözcüğüne dönüştüğü görülmektedir. Türkçe sözlüklerde “*Abant*” ve “*Aband*” sözcüklerine ilişkin bir tanımla karşılaşilmamaktadır. Orta Farsça kökenli “*Ābād*” veya “*Ābādān*” sözcükleri “*Şen, bayındır, mamur*” gibi anlamlar taşımaktadır. Orta Türkçe’deki *ova* veya *owa* “yazı, düzlük” Farsça kökenli bu sözcükten evrilmiştir (Nişanyan, 2022). *Abad*, “*yer, yerleşim yeri, kent*” anlamlarında da kullanılmakta ayrıca, Arapça ve Farsça adların sonuna gelerek birinci sözcüğün ifade ettiği niteliğin fazlalığını, bolluğunu belirten *Bozâbad* (*Çok boz olan yer*) ve *Şemsâbad* (*Çok güneş gören, bol güneşli yer*) örneklerinde olduğu gibi birleşik sözcükler yapmaktadır. Bu sözcükle türetilmiş, *Sa’dâbad* (*Uğurlu, mâmur yer*), *Neşâtâbad* (*Sonsuz neşeli yer*), *Feyzâbad*, (*Feyz alınan yer*) gibi birleşik adlar özellikle Lale Devri’nde İstanbul’da bazı saraylara ve gezinti yerlerine verilmiştir. *Abad*, Anadolu’da, *Akçaâbâd* (*Akçakent*), *Eceâbâd* (*Ece’nin kenti*), *Boyabat* (*Boy veya aşiretin kenti*); Yakındoğu’da birleşik yer adlarında *Ahmedâbad* (*Ahmet’in kenti*), *Haydarâbad* (*Haydar’ın kenti*) örneklerinde olduğu gibi çokça geçmektedir (Şahin, 2007, s. 4; Kubbealtı Lügati, 2006). Literatürde *Abant* sözcüğünün, bir birleşik yer adının parçası olduğuna ilişkin bir bilgiyle de karşılaşilmamıştır. *Abantlar* (*Yunanca: Ἀβαντες, Abantes*), Troya Savaşı’nda da yer almış

*Euboia*⁴ adlı adada yaşamış eski bir Proto-Grek Boyudur. Deniz Tanrısı *Poseidon* ile su perisi *Arethusa*'nın oğlu olan *Abas*, *Euboia Adası*'nın kralı ve Abantlar Boyu'na adını veren kahramandır (Erhat, 1996, s. 11). Yunanistan'ın doğusunda Ege Denizi'nde yer alan *Euboia* (Eğriboz) ve *Skyros* (İskiri, *Eskerüs* veya *İşkebroz*) adalarının bir araya gelmesiyle oluşan takımadalar *Abantis Adaları* olarak adlandırılmaktadır. Abantlar, Ege Göçleri'nden sonra Sakız Adası'na oradan Küçük Asya'ya geçmişler ve pek çok boyla karışıp kaynaşmışlardır (Şiraz, 2006, s. 37). Abantların tarihsel süreçte Batı Karadeniz'de yaşadıklarına ilişkin bir bilgi de bulunmamaktadır.

Sonuçta bir yer adı olarak Abant, Karadeniz'deki Grek Kolonizasyon Dönemi'nden miras kalmış olabileceği gibi, başka bir uygarlıktan kalma “*Abat*” sözcüğünden evrilmiş veya büyük olasılıkla “*Ab (su)*” kökünden türemiştir.

Tarih

Günümüzde Mudurnu ilçesinin mülki sınırları içerisinde kalan AG hakkında ulaşılan en eski kayıt, 1530 yılı 438 sayılı Muhasebe-i Vilayet-i Anadolu Defteri'nde geçmektedir (DAGM, 1994, s. 90). Bolu'nun mutasarrıflık olarak bağlı olduğu 1874 yılı Kastamonu Vilayet Salnâmesi'nde, gölün Bolu'nun batısında yaklaşık sekiz saatlik uzaklıkta konumlandığı belirtilmiştir. 1911 yılında müstakil bir sancak olan Bolu'nun 1916 yılına dek yayınlanmış salnamelerinde benzer bilgiler yinelenmiştir. 1916 yılı *Müstakil Bolu Sancağı Salnâmesi* ile 1925 yılı *Bolu Vilayeti Salnâmesi*'nde AG'nin krater gölü olduğu ve Abant Dağı'nın da

⁴ *Euboia* (Eğriboz) Adası'nın önemli kentleri arasında *Khalkis* ve *Eretria* bulunmaktadır. Abantlar, bu adaya yerleşmiş boylar arasında yer almaktadır. Herodotos, eserinde “*Euboia adasından gelmiş olan Abantlar*” ifadesiyle bu boya atıfta bulunmaktadır. Homeros ise *İlyada* adlı destanında, Abantların *Styra* ve *Karystos* kentlerinde yaşadığını ve komutanları *Elephonor* önderliğinde 40 gemiyle Troya Savaşı'na katıldıklarını belirtmektedir (Şiraz, 2006, s. 37).

sönmüş bir volkan olduğuna değinilmiştir (Kara, 2023, s. 203; B. Livâsı 1921-1925 Senesi Sâlnâmesi, 2008, s. 175).

AG ve çevresinin tarihi MÖ 5.000 yılına dek uzansa da, antik kalıntıların azlığı; sınırlı arkeolojik araştırmalar; yoğun bitki örtüsü, depremsellik, erozyon ve heyelan gibi doğal etkenlerle açıklanabilmektedir. Bolu ve Batı Karadeniz'in yer aldığı Anadolu'nun önemli bir parçası olan Karadeniz Bölgesi'nin, farklı kültür ve uygarlıkların etkisi altında kalmış zengin bir tarihsel geçmişi vardır. İlk yerleşimin Hititler döneminde başladığı tahmin edilen bölge, doğal özellikleri nedeniyle tarih boyunca yerleşim alanı olarak tercih edilmiştir. Antik dönemlerde Karadeniz Bölgesiyle ilgili bilgiler daha çok Grek Kolonizasyon dönemiyle başlamaktadır. Antik Grek kaynaklarına göre, Greklerin Karadeniz'e yaklaşık olarak MÖ 8. yüzyılda ulaştıkları bilinmektedir (Drews, 1976, s. 19). Bölgede sırasıyla Pala ve Tum(m)ana Halkları, Hititler, Frigler, Kimmerler, Lidyalılar, Miletos ve Megara gibi kolonici güçler, Roma, Bizans, Selçuklu Beylikleri, Candaroğulları, Osmanlı ve Türkiye Cumhuriyeti dönemlerinin etkileri görülmektedir (Umar, 2004; KARM, 2016).

Coğrafya ve topografik yapı

Bolu'nun kuzeydoğusunda, Köroğlu Dağları üzerinde bulunan AG ve çevresi, 40° 35' 32", 40° 37' 36" kuzey enlemleriyle; 31° 15' 17", 31° 19' 12" doğu boylamları arasında konumlanmış bir göldür. Alan, Karadeniz'den kuş uçuşu yaklaşık 54 km içeride, Bolu kent merkezinin güneybatısında; Bolu kent merkezine 34 km, Mudurnu ilçe merkezine 20 km, Ankara-İstanbul D-100 Devlet Karayolu'na 22 km, İstanbul'a 258 km ve Ankara'ya 225 km uzaklıktadır (Bkz. Şekil 1). Alan sınırları içerisinde herhangi bir köy bulunmamaktadır. Alanın batısından Pelitözü Yaylası'na ve Mudurnu İlçesi'nin Taşkesti Beldesi'ne, güneyinden ise Mudurnu İlçe'sine ulaşan asfalt yollar vardır.

Şekil 1. Abant Gölü



Kaynak: DKMP Genel Müdürlüğü, 2025

AG ve çevresi bir milli park olarak 1.262,23 ha’lık bir alanı kapsamaktadır. Bu alanın 1.246,88 ha’lık büyük bir kısmı devlet ormanı, 15,35 ha’lık küçük bir kısmı da kamu orta malıdır. Abant Gölü Milli Parkı bir korunan alan olarak Tarım ve Orman Bakanlığı Doğa Koruma ve Millî Parklar Genel Müdürlüğü 9. Bölge Müdürlüğü Bolu Şube Müdürlüğü’nün sorumluluğundadır. Alan, ormancılık yönetimi açısından ise Tarım ve Orman Bakanlığı Bolu Orman Bölge Müdürlüğü’ne bağlı Bolu Orman İşletme Müdürlüğü ile Mudurnu Orman İşletme Müdürlüğü’nün yetki ve sorumluluk alanı içerisinde bulunmaktadır (Karakaya, Evrendilek, Aslan, Güngör, & Karakaş, 2011; AGMP Uzun Devreli Gelişme Planı, 2024, s. 6).

Dağlık karakterdeki bir bölgede konumlanan 1.328 m rakımlı AG, Batı Karadeniz’deki sıradağların Karadeniz kıyılarına paralel uzanan ikinci sırasını oluşturan Abant Dağları’yla Keremali Dağları

arasında yer almaktadır. Alan çevresinde yüksekliklerine göre Erenler Tepesi (1.794 m), Alaçam (1.689 m), Sarıyerçalı (1.444 m), Türkmençalı (1.627 m) ve Kızlarçalı Tepesi (1.329 m) sıralanmaktadır. Alanda ortalama yükseklik 1.397 m'dir (Tunçer, 2002).

Toplam alanı 125 ha olan AG'nin maksimum derinliği yaklaşık 18 m; çevresi ise 6 km'dir. Göl, dip kaynaklar ve çevre sularıyla beslenmektedir. Yağmur, eriyen kar suları batıdaki Beşpoyraz Deresi'nin ve doğudaki Fındıklı Deresi'nin sularıyla göle boşalmakta, güneydeki Abant Suyu ise gölden beslenerek küçük bir ayak aracılığıyla önce Bolu Suyu, sırasıyla Büyük Su, Dirgine Irmağı, Devrek Çayı, Filyos Çayı üzerinden Karadeniz'e boşalmaktadır (Tunçer, 2002, s. 4).

AG çevresi Paleozoik, göl ise Kretase Dönemi'nde jeolojik formunu kazanmıştır. Gölün oluşumu ile ilgili üç görüş vardır: Birincisi, bir vadinin kenarından gelen yıkıntı setiyle oluştuğu; ikincisi, volkanik faaliyetler sonucu oluşan bir krater gölü olduğu; üçüncüsü ise toprak aşınmaları ve çöküntüler nedeniyle meydana gelen tektonik kaymalarla ortaya çıktığıdır. Alan, Kuzey Anadolu Fay Zonu çöküntülerinin en alçak kesimlerini kapsamakta olup, 1944 depreminin kırılma sonu ile 1957 ve 1967 depremlerinin başlangıç noktaları arasında yer almaktadır. Deprem kırıkları alanın kuzeybatı köşesinden geçerek kuzeydoğu-güneybatı yönünde ilerlemektedir (Sayın & Karadağ, 2016, s. 81; Demirtaş, 2000, s. 91).

İklim

AG ve çevresinin iklimi, Karasal İklim ile Karadeniz İklimi arasında geçişken bir karakter göstermekte; yazlar ise Bolu'nun güney kesimlerine göre daha serin, kışlar soğuk ve karlı geçmektedir. Yaz aylarında ortalama sıcaklık 22-27 °C arasında değişmektedir. Kış aylarında ise sıcaklık -5 °C'ye dek düşebilmekte, zaman zaman aşırı kar yağışına bağlı olarak ağaç devrilmeleri (kar

devrikleri) olmakta, hızlı hava soğumalarından dolayı göl kıyından başlayarak bütünüyle donabilmektedir. Yağışlar genellikle kış ve ilkbahar aylarında yoğunlaşmaktadır. Temmuz ve Ağustos ayları en sıcak ve kurak aylardır (Servi, Akata, & Çetin, 2010, s. 3622; Mater & Sunay, 1985, s. 79; AGMP Uzun Devreli Gelişme Planı, 2024).

Flora ve fauna

AG ve çevresinde, göl ve orman ekosistemlerinin oluşturduğu bütünleşik yapı, biyolojik çeşitliliğine olumlu biçimde yansımış, florayı ve faunayı önemli ölçüde zenginleştirmiştir. Alanda yaz kuraklığının uzun sürmemesi, yapraklı ve iğne yapraklı ağaç türlerinden oluşan ormanların geniş alanlara yayılım göstermesini sağlamıştır. Alan, Avrupa-Sibiryaya Floristik Bölgesi'nin Öksin Alt Bölgesi'nin batı sınırları içerisinde yer almaktadır. Alanın bir kısmı endemik olan ağaç, ağaççık, çalı ve otsu bitkilerden oluşan zengin bir bitki örtüsü vardır. Çam, Gökmar, Meşe, Kayın, Gürgen, Kestane, Kavak ve yabani meyve ağaçlarının bulunduğu bu ormanlar, karışık orman olarak adlandırılmaktadır. Alanın büyük kısmı Karadeniz ardı ormanlarına, küçük bir kısmı ise Karadeniz kıyı ormanları sınırlarına girmektedir (Servi, Akata, & Çetin, 2010, s. 3622; Tunçer, 2013).

AG ve çevresinin florasına dâhil 86 familyaya ait 751 tür, 363 cins, 156 alt tür ve 60 varyete ve toplam 761 takson bilimsel araştırmalar sonucunda belirlenmiştir. Bu taksonlardan 51'i endemiktir. Bunlar arasında *Abant Çiğdemi* (*Crocus abantensis*) en iyi bilinenlerden biridir. Bu bitki bazı yüksek yaylalarda, soğuk iklimlere uyum sağlamış ve havalandırma beklentilerine karşı çok duyarlı olan özel bir toprak yapısında yetişmektedir. Bu nedenle *Avrupa'nın Yaban Hayatı ve Doğal Yaşama Ortamlarının Korunması Sözleşmesi* (*Convention on the Conservation of European Wildlife and Natural Habitats*) kapsamına alınmıştır (Külköylüoğlu & İkizce, 2006). Alanda 34 familya ve 67 cinse ait 103 makrofungi taksonu

belirlenmiştir. Alanda Cincile, Cücekız, Dedebört, Gelin, Kanlıca, Karakız, Söğüt Mantarı, Meşe Mantarı, Telli Mantar ve Yeryaran gibi bilinen mantar türleri yetişmektedir (Servi, Akata, & Çetin, 2010, s. 3625; Külköylüoğlu & İkizce, 2006, s. 30).

AG ve çevresinde en az bitkiler kadar hayvan çeşitliliği de vardır. Abant Alası (*Salmo trutta abanticus*), gölde yaşayan yedi balık türünden biri olup endemiktir. Ayrıca, dünya genelinde yalnızca alanda kaydı bulunan *Abant Fındık Faresi* (*Muscardinus avellanarius abanticus*) ve *Küçük Taraklı Semender* (*Triturus vulgaris kosswigi*) de alanın endemik türleri arasındadır. Alan çevresindeki ormanlarda yabanıl hayvanlardan Ayı, Çakal, Domuz, Gelincik, Geyik, Karaca, Kurt, Sincap, Tavşan, Tilki; yırtıcı kuşlardan Doğan, Şahin, Kara Akbaba, Atmaca, Kaya Kartalı, Baykuş; su kuşlarından Balıkçıl, Karabatak, Yaban Kazları, Yaban Ördekleri, Sakarmeke, Turna; diğer kuş türlerinden Alakabak, Toygar, Puhu, Karatavuk, Gökdoğan, Bülbül, Ağaçkakan, İspinoz ve Saka ile karşılaşmaktadır (Bolu Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğü, 2015, s. 57).

Abant Yaban Hayatı Geliştirme Sahası, 05 Ekim 2006 tarihinde 1830 ha'lık alanda tescillenmiş ve Bolu-Abant yolu üzerinde göle 8 km uzaklıkta Dereceören Köyü'nün üzerinde yer almaktadır. Daha önce 95 ha'lık bir kısmı Geyik Üretim İstasyonu olarak kullanılan alan, Yaban Hayatı Geliştirme Sahası olarak tescil edilerek genişletilmiş ve yaban hayvanları koruma altına alınmıştır (DKMPGM, 2025).

Abant Gölü ve Çevresindeki Turizm Faaliyetlerinin Geçmişi

Türkiye’de turizmin gelişimini dönemsel olarak inceleyen çalışmalarda Türk Turizmi, genelde Planlı Dönem⁵ Öncesi (1923-1963) ve Planlı Dönem (1963 sonrası) olarak iki dönemde ele alınmaktadır. Bu çalışmada da literatürle paralel biçimde bir doğa temelli turizm destinasyonu olarak AG ve çevresinin gelişim süreci; 1- Planlı Dönem Öncesi (1923-1963), 2- Planlı dönem (1963 sonrası) başlıkları altında ele alınmıştır. Alanın bir turizm destinasyonu durumuna gelmesi Türkiye’deki turizmin gelişim sürecine paralel bir biçimde özellikle ilk iç turizm hareketleriyle beraber 1950’li yıllarda olmuştur. 20 Mart 1950 tarih ve 5614 sayılı *Abant Gölü Çevresinin Bolu Özel İdaresine Temlikine Dair Kanun* alanın bir turizm destinasyonuna dönüşmesinde önemli bir aşama olmuştur. Dolayısıyla çalışmada, planlı dönem öncesi (1923-1960 yılları arası); 1923-1949 yılları ve 1950-1963 yılları farklı bir alt dönem olarak değerlendirilmiştir. Bazı çalışmalarda 1980’li yıllar sonrası kalkınma planlaması kuramsal olarak önemini yitirdiğinden neoliberal politikaların baskın olduğu farklı bir dönem olarak görülmektedir. 2000’li yıllar ise yeni milenyumun başlamasıyla yüksek teknolojinin biçimlendirdiği yeni bir dünya düzenine geçişin başlangıcı olarak değerlendirilmektedir. Bu çalışmada, planlı dönem; 1) 1963–1980, 2) 1980–2000 ve 3) 2000’li yıllar sonrası olmak üzere üç alt dönem olarak incelenmiştir.

⁵ 27 Mayıs 1960 askeri darbesinin ardından, 30 Eylül 1960 tarihli ve 91 sayılı *Devlet Planlama Teşkilatı’nın Kurulması Hakkında Kanun* uyarınca, ülke kaynaklarının verimli ve rasyonel kullanılması ile kalkınmanın hızlandırılması amacıyla, sosyal, ekonomik ve kültürel planlama çalışmalarının bütünlük içinde yürütülmesini sağlamak üzere Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) kurulmuştur. Başbakanlığa bağlı müsteşarlık düzeyinde yapılandırılan bu kurum, planlı kalkınma anlayışının temelini oluşturmuştur. Ancak ilk kalkınma planı ancak 1963 yılında uygulamaya konulabilmiştir. Bu nedenle literatürde "planlı dönem" 1963 yılıyla başlatılmaktadır.

Planlı Dönem Öncesi (1923-1960 yılları arası) Abant Gölü

1923-1949 yılları arası

AG ve çevresi, 1920'li yıllarda yerel halkın yoğun hayvancılık faaliyetinde bulunduğu, balıkçılık yaptığı ve Ankara civarında yaşayan Yörüklerin yaz mevsiminde deve gütmek için geldiği bunların dışında pek de kimsenin uğramadığı bir yerdir (TBMM Tutanak Dergisi, 1950, s. 601). Alanın keşfine ilişkin en eski bilgi, 1933-1945 yılları arasında Bolu Belediye Başkanlığı da yapmış aynı zamanda veteriner olan Reşat Aker'e dayanmaktadır. Bolu Halkevi'nce yayımlanan Abant dergisindeki "*Abant'ı Nasıl Bulduk, Nasıl Tanıttık*" başlıklı yazısında Aker, mesleğinden dolayı Mudurnu'ya gittiğinde ilk kez gölü gördüğünden bahsetmiştir. Bolu'da karşılaştığı kimselere gölün güzelliğini anlatan Aker, bir yandan da gölle ilgili bilgi toplamaya da çalışmış, konuyu Cumhuriyet döneminin ilk Bolu Valisi olan Ahmed Fahreddin Bey'le de paylaşmıştır. Aker, vali, jandarma komutanı ve birkaç kişiden oluşan grubun ziyareti ve grubun çektiği fotoğrafların Bolu Halkevine asılması, alanın Bolu halkınca tanınmasını sağlamıştır (Aker, 1946, s. 19-22).

AG ile ilgili ilk çalışma 12 Şubat 1928-11 Ekim 1931 tarihleri arasında Bolu valisi olarak görev yapan Ali Sakıp Beygo'nun 1928 yılında il genel meclisi üyeleri eşliğinde gölü ziyaretiyle başlamıştır. Beygo Dönemi'nde öncelikle göl çevresindeki hayvancılık faaliyetlerine yönelik düzenlemeler yapılmış, yol yapımı için ön hazırlık çalışmaları başlatılmış ve Mudurnu Belediyesi tarafından "*Mudurnu Evi*" olarak adlandırılan konaklama amaçlı bir tesis inşa edilmiştir (Evcin E. , 2013, s. 490; TBMM Tutanak Dergisi, 1950, s. 601).

Türkiye genelinde 1930'lu yıllarda özellikle öğrenciler ve gençler için değişik kurum ve kuruluşlarca kamplar düzenlenmiştir. Örneğin, 1934 yılında Türkiye Kızılay Derneği bünyesinde

yapılandırılan ve “*Genç Kızılay*” olarak da bilinen bu gençlik örgütü, Türkiye’deki başta gelen gençlik gönüllülük hareketlerinden biri olarak, çocukların ve gençlerin gelişimi, sağlığı, eğitimi ve benzeri temel ihtiyaçlarına yönelik önemli bir misyon üstlenmiştir. Bu amaçla, birçok yerde sayıları giderek artan sağlık ve gençlik kampları açılmıştır. Bu kampların temel amacı, özellikle ekonomik olanakları kısıtlı ailelerin çocuklarını yaz tatilleri boyunca sağlıklı bir ortamda ağırlamak, onlara dengeli beslenme alışkanlıkları kazandırmak ve fiziksel aktivitelerle güçlendirerek topluma sağlıklı bireyler olarak kazandırmaktır (Bulut, 2007, s. 113). Bu dönemde Kızılay’ın dışında başka kurumlarca da kamplar düzenlenmiştir. Özellikle öğrenciler ve gençler için: Türk Hava Kurumu (THK) Kampları (Türk Kuşu Kampı, İnönü Kampı), Beden Terbiyesi Mükellefiyeti Kampları, izci kampları⁶, pasif korunma kampları, okulların yaz tatili kampları (yoğun olarak etkinliklerini İkinci Dünya Savaşı yıllarında sürdüren üniversite kampları, lise kampları, ilkokul yaz tatili kampları), Halkevleri Spor Kulüpleri Kampları, askeri eğitim amaçlı üniversite ve lise kampları, Çocuk ve Oyun Kampları, Gençlik ve Spor Müdürlüğü, Köy Enstitüleri Kampları ve diğer spor kulüplerinin kampları açılmıştır (Bulut, 2007, s. 113-114). Türkiye’de açılmış ilk 14 Halkevi’nden biri olan Bolu Halkevi’nin Gezinti ve Kamp Kolu öncülüğünde 1932 yılında AG kıyılarında bir spor ve izcilik kampı kurulmuştur. Bolu Ortaokulu beden eğitimi öğretmeni öğrencilerle beraber 1932 yılında Abant Dağı’nda, 1933 yılında da Abant Göl’ü kenarında 10 günlük kamp kurmuştur (CHF Bolu Halkevi, 1933, s. 3). Ulusal basına yansıyan haberlerden bu dönemde Halkevleri’nin yanı sıra, spor kulüpleri, okullar,

⁶ Osmanlı dönemindeki 1908 yılında açılmış olan teşkilâthi keşşaflık (izcilik) kamplarına, savaş yıllarında ara verilmesine karşın Cumhuriyet dönemine dek sürmüş ve Cumhuriyet döneminde yeniden başlatılmıştır (Bulut, 2007, s. 112). İstanbul Vilayeti Türk İzçiler Ocağı Nizamname-i Esasi 1923 yılında TBMM hükûmetince yayımlanmıştır.

öğretmenler ve yerel halkın alanda kamp düzenlediği anlaşılmaktadır.

Atatürk'ün 17 Temmuz 1934 tarihinde gerçekleştirdiği Bolu ziyareti, AG için önemli bir dönüm noktası olmuştur. Atatürk'ün ziyareti sırasında gölü görme fırsatı bulamasa da alanı harita üzerinden incelediği ve yetkililere, Bolu'dan göle doğrudan ulaşımı sağlayacak orman içinden bir yolun açılması yönünde direktifinin olduğu bilinmektedir (Evcin E. , 2022a, s. 714). Bu direktif doğrultusunda, dönemin Bolu Valisi Salih Cemal Gülen ve Belediye Başkanı Reşat Aker'in çabalarıyla Bolu-Abant arası bir yol yapımına başlanmıştır. Vali Gülen'in yapımıyla yakından ilgilendiği bu yol, 1935 yılında hizmete açılmış; ancak kısa sürede tahrip olmuş, vali S. Salim Gündoğan'ın özel çabalarıyla onarılarak 1937 yılı Temmuz ayında yeniden hizmete açılmıştır (Özdemir Tiryaki, 2019, s. 186).

AG ve çevresinin ulusal ölçekte tanınmasında Abant Bayramı önemli bir yer tutmaktadır. Bolu Milletvekili Cevat Abbas Gürer'in "*Türk Millî Tarihi*" üzerine 6 Mart 1931 tarihinde verdiği bir konferansta yaptığı öneri doğrultusunda, izleyen yıllarda 6 Mart tarihi Bolu'da "*Gazi Günü*" adıyla kutlanmaya başlanmıştır. Ancak, Atatürk'ün 17 Temmuz 1934 tarihinde Bolu'yu ziyaret etmesinin ardından, bu kutlamalar her yılın 17 Temmuz'unda "*Atatürk Günü*" adıyla gerçekleştirilmeye başlanmıştır (Evcin E. , 2022a, s. 713). Atatürk Günü'nün anlam ve önemini pekiştirmek ve aynı zamanda turistik açıdan büyük bir potansiyeli olan AG ve çevresindeki ormanları tanıtmak amacıyla, Bolu Valisi Salih Salim Gündoğan ve Belediye Başkanı Reşat Aker'in öncülüğünde bu alanda bir etkinlik düzenlenmesi planlanmıştır. Sonuçta, Atatürk Günü'nü bütünleyici bir etkinlik olarak her yıl 17 Temmuz'u izleyen ilk pazar günü AG'de *Abant ve Gençlik/Spor Bayramı* adıyla kutlamalar düzenlenmiş; ilerleyen yıllarda ise bu etkinlik, *Abant Bayramı* adıyla Akşehir Nasrettin Hoca Haftası ve Bursa Festivali gibi gelenekselleşmiştir. Kısmen yerel panayır karakterinde olsa da gece geç saatlere dek

süren etkinlikler kapsamında bir yandan Beden Terbiyesi Spor Kulüpleri’nce düzenlenen yüzme, kürek çekme, atlama, güreş ve koşu müsabakaları yapılmış, kazananlar ödüllendirilmiş, diğer yandan geleneksel müzikle yerel oyunlar oynanmıştır. Belki de en kapsamlı etkinlik 6.000 m’lik Abant Turu’nun koşulması olmuştur (Özçelik & Dokuyan, 2014, s. 882; Kılıç, 2021, s. 749; Evcin E. , 2022a, s. 711-713).

1935 ve 1936 yıllarında AG ve çevresinde 15’er gün süren spor kampları kurulmuştur. 1936 yılında kurulan kampın malzemeleri, kamp yaşamına teşvik edilen Bolu’nun yerel esnafınca sağlanmıştır. Kamp için istekli olan yerel halk da bu kampta yerini almıştır (DABCA, 1935, 490.1.0.0/982-808-1-144; DABCA, 1936, 490.1.0.0/982.808.1-120).

Daha önceleri yolu iyi olmadığı için ulaşmakta zorlanılan Abant’a, yeni açılan yoldan dolayı 1937 yılındaki Abant Bayramı’nda ilk kez Bolu kent merkezinden geziler düzenlenmiştir. Bu gezilere milletvekilleriyle ilçelerden gelen gruplarla birlikte birçok kişi katılmış, gençler ve sporcular da kamp kurmak üzere alana gelmişlerdir (Evcin E. , 2022a, s. 713). Ayrıca sporcular için Beden Terbiyesi Umum Müdürlüğü’nce (Beden Terbiyesi Genel Müdürlüğü⁷) yapılan 12 odalı kamp merkezi de yaklaşık 4000 kişinin katıldığı bir törenle 1937 yılında hizmete girmiştir (Özdemir Tiryaki, 2019, s. 186). İzleyen yıllarda bu merkez daha çok Bolu Halkevi’nin Spor Şubesi’nin çalışmalarına tahsis edilmiştir (Özçelik & Dokuyan, 2014, s. 889).

⁷ 29 Haziran 1938 tarih ve 3530 sayılı Beden Terbiyesi Kanunu’yla spor alanındaki faaliyetleri yürütmek üzere Beden Terbiyesi Genel Müdürlüğü kurulmuştur. Kanun metninde “*Genel müdürlük*” için “*Genel direktörlük*” ifadesi geçmekte, genel olarak da “*Umum müdürlüğü*” ifadesi kullanılmaktadır. Bu çalışmada kavram karmaşası olmaması için Beden Terbiyesi Genel Müdürlüğü, kısaltma olarak da BTGM ifadesi kullanılacaktır.

Rockefeller Vakfı adına T.C. Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanlığı'nda⁸ çalışan ABD'li mühendis Daniel E. Wright ve Hıfzıssıhha Okulu Müdür Yardımcısı Dr. Kamil İdil'le birlikte 1937 yılında Bolu Valiliği'nin isteğiyle AG ve çevresini yerinde incelemişler, dinlenme ve tedavi için güzel bir sayfiye, sanatoryum yapılabilecek uygun bir yer olarak görmüşler ve ilgili makama raporlarını sunmuşlardır. Raporda yapılması önerilen binaların ve diğer eklentilerinin yerleriyle ilgili bilgilere istinaden dönemin belediye başkanı Reşat Aker'in teklifi Bolu Belediye Meclisi kararıyla iki köşk yapılmıştır⁹ (TBMM Tutanak Dergisi, 1950, s. 601; Aker, 1946, s. 20).

1938 yılındaki Abant Bayramı'nda mukavemet koşusu, yumurta, çuval ve kayık yarışları düzenlenmiştir. Halkevi bandosu, söylenen gazeller ve gramofonda çalan müzik sesleri ilgiyle dinlenmiştir. Özellikle sportif etkinlikler için kullanılan binaya ek olarak yapılan iki köşk ve motorlu taşıtlarla gezilebilecek biçimde düzenlenen gölün etrafındaki yol 1938 yılında hizmete açılmıştır (Evcin E. , 2022a, s. 713). Köşklardan biri “Atatürk Köşkü” olarak adlandırılmış, hastalığı sırasında Atatürk'ün kullanması planlanmış, ancak bu gerçekleşmemiştir (Savacı, 2010, s. 121). AG ve çevresinin tanınırlığının artması sonrasında İçişleri Bakanlığı'nın emriyle Bolu kent merkezinde Bolu Belediyesi'nce 22 Ağustos 1938 tarihinde ilk modern otel açılmıştır. Yaklaşık bir yıl sonra AG kıyısında da nitelikli bir otel yapılması için çalışmalara başlanmıştır (Ulus Gazetesi, 1938). AG kıyılarındaki tesisleşmeyle beraber

⁸ Söz konusu bakanlığın o dönemdeki adı T.C. Sıhhat ve İçtimaî Muavenet Vekâleti'dir.

⁹ 1920'li ve 1930'lu yıllarda yürürlüğe giren çeşitli yasalarla il özel idarelerinin birçok görevi bakanlıklar ve belediyeler gibi farklı yönetim birimlerine devredilmiştir (Çetin, 2015, s. 250). Aynı zamanda Vali, ilin mülki idare amiri olarak finansal kaynak durumuna göre bazı kurumlara farklı görevler verebilmekteydi, 1930'lu yıllar Türkiye'sinin kamu yönetim sisteminde AG ve çevresindeki yapılaşmada Bolu Belediye'sinin rolünü bu noktadan değerlendirmek gerekir.

ziyaretçi sayısı artmış, ulusal basında haberler çıkmaya başlamıştır. Alana kamuoyu ilgisini artırmak için Matbuat Umum Müdürlüğü'nün desteğiyle Bolu Belediyesi'nce hazırlanan bir programla¹⁰; Emin Erim, Şevket Süreyya Aydemir ve Burhan Belge gibi gazetecilerle ünlü Avusturyalı fotoğraf sanatçısı Othmar Pferschy'den oluşan bir grup 1938 yılında gölü ziyaret etmiştir. Bu ziyaretin ardından yayımlanan haberler ve fotoğraflarla alanın, yurtiçinde ve yurtdışında daha geniş bir ölçekte tanıtılması amaçlanmıştır (Özdemir Tiryaki, 2019, s. 187).

Ulus gazetesinde 25 Ağustos 1938 tarihinde yayımlanan bir habere göre, o yıllarda Bolu'da kayak alanı olarak başlıca Gerede'deki Esentepe ile AG çevresi kullanılmakta; özellikle pazar günleri gençler kayak yaparak, çocuklar ise kızakla kayarak hafta sonu tatillerini değerlendirmektedir. Aynı dönemde AG ve çevresi, ülke genelinde de ilgi görmeye başlamış; spor alanı olarak gelişmesi için çeşitli çalışmalar yürütülmüştür. BTGM'nin başındaki Cemil Tahir Taner, uzman bir grup eşliğinde Beden Terbiyesi Bölge Başkanı, Bolu Valisi ve Bolu Belediye Başkanı ile birlikte alanda incelemelerde bulunmuş ve bu ziyaret sırasında kayakevinin yerini belirlemiştir. Taner, alanın özellikle spor başta olmak üzere her açıdan değerlendirilmesi gerektiğini; kış aylarında donan göl üzerinde buz sporları yapılabileceğini ve yamaçların kayak için elverişli olduğunu, yaz aylarında ise yüzme, yelken ve diğer su sporları için uygun bir ortam sunduğunu ifade etmiştir. Kayakevi inşaatının kısa sürede tamamlanmasının yerel desteğe bağlı olduğunu, evin tamamlanmasıyla birlikte alanda Beden Terbiyesi Bölgesi'ne ait kullanılabilir üç bina bulunacağına da değinmiştir (Ulus Gazetesi, 1939; Akşam Gazetesi, 1939). Su sporlarının

¹⁰ Tanıtım amacıyla benzer etkinlikler, dönemin Matbuat Umum Müdürlüğü'nün politikası doğrultusunda, ülke genelinde birçok yerde gerçekleştirilmiştir (Özdemir Tiryaki, 2019, s. 187).

geliştirilmesine yönelik çabaların sonucunda 1939 yılında BTGM’ce Bolu’daki sporcuların kullanımına sunulmak üzere yelkenli tekneler ve yarış kayıkları gönderilmiştir (Kara, 2023, s. 209; Ulus Gazetesi, 1939, s. 6).

Yurt Gezileri Projesi ile 1938–1943 yılları arasında sanatçıların yurdu tanınması, halka sanatın sevdendirilmesi ve yerel renk ve güzelliklerin resmedilmesi amacıyla Türkiye’nin dört bir yanına 10 tane ressam gönderilmiştir. Proje kapsamında 15 Ağustos - 30 Eylül 1939 tarihleri arasında Bolu’yu ziyaret eden Ali Karsan tablolarında Abant’ı da resmetmiştir (Savacı, 2010, s. 118; Kara, 2023, s. 209). Tüm bunlar, söz konusu dönemde AG’nin Türkiye turizmi açısından öne çıkan ve önem atfedilen yerlerden biri olduğunu açıkça ortaya koymaktadır.

Cumhurbaşkanı İsmet İnönü, 5-7 Ağustos 1939 tarihlerindeki Bolu ziyareti kapsamında Eşi Mevhibe Hanım’la AG’ye uğrayarak bizzat incelemelerde bulunmuştur. İnönü, dönemin Bolu Valisi Naci Kıcıman’a Abant yolunun yapımı ve göl çevresinin temizlenmesi yönünde direktif vermiş; ayrıca AG’ye bir otel yapılmasını da önermiştir (Kara, 2023, s. 210; Evcin E. , 2022b, s. 558).

Doğrudan İkinci Dünya Savaşı’na katılmayan ülkeler bile, savaşın sosyal ve ekonomik etkilerini derinden hissetmiş; bu süreçte turizm faaliyetleri neredeyse durma noktasına gelmiştir. Ancak bu olumsuz küresel koşullara karşın, 1940’lı yıllar boyunca AG ve çevresinin kamusal kullanım alanı olarak biçimlenmesi ve popülerleşmesi sürmüştür. Alanda 1930’lu yıllarda başlayan kış sporlarına yönelik etkinlikler ve Abant Bayramı etkinlikleri 1940’lı yıllarda da yine Bolu Halkevi öncülüğünde sürdürülmüştür. Ayrıca, Bolu Valiliği’nce üç yazlık binaya (eve) ek olarak inşa ettirilen kayakevi 1940 yılı Mayıs ayında tamamlanmış; Bolu kent merkezi ile çevredeki köyler arasındaki iletişimi sağlamak amacıyla alana telefon hattı çekilmiş ve ulaşımı kolaylaştırmak üzere düzgün bir yol

açılmıştır (Kara, 2023, s. 212). Böylece gölün çevresindeki ufaklı büyüklü bina sayısı altıya ulaşmıştır.

Abant, Bolu Halkevi’nce ilk sayısı 30 Ağustos 1944 tarihinde yayımlanan kültür dergisinin adı olmuştur. Böylece AG ve çevresi, yalnızca doğanın değil kültürel yaşamın da önemli bir öznesi durumuna gelmeye başlamıştır (Kara, 2023, s. 212). Dergi yalnızca 13 sayı çıkarılabilmektedir

Türkiye’nin ormanlık alanların yönetiminde 1937 yılı en önemli dönüm noktalarında biridir çünkü 08 Şubat 1937 tarih ve 3116 sayılı Orman Kanunu’yla ormancılıkta devlet mülkiyetine ve devlet işletmeciliğine geçilmiştir. Kapatılan Orman Müdürlükleri yerine 1937 yılında “*Orman Çevirge Müdürlüğü*”, 1944 yılında “*Orman Revir Amirliği*” ve 1945 yılında çıkarılan 4767 sayılı kanunla¹¹ günümüzdeki “*Orman İşletme Müdürlükleri*” kurulmuştur (Gümüş, 2018, s. 225). Yine bu dönemde ormancılık örgütünün bağlı olduğu Tarım Bakanı Muhlis Erkmén’in çabalarıyla AG ve çevresine orman revir binaları yapılmıştır.

Devlet Orman İşletmeleri, Anadolu’da endüstrileşmenin ve aydınlanmanın öncüsü olmuştur. Kurulan işletme müdürlükleri yerine göre birer kampüs biçimindedir. Nitekim işletmelerin niteliğine göre idare binası, müdür evi, memur evleri, fidan üretimiyle ilgili tesisler, garaj, işçi pavyonu, fırın, lokanta, kantin, tavla (at beslenen yer), samanlık, arılık, demir ve saraçhane, tavukçuluk birimleri, konukevi, bekçi kulübesi yer almıştır. Ayrıca işletmelerin içinde kereste fabrikası veya marangoz atölyesi sayılabilecek büyüklükte tesisler söz konusudur (Gümüş, 2018, s. 225). Nitekim Abant’taki orman işletme müdürlüğünün

¹¹ 3 Temmuz 1945 tarih ve 4767 Sayılı Orman Koruma Kuruluşunun Kaldırılmasına ve Bu Kuruluşun Görev ve Yetkilerinin Devlet Orman işletmelerine Devrine Dair Kanun

tesislerindeki elektrik santrali, konukevi, bölge şeflerinin ikameti için inşa edilmiş evler yine bu anlayışın bir ürünüdür.

AG, 1944 yılına gelindiğinde ilk kez bir sinema filminin çekim mekânı olarak kullanılmıştır. Yönetmenliğini İstanbul Film adına Faruk Kenç'in yaptığı, *Hasret* adlı filmin başrolünde Münir Nurettin Selçuk ve Oya Sensev oynamıştır. Film, dönemin karakteristik öğeleri arasında yer alan “yerel konu” ve “yerel müziği” bir araya getiren örneklerden biri olmuş; Abant’ın doğal atmosferi içerisinde gelişen bir aşk öyküsünü merkeze alarak, bölgenin romantik ve sinematik potansiyelini yansıtmıştır (Berktaş, 2008, s. 31).

Resim 1. 1944 yapımı Hasret filminden bazı kareler



İstanbul Film’in tanıtım ilanında film şu ifadelerle duyurulmuştur: “*İstanbul Film, size Bolu’nun Abant Gölü’nde çevrilen ve Türk filmciliğinin şaheseri olan Hasret filmini takdim eder. Büyük ses sanatkârimız Münir Nurettin’in başrolde oynadığı ve ilk defa filmde göreceğiniz Oya Sensev ile Talat Artemel, Müfit Kiper, Vedat Karaokçu, Seniye ve Reşit Baran, Refik Kemal, Emin Kalaycı gibi büyük sanatkârların yaşattıkları bu eseri Münir Nureddin ve Sadi Işıl原因’ın besteledikleri güzel ve hazin şarkılar ve orijinal köy türküleri ile dinleyecek ve seyredeceksiniz.*” (Berktaş, 2008, s. 31). Film, Bolu ve Abant için iyi bir tanıtım aracı olmuş, popülerlik sağlamıştır.

Türkiye’de ilk kez donmuş bir göl üzerinde kayak yapılabilen alanda kayak ve dağ sporları için bina ve gerekli tesis yapılmak üzere

2 Nisan 1945 tarihinde Bakanlar Kurulu'na BTGM'ye irtifak hakkı verilmiştir (DABCA, 1945, 30-18-1-2/107-109-2).

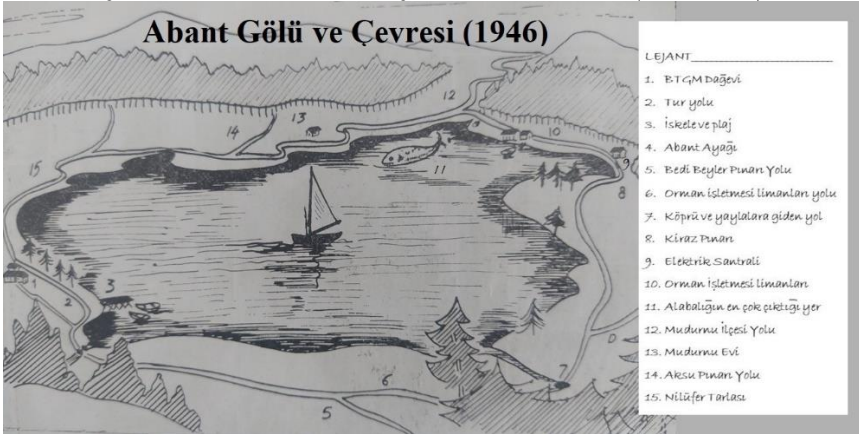
Bu döneme ilişkin bilgiler, Prof. Dr. Hıfzı Veldet Velidedeoğlu'nun "Yurd İçinde 2000 Kilometre" başlıklı 2 Ekim 1945 tarihli Cumhuriyet Gazetesi'ndeki yazı dizisinin dördüncüsünde yer almaktadır. Velidedeoğlu, yazısında AG ve çevresini yıllardır duyduğunu, çerçevenlenmiş renkli fotoğraflarda gördüğünü ve gazetelerde alana ilişkin haberleri ve görselleri sıkça gördüğünü dolayısıyla alanla ilgili az çok bilgisinin olduğuna değinmiştir. Bu durum, alanın tanıtılması için yapılmış çalışmaların Bolu dışında yaşayan gazete okuyan kentli kesimde olumlu etkilerinin olduğunu ortaya koymaktadır. Velidedeoğlu, yazısında kayıkla gezinti yaptığı alanın güzelliğini övgüyle anlatırken, ulaşım ve konaklama sorunlarından da yakınmaktadır. Kaldıkları Mudurnu Belediyesi'nin yaptırdığı Mudurnu Evi'nde ve İstanbul ile Ankara'dan gelen birkaç kişinin daha bulunduğunu belirtmiştir. Söz konusu kişiler arasında bir meteoroloji mühendisi, bir üniversite asistanı, bir orman mühendisinin eşi ve bir lise öğretmeni yer almakta olup, bu durum alanı ziyaret eden toplumsal kesimlerin niteliğini yansıtmaktadır (Velidedeoğlu, 1945, s. 216; Kara, 2023, s. 216).

Depremselliğin yoğun olduğu alanın yakınlarında 7,4 şiddetindeki 1 Şubat 1944 tarihli Gerede Depremi; 5,4 şiddetindeki 10 Şubat 1944 tarihli Düzce Depremi ve 5,6 şiddetindeki 5 Nisan 1944 tarihli Mudurnu Depremi gerçekleşmiştir. 5 Nisan depremi Mudurnu'da 30 kişinin ölmesine ve 900 evin hasar görmesine neden olmuştur. Depremlerde, alandaki konaklama ve rekreasyon amaçlı yapılar da zarar görmüştür. Depremler sonrası BTGM'ce 40 kişilik dağevi inşaatına; Tarım Bakanı Şevket Raşit Hatipoğlu'nun girişimiyle Orman İşletme Müdürlüğünce de yeni binaların inşaatına başlanmıştır (Aker, 1946). Bolu Halkevi, Beden Terbiyesi'yle

birlikte 18 Temmuz 1944 tarihinde Abant'ta bir yüzme yarışması düzenlemiştir (Abant Dergisi, 1944, s. 65).

1930'lu yıllardan beri AG kıyısında gerçekleştirilen kampçılık faaliyetlerinin, büyük olasılıkla İkinci Dünya Savaşı sonrasında yaşanan görece ekonomik iyileşmenin etkisiyle, 1945 yılından itibaren belirgin biçimde arttığı anlaşılmaktadır. Bu dönemde alanda düzenlenen kamplarla ilgili ulusal basında haberlerle beraber ilanlar da yer almıştır (Kara, 2023, s. 216). AG, bir ansiklopedik kültür turizm ve ticari tanıtım rehberi olan birinci ve ne yazık ki aynı zamanda son cildi 1946 yılında yayınlanabilen Türkiye Kılavuzu'nda de yer bulabilmiştir. Türkiye kılavuzuna göre (1946) BTGM'ce gölün kenarında yaptırılmakta olan 40 kişilik bir dağevi, Bolu belediyesine bağlı altışar yataklı iki köşk ve Orman İşletmesi Müdürlüğüne bağlı 8 parça bina (küçük ev) bulunmaktadır.

Şekil 2. Abant Gölü ve çevresinin krokisi (1946 Yılı)



Kaynak: (Aker, 1946)

AG ve çevresi bu dönemde tanınmış kişilerin uğrağı durumundadır. 1947 yılında dönemin TBMM Başkanı Kâzım Karabekir, bir yurt gezisi sırasında Bolu'ya da gelmiş, iki gece Abant'ta konaklamış ve Dağcılık Spor Kulübü'nün (dağevi) açılış törenine katılmıştır. Atatürk'ün manevi kızı Afet İnan, dönemin CHP Genel Sekreteri Hilmi Uran, Dışişleri Bakanı Necmeddin Sadak ve

Çalışma Bakanı Prof. Dr. Tahsin Bekir Balta gibi dönemin tanınmış kişileri Bolu'ya gelmişler ve Abant'ı da ziyaret etmişlerdir (Kara, 2023, s. 218).

Bu dönemde İstanbul'da gerçekleştirilen Bolu-Abant Gecesi, Abant'ın ve Bolu'nun tanıtımına katkı sağlayan önemli bir etkinlik olmuştur. Okuyan Bolulu Gençlere Yardım Derneği'nin İstanbul Şubesi'nce 26 Nisan 1947 tarihinde bir gece düzenlenmesine karar verilmiştir. İstanbul'un tanınmış mekânlarından Maksim ve Tokatlıyan salonlarında yapılan bu etkinlikte, Bolu'dan gelen 35 kişilik bir ekip yerel halk oyunlarını sergilemiş ve Basın Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü'nce (BYTGM) temin edilen “*Ankara Bolu İstanbul*” adlı film gösterilmiştir. Yine Okuyan Bolulu Gençlere Yardım Derneği'nce 4 Mayıs 1948 tarihinde, Taksim Belediye Gazinosu'nda gerçekleştirilen Bolu-Abant Gecesi'ne Bolu'dan halk oyunu ekipleri katılmıştır (Kara, 2023, s. 216; Özçelik & Dokuyan, 2014, s. 895; Kılıç, 2021, s. 741).

Düzce Orman İşletmesi'nce¹² 1948 yılında geçerli amenajman planı revize edilmiş; bu revizyonla birlikte alanın rekreasyonel niteliğinin ve peyzaj bütünlüğünün korunmasına ve sürekliliğinin sağlanmasına özen gösterilmiştir (Sayın & Karadağ, 2016, s. 73).

1948 yılında yayımlanan bir haberde, Ankara, İstanbul ve Bolu ana yollarına bağlanan güzergâhın onarımıyla ilgili çalışmaların başlatıldığı ve belirli bir ilerleme kaydedildiği belirtilmektedir (Kara, 2023, s. 217). Bu çalışmaların, Abant'a daha elverişli koşullarda seyahat olanağı sunması umut edilmiştir. Nitekim Bolu-Abant yolu, Bayındırlık Bakanlığı'na 1950 yılında bakıma alınmıştır (DABCA, 1949, 30-10-0-0/156-95-23). Bolu'yu alana bağlayan yolun devlet yolları kapsamına alınmasıyla birlikte,

¹² Alan, bu dönemde Bolu Orman Bölge Müdürlüğü ve Düzce Orman İşletmesine bağlı Orman Bölge Şefliği'nce yönetilmektedir.

Bolu Valiliği de alanı ilgi çektiği için turizm organizasyon programı içine almıştır.

1950’li yılların başında, AG ve çevresinde Mayıs-Eylül ayları arasında konaklama (Yenen, 1950, s. 25);

- BTGM Dağevi’nde açılan kamplarda, 15 günlük periyotlarla veya yedek olarak ayrılmış odaların uygunluk durumuna bağlı olarak en fazla bir ya da iki gecelik kısa süreli olarak,
- Kendi ekipmanlarını temin eden bireylerin özel çadır kampı alanlarında kamp kurmasıyla,
- Ya da Orman Bölge İşletmesi’ne bağlı Abant Konukevi’nde resmî konuk statüsüyle gerçekleştirilebilmekteydi.

AG ve çevresi, artan yapılaşma ve Bolu bağlantı yolunun açılmasıyla birlikte, yerel bir mesire kimliğinden uzaklaşarak; doğal özellikleri ve yaz ile kış sporlarına elverişli yapısıyla Türkiye genelinde tanınan bir turizm destinasyonu niteliği kazanmaya başlamıştır.

1949-1963 yılları arası

Türk siyasal tarihinde önemli bir dönüm noktası olan 14 Mayıs 1950 genel seçimlerinin hemen öncesinde; 21 Şubat 1950 tarihinde TBMM’ye Bolu Milletvekilleri İhsan Yalçın ve Hasan Şükrü Adal, AG ve çevresinde yaşanan mülkiyet sorunlarının giderilmesi, insan faaliyetlerinin düzenlenmesi ve denetlenmesi amacıyla bir kanun teklifi vermişlerdir. Söz konusu teklif 20 Mart 1950 tarihinde meclis gündemine gelmiş ve çeşitli tartışmalar sonucunda *5614 sayılı Abant Gölü Çevresinin Bolu Özel İdaresine Temlikine Dair Kanun* adıyla yasalaşmıştır.

5614 sayılı kanunla turizm faaliyetlerini teşvik çalışmaları kapsamında, AG çevresinde İçişleri, Tarım, Bayındırlık ve Maliye Bakanlıklarının sınırlarını ortaklaşa belirleyeceği alanın, hazinece Bolu İl Özel İdaresi'ne bedelsiz olarak devredilmesi konusunda Bakanlar Kurulu yetkilendirilmiş, bu adım alanın turistik yönden değerlendirilmesine yönelik çalışmaları hızlandırmıştır. Göl çevresindeki orman alanlarında tesis ve bina yapımı için BYTGM'nin görüşleri alınarak Bolu Özel İdaresi'nce hazırlanacak plan, İçişleri, Bayındırlık, Tarım, Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanlıklarının onayıyla kesinleşecektir. Böylece, Bolu İl Özel İdaresi'nce veya bu idarenin katılımıyla, her türlü özel ve tüzel kişilerce turizm, sağlık, spor ve dinlenme tesisleri inşa edilebilecektir. 5614 Sayılı kanun gereğince Bolu İl Özel İdaresi'ne temlik edilen Abant turistik bölgesiyle ilgili İl Genel Meclisince düzenlenen yönetmelik 3 Temmuz 1952 tarihinde onanmıştır. 5614 sayılı kanunun uygulanma sürecinde ilk olarak AG çevresinde sınırları İçişleri, Tarım, Bayındırlık ve Maliye Bakanlıklarınca belirlenen bir miktar arazi bedelsiz olarak 9 Ağustos 1951 tarihinde, 2,36 ha'lık alan 17 Eylül 1952 tarihinde; 316,64 ha'lık alan 6 Mayıs 1955 tarihinde bedelsiz olarak Bolu Özel İdaresi'ne verilmiştir (DABCA, 1951, 30-18-1-2/126-60-13; DABCA, 1952, 30-18-1-2/129-55-17; DABCA, 1955, 30-18-1-2/139-43-17).

Yine 5614 sayılı kanun gereğince 15 Şubat 1955 tarihinde Düzce Devlet Orman İşletme Müdürlüğü'nün AG çevresindeki yönetim ve hizmet binaları Bolu İl Özel İdaresi'ne devredilmiştir. Sonuçta 150 ha göl, 250 ha çam ormanı ve 272 ha açık saha olmak üzere toplam 672 ha'lık alan, Bolu İl Özel İdaresi'ne adına 08 Şubat 1956 tarihinde tapu siciline kayıt edilmiştir. Söz konusu alanda iki katlı 3 tane ev, elektrik santral binası, iskele ve kameriyeyle beraber BTGM'ce inşa ettirilmiş dağ evi, yazlık sayfiye evi, kayıkhanesi ve deponun da tapu tescili yapılmıştır.

Demokrat Parti'nin (DP) 14 Mayıs 1950 genel seçimleri sonrasında iktidara gelmesiyle beraber Türkiye'nin yaşadığı sosyoekonomik dönüşümünden Bolu'nun dolayısıyla Abant'ın etkilenmesi kaçınılmaz olmuştur. Nitekim 1953 yılına gelindiğinde Bolu'da turizmin geliştirilmesi amaçlanırken Bolu'ya bir havaalanı yapılması ve buradan ziyaretçilerin Abant'a transferi de söz konusu olmuştur (Özdemir Tiryaki, 2019, s. 189-191). Devlet Hava Yolları (Türk Hava Yolları), 1953 yılında Bolu'ya 2 yolcu uçağıyla 100 yolcu getirmiştir. Havaalanı açılışından öncesinde olduğu gibi sonrasında da siyasetçilerin Bolu ve çevresindeki ziyaret programlarında AG ve çevresi yer almayı sürdürmüştür. 17 Temmuz 1955 tarihindeki CHP Düzce ilçe kongresine davet edilen CHP Genel Sekreteri Kazım Gülek, Malatya Milletvekili Dr. Kamil Kırıkoglu ve genel idare kurulu üyesi Neşet Rıfat uçakla Bolu'ya gelmişler, havaalanından taksilerle Abant'a ulaşmışlar, göl çevresinde kısa bir geziden sonra Düzce'ye geçmişlerdir (Özçelik, 2013, s. 178). Havaalanı, ilerleyen yıllarda talep azlığı ve pistin teknik yetersizliği gerekçesiyle sivil havacılığa kapanmıştır (Boluhedef, 2024).

DP'nin girişimiyle TBMM'de 8 Ağustos 1951 tarih ve 5830 sayılı *Resmî Daire ve Müesseselerin Siyasi Partilere Bedelsiz Mal Devredemeyeceklerine ve Bu Daire ve Müesseselerle Münfesi Derneklere Ait Olup Siyasi Partilere Terkedilmiş Olan Gayrimenkul Mallarla Bu Partiler Tarafından Genel Menfaatler İçin Yaptırılmış Olan Binaların Sahiplerine ve Hazineye İadesine Dair Kanun* ile Türkiye genelindeki bütün Halkevleri kapatılarak malları hazineye devredilmiştir. CHP iktidarında hükümetlerin spor politikalarını uygulanmasında önemli görevler üstlenmiş, BTGM ile ortak çalışmalar yapmış Halkevleri'nin kapatılmasıyla bir dönem sona ermiştir. Dolayısıyla Bolu Halkevi'nin desteğinden yoksun kalınması, Abant Bayramı etkinliklerinin canlılığını olumsuz yönde etkilemiştir.

Bu dönemde, uluslararası turizme en fazla katkı sağlayan ülkelerden biri olan ABD’de öğretim üyesi olarak görev yapan Dr. Reha Oğuz Türkkan, Türkiye’deki otellerin hem niceliksel hem de niteliksel yetersizliklerine dikkat çekmiş ve bu durumun ABD’li turistler üzerindeki olası olumsuz etkilerini vurgulamıştır. Türkkan ayrıca AG’nin İsviçre gölleriyle yarışabilecek nitelikte olmasına karşın kalabalık bir turist grubunun gelmesi durumunda turistlerin çadırda ağırlanmak zorunda kalınacağına ironik biçimde dikkat çekmiştir (Türkkan, 1953, s. 14-15).

Bütün dünyada olduğu gibi göl balıklarının gerçek anlamda sportif olta balıkçılığında değerlendirmek için çalışmalar yapılmıştır. Bolu Valiliği, Hidrobiyoloji Araştırma Enstitüsü ve Et ve Balık Kurumu Genel Müdürlüğü’nce 1956 yılı kasım ayında göl kıyısında küçük bir üretme istasyonu kurularak yapay yöntemlerle popülasyonu azalan alabalık üretimine başlanmıştır (Korkut, Gamsız, & Yurga, 2023, s. 198).

Resim 2. Abant Gölü’ndeki Alabalık Üretme İstasyonu (Gölün yüzeyi donmuştur) ve konuyla ilgili gazete haberi



Türkiye’de turizm endüstrisinin finansman gereksinimini karşılamak amacıyla 23 Haziran 1955 tarihinde Bakanlar Kurulu’nun 4/5413 sayılı kararnamesiyle Türkiye Turizm Bankası AŞ (TTB) kurulmuştur. Bu bankanın kuruluş sözleşmesine göre (1958); “Memlekette iç ve dış turizmi geliştirmek maksadıyla

gereken propagandayı yapmak, seyahat acenta büroları tesis etmek, seyahatler tertip etmek ve bu maksatla nakil vasıtaları tahrik etmek, turizmin her safhası üzerinde çalışan teşekküllerle münasebetler temin etmek, turistik tesisler vücuda getirmek ve işletmek hususunda çalışan ve çalışacak olan müesseseleri teşvik ve Bankalar Kanunu hükümleri dairesinde finanse etmek” bankanın görevleri arasındadır (Kozak, Kozak, & Kozak, 2010, s. 105). DP hükûmetinin anlayışına uygun olarak TTB’ce Türkiye genelinde yol bağlantısı ve doğal güzellikleriyle öne çıkan Abant ve Kilyos’un turizmde değerlendirilmesi planlamıştır. Bankanın turizm işletmeciliğine giriştiği ilk yer AG ve çevresi olmuştur. Hükûmetçe uygun görülen girişimler doğrultusunda, alana ilişkin gerekli planlamalar kısa sürede tamamlanmıştır. Bu kapsamda Abant’ta 1 tane otel, otelin sol yanında çamlık alanda her biri iki dairesi ve her dairesinde bir salon, bir yatak odası, banyo ve mutfak bulunan mobilyalı 6 tane dağevi inşa edilmiştir. İnşaat süreci TTB’ce izlenmiştir. Alandaki tesislerinin çeşitli finansal kaynaklardan yararlanarak bankaya devredilmesi uygun görülmüş ve bankaca mülkiyete geçirilme yoluna gidilmiştir (TTB, 1956, s. 5).

Mevcut tesislerin genişletilmesiyle farklı toplum kesimlerinin buradan daha fazla yararlanmasını sağlamak amacıyla çeşitli proje ve öneriler geliştirilmiştir. Bu kapsamda, sportif etkinliklere ayrılan alana golf, tenis ve voleybol sahaları yapılması planlanmıştır. Ayrıca, plaj alanında iskele, trampelen, kabin, duş, büvet ve göl gazinosu gibi tesisler inşa edilmesi öngörülmüştür. Ayrıca, gölün batı yamacında müstakil tarzda 100 tane dağevi inşa edilmesi planlanmıştır. Artan talep karşısında yetersiz kalan mevcut otel ve konaklama tesislerinin kapasitesini artırmak amacıyla, 1957 yılında alanın sağ tarafına 100-150 oda kapasiteli, kâgir yapı tekniğiyle inşa edilecek yeni bir otelin yapılması kararlaştırılmıştır (TTB, 1957, s. 6,17-20). Bu tesislerin, örnek ve verimli birer işletme niteliği taşıması amaçlanmıştır. Abant’ta turizmi geliştirmek ve bir

turizm endüstrisi oluşturmak amacıyla başlatılan girişimlerin desteklenmesi için, sermayesinin büyük bir kısmı Türkiye Turizm Bankası'na (TTB) bağlı olmak üzere, Bolu İl Özel İdaresi'yle Bolu, Akçakoca, Düzce, Gerede, Göynük ve Mudurnu Belediyelerinin katılımıyla 24 Kasım 1957 tarihinde *Abant ve Bolu Çevresi Turizm AŞ* kurulmuştur. Abant İşletmesi'ne bağlı tesislere TTB'nin daha önce harcadığı tutar kredi biçiminde yeni şirkete geçirilmiştir. Bu tesisler 26 Mayıs 1957 tarihinde Abant-Bolu'da yaşanan 7,1 şiddetindeki deprem nedeniyle zarar görmüş¹³ ancak zarar kısa sürede giderilmiştir (TTB, 1957, s. 6; TTB, 1959, s. 6). DP'nin turizm alanındaki yasal düzenlemeleri ve çalışmaları sonucunda 1957 yılında Dördüncü Menderes Hükûmeti'nin sona erdiği zamana dek AG ve çevresinin imar plânı tamamlanmıştır (BYTUM, 1958, s. 18-19).

Özsermaye yetersizliğinden dolayı beklenileni karşılayamayan Türkiye Turizm Bankası AŞ, 4 Mayıs 1960 tarih ve 7470 sayılı *Türkiye Cumhuriyeti Turizm Bankası Kanunu* ile yeniden yapılandırılmış ve kamu ağırlıklı bir sermaye yapısı olan T.C. Turizm Bankası AŞ'ye (TURBAN) dönüştürülmüştür. Bankanın kuruluş sözleşmesinde ana faaliyet alanı bankacılıkla beraber, turizm endüstrisini desteklemek; örnek ulaştırma, konaklama, seyahat, yiyecek-içecek, rekreasyon işletmeleri kurmak, işletmek, kiralamak, kiraya vermek ve satmak olarak belirlenmiştir.

Planlı dönemde (1963 sonrası) Abant Gölü

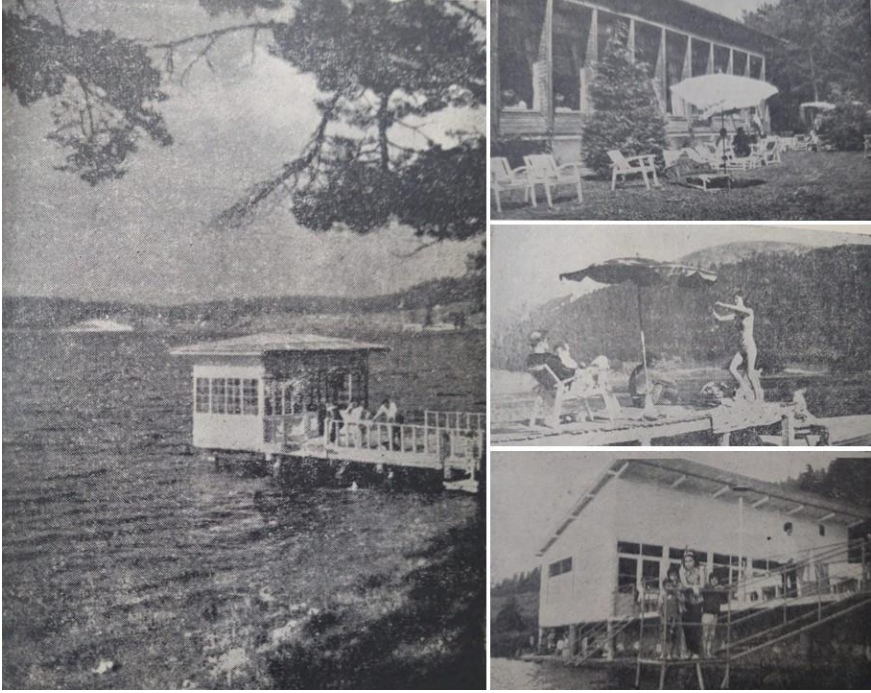
1963-1980 yılları arası

Modern Türk refah devletinin yapılandırılması, turizmin anayasal bir sosyal hak olarak tanınması, ücretli izin hakkıyla ilgili

¹³ "... Depremi merkez üssü olan Abant'ta bulunan Abant Oteli yıkılmış ve 3 kişi hayatını kaybetmiştir. En fazla insan kaybının yaşandığı yer, 12 kişinin hayatını kaybettiği Mudurnu kazasına bağlı Elmacıkdere Köyü olmuştur..." (Demokrat Bolu Gazetesi, 27 Mayıs 1957).

yasal düzenlemeler 27 Mayıs 1960 askeri darbesi sonrası özellikle 1961 yılında yeni anayasanın yürürlüğe girmesiyle başlayan döneme denk gelmektedir. Devlet Planlama Teşkilatı'nın (DPT), 30 Eylül 1960 tarihinde Başbakanlığa bağlı müsteşarlık düzeyinde kurulması sonrasında ilk kalkınma planı 1963 yılında uygulamaya konulabilmiştir.

Resim 3. Abant Gölü'ndeki tesislere ilişkin bir kolaj (1960'lı yılların başları)



Kaynak: (Şakarcan, 1963)

1963–1967 yılları arasında uygulanan Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda, turizmle ilgili öngörülen başlıca projeler arasında tatil köyleri ile kamu kamplarının kurulmasının yanı sıra millî parkların oluşturulması da yer almıştır (DPT, 1963, s. 427). Bolu sınırları içindeki Yedigöller'in biyolojik ve turistik

niteliklerinden dolayı bu plan döneminde ilan edilen ilk milli park olması dikkate değer bir konudur.

Halkevleri, askeri darbe sonrasında 21 Nisan 1963 tarihinde bağımsız ve demokratik bir kitle örgütü olarak dernek statüsünde yeniden açılmıştır. Ancak, Bolu Halkevi'nden *Abant Bayramı*'na eskisi gibi destek gelmemiştir.

Alan içindeki (çadırılı kamp yeri) 14 Ocak 1965 tarihinde askeri kamp alanı olarak 28. Tümen Komutanlığı'na tahsis edilmiştir.

Abant Gölü Çevresindeki Yerlerin Turistik Önemi Nedeniyle İmar Düzenine Alınması Hakkında Kararname 02 Haziran 1973 tarihinde çıkarılmıştır (DABCA, 1973, 30-18-1-2/300-48-14).

Abant Oteli'nin talebi artırıcı yan birimleri ile birlikte yeniden yapılması için yatırıma 1975 yılı Haziran ayında başlanmıştır. Yeni yatırımla birlikte otel; kapalı yüzme havuzu, sauna, seminer salonu, 250 kişilik restoran gibi yan birimleri ile toplam 95 oda kapasitesine ulaşmış ve 1977 yılının Aralık ayında hizmete açılmıştır (Özdemir, 1992, s. 28-29).

1980-2000 yılları arası

12 Eylül 1980 askeri darbesi ülkenin sosyal, ekonomik ve siyasal, yapısında yeni bir sayfa açmıştır. Neoliberal politikaların baskın olduğu ayrı bir dönem olduğundan kalkınma planlaması, kuramsal olarak 1980'li yıllar sonrası önemini yitirmiştir. Merkezi planlı ekonomiden uzaklaşmanın özel girişimlerin gelişmesini kolaylaştıracağı, yenilikleri geliştireceği ve ekonomide çeşitliliği ve verimliliği artıracığı düşünülmüştür (Akan, 2013, s. 143). Neoliberal politikaların, temel ekonomik dinamiklerden olan turizm sektörüne yansısıyla beraber Türkiye, 1980 yılı sonrası politikalarını özel sektöre yönlendirmiştir. Kitle turizminin geliştirilmesine yönelik politikaların sürdürüldüğü bu dönemde,

devletin öncü ve model işletmeler kurmaktan çok, yoğun biçimde özelleştirme politikalarına yönelmesi, sürecin en belirgin özelliği olmuştur (Aykaç, 2009, s. 14).

Milli park kavramı ilk kez, 31 Ağustos 1956 tarih ve 6831 sayılı Orman Kanunu'nun 25'inci maddesinde yer bulmuştur. Orman Genel Müdürlüğü; konumu ve taşıdığı özellikler nedeniyle gerekli gördüğü ormanları ve orman rejimine giren alanları, bilimsel çalışmalar için kullanmak, doğayı korumak, ülkenin doğal güzelliğini artırmak, halkın çeşitli spor ve dinlenme gereksinimlerini karşılamak ve turizmi geliştirmek amacıyla millî park ilan etmekle yetkilendirilmiştir. Bu tür alanlar için özel olarak hazırlanmış 09 Ağustos 1983 tarih ve 2873 Sayılı Milli Parklar Kanunu çıkarılmıştır. Bunun sonucu olarak *5614 sayılı Abant Gölü Çevresinin Bolu Özel İdaresine Temlikine Dair Kanun* yürürlükten kaldırılmış ve alanın *6831 sayılı Orman Kanunu* hükümlerine göre yönetileceği ve işletileceği hükmü getirilmiştir. Ayrıca AG çevresindeki mevcut yapı ve tesisler üzerindeki Bolu İl Özel İdaresi'nin kazanılmış hakları saklı kalmış olup, Özel İdare ile ilgili gerçek ve tüzel kişiler arasındaki kira sözleşmeleri sürmüştür. 2873 sayılı Kanunda tanımlanan korunan alanlar arasında yalnızca Millî Parklar ve Tabiat Parkları, kamuya açık rekreasyon ve turizm faaliyetlerine olanak sağlayacak biçimde düzenlenmiştir. Tabiatı Koruma Alanları ve Tabiat Anıtları ise bilimsel araştırma, eğitim ve doğa koruma öncelikli alanlar olarak belirlenmiştir. AG'nin de içinde olduğu 1150 ha alan, 2873 sayılı Kanuna göre 21 Ekim 1988 tarihinde *Tabiat Parkı*¹⁴ olarak ilan edilmiş; 1990 yılında yapılmış özel amenajman planına göre park alanı 46,5 ha'lık ekle 1196,5 ha'ya çıkarılmıştır.

¹⁴ Tabiat parkları 2873 sayılı kanunda; “*Bitki örtüsü ve yaban hayatı özelliğine sahip, manzara bütünlüğü içinde halkın dinlenme ve eğlenmesine uygun tabiat parçalarıdır*” biçiminde tanımlanmaktadır.

Abant Göl Gazinosu, 1985 yılında göl kenarında hizmete girmiştir. Türkiye Vakıflar Bankası TAO iştiraklerinden olan Taksim Otelcilik AŞ, 31 Ekim 1966 tarihinde otel işletmeciliği yapmak ve oteller inşa etmek üzere kurulmuştur. Taksim Otelcilik, yap-işlet-devret modeline göre Bolu İl Özel İdaresi'nden 49 yıllığına kiralananan araziler üzerinde inşa ettiği Abant Köşk Oteli'ni¹⁵ 1987 yılında, beş yıldızlı Abant Palace Oteli'ni de 1989 yılında hizmete açmıştır.

Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nın (1985-1989) uygulanmasında TURBAN aracılığıyla doğrudan yatırımlar yapmak yerine, sağlanan fonlar kredi olarak verilmiş, böylece devlet turizm endüstrisindeki işletmecilik faaliyetlerinden çekilerek yalnızca altyapı yatırımlarına odaklanmıştır (Soyak, 2013, s. 11). *28 Mayıs 1986 tarih ve 3291 sayılı Kamu İktisadi Teşebbüslerinin Özelleştirilmesine İlişkin Kanun* gereğince Toplu Konut ve Kamu Ortaklığı Kurulu'nun 30 Nisan 1987 tarih ve 54 sayılı Kararıyla bankanın özelleştirilmesi planlanmıştır. Kuruluşundan beri T.C. Turizm Bankası AŞ'ye bağlı işletmeler, Yüksek Planlama Kurulu'nun (YPK) 27 Eylül 1988 tarih ve 88/9 sayılı Kararıyla bankadan ayrılarak kamu sermayeli TURBAN AŞ bünyesinde toplanmıştır. Böylece, TURBAN AŞ, piyasa koşullarına göre faaliyet göstermek üzere kurulmuş bir iktisadi devlet teşekkülü olarak ülkenin en büyük turizm yatırımcılarından olmuştur. Toplamda TURBAN, AG'deki tesislerle beraber toplam 8 tane otel, 4 tane motel, 2 tane tatil köyü, 3 tane sosyal turizm işletmesi, 4 tane yat limanı ve bir tane seyahat acentesiyle toplam 22 ayrı girişimle daha çok iç turizme hizmet vermiştir (Bilgen, 2009, s. 45). Kuruluşundan sonra hep Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı olarak faaliyet gösteren T.C. Turizm Bankası, 3046 sayılı kanun gereğince

¹⁵ Üst düzey bürokrasiyi ağırlamak amacıyla 1937 yılında yapımı bitirilen köşk ilk olarak "*Atatürk Köşkü*" sonraları "*İnönü Köşkü*" olarak adlandırılmıştır. Köşk, tarihsel ve otantik dokusuna sadık kalınarak modern çizgilerle yeniden inşa edilmiştir.

15 Kasım 1988 tarihinde Başbakanlığa bağlanmıştır. Yine, YPK'nın 20 Ocak 1989 tarih ve 88/ T-2 sayılı kararıyla T.C. Turizm Bankası AŞ, tüm aktif ve pasifleriyle Türkiye Kalkınma Bankası'na devredilmiş ve TURBAN'ın ve diğer devlet kuruluşlarının elindeki kamu kampları, konaklama işletmeleri, sosyal tesisler ve diğer turizm işletmeleri için özelleştirme süreci başlamıştır (Kozak, Kozak, & Kozak, 2010, s. 109; Cingi, 1990, s. 111; Sarıgözel, 2023; Hoşcan & Türkseven, 2023, s. 14).

Abant Gölü Tabiat Parkı'na, yatırım amacıyla çadırli kamp alanları ve günübirlik kullanım alanlarında ziyaretçilerin gereksinimlerini karşılamaya yönelik tesislerin yapımı, işletilmesi ve kontrolü, 1 Temmuz 1998 tarihinde yapılan kira sözleşmesiyle 50 yıllığına Bolu Valiliği'ne verilmiştir. Ancak orman ve göl ekosistemini koruma ve kontrol yetkisi kanun gereği *Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü* 'nde (DKMP Genel Müdürlüğü) kalmıştır (AGTP Uzun Devreli Gelişme Planı, 2001).

2000'li yıllar sonrası

2000'li yıllar sonrası uygulanan turizm politikalarında değişen ekonomi politikalarının izleri görülmektedir. Dünya Bankası (DB), Uluslararası Para Fonu (IMF) ve Avrupa Birliği (AB) ile yürütülen ekonomik ilişkiler, turizm politikalarının belirlenmesinde de etkili olmuştur. AB turizm politikalarının çerçevesini oluşturan kültür, çevre ve turizm politikaları arasındaki ilişki doğrultusunda, sürdürülebilir turizm yaklaşımının benimsenmesi ve çevre politikalarına öncelik verilmesi, bu dönemin temel özelliği olarak öne çıkmaktadır (Çiftçi & Coşkun, 2023, s. 2119). Özelleştirmeler sürmüş, Özelleştirme Yüksek Kurulu (ÖYK), TURBAN Turizm AŞ'ye bağlı Abant ve Bolu Çevresi Turizm AŞ'de bulunan %99.99 oranındaki kamu hisselerinin Em-Sel İnşaat Turizm Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi'ne 10 milyon ABD doları bedelle satılmasını

22 Ocak 2000 tarihinde onaylamıştır. Özelleştirme sonrası Abant Turban Oteli, Büyük Abant Oteli adıyla hizmet vermeye başlamıştır.

2000-2001 yılları arasında 1/10.000 ölçekli Abant Gölü Tabiat Parkı Uzun Devreli Gelişme Planı hazırlanmıştır. Planlamanın temel hedefi; Tabiat Parkı'nda koruma-kullanma dengesini sağlayarak orman ve göl ekosistemini korumak, geliştirmek ve bu doğal alanı gelecek kuşaklara aktarmaktır. Bu ilk gelişme planı, 25 Ağustos 2003 tarihinde onaylanmıştır. Daha sonra 1 Mart 2007 ve 23 Temmuz 2009 tarihlerinde plan hükümlerinde revizyonlar ve eklemeler yapılmıştır.

Abant Gölü Tabiat Parkı'ndaki çadırılı kamp alanı, giriş kapısı, genel saha temizliği, köy ürünleri satış birimlerinin işletmeciliği ve güvenlik hizmetlerinin Bolu İl Özel İdaresi'nce yürütülmesi amacıyla, DKMP Genel Müdürlüğü'yle Bolu İl Özel İdaresi arasında 2009 yılı Temmuz ayında bir ihale sözleşmesi imzalanmıştır. Sözleşmenin ardından, Bolu İl Özel İdaresi'nce göl ayağına savak sistemi yapılarak su seviyesi yükseltilmiş, göl çevresindeki yollarda toprak dolgular yapılmış, yollar genişletilmiş ve gölü besleyen derenin akışı engellenmiştir. Bu uygulamaların gölün ekolojisine zarar verdiği iddiaları kamuoyunda büyük yankı uyandırmıştır. İddialar üzerine, DKMP Genel Müdürlüğü, Batı Karadeniz Ormancılık Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, TMMOB Mimarlar Odası, TMMOB Orman Mühendisleri Odası ve TMMOB İnşaat Mühendisleri Odası gibi kuruluşlarca alanda incelemeler yapılmış, Bolu İl Özel İdaresi'nce gerçekleştirilen uygulamaların AG ve çevresindeki ekosistemler üzerinde olumsuz etkileri olduğu belirtilmiştir. TMMOB, 18 Nisan 2010 tarihinde Bolu Cumhuriyet Başsavcılığı'na komuyla ilgili suç duyurusunda bulunmuştur. Ayrıca, Şehir Plancıları Odası, Bolu İl Özel İdaresi ile Çevre ve Orman Bakanlığı arasında imzalanan işletme sözleşmesinin iptali ve yürütmenin durdurulması talebiyle Sakarya Bölge İdare Mahkemesi'nde dava açmıştır. Sakarya 1. İdare Mahkemesi, doğal

kaynaklara zarar verildiği, yaban hayatının tahrip edildiği ve uzun devreli gelişme planına aykırı olarak yeni yollar açıldığı gerekçesiyle sözleşmenin hukuka aykırı olduğuna hükmetmiş ve 15 Mart 2011 tarihinde yürütmeyi durdurma kararı vermiştir (Tunçer, 2013). Gelişme Planı kapsamında park girişindeki Ziyaretçi Tanıtım Merkezi içerisinde ziyaretçilerin gezebileceği, alanda yaşamış ve çeşitli nedenlerle yaşamı sonlanmış hayvanların içi doldurularak sergilendiği küçük bir Doğa Müzesi kurulmuştur.

12 Ocak 2017 tarih ve 28 sayılı bakanlık makamı oluruyla 1.196,5 ha olan Tabiat Parkı sınırlarında revizyona gidilmiş; Samat, Örencik, Sarıyer ve Pelitözü Yaylaları park sınırları dışına çıkarılmış ayrıca parkın Bolu girişı yönünde sınırları genişletilmiştir. Alanın tabiat parkı olan statüsü, 10 Haziran 2022 tarih ve 31862 sayılı resmi gazetede yayınlanan Cumhurbaşkanlığı Kararı'yla sınırları aynı kalmak kaydıyla millî park olarak belirlenmiş böylece AG Türkiye'nin 48. millî parkı olmuştur.

AG ve çevresi Tabiat Parkı olarak geçirdiği 20 yılın ardından, mevcut gelişme planı karar ve hükümleri doğrultusunda fiziksel yapılaşmasını büyük ölçüde tamamlamıştır. Ancak artan ziyaretçi sayısı, alan üzerindeki kullanım yoğunluğu ve çevredeki yaylalarda ortaya çıkan kontrolsüz ve aşırı yapılaşma gibi faktörler; bölgeye yönelik çevresel baskıları artırmış, ulaşım planlaması uygulamaları ile birlikte yeni değerlendirme ve müdahaleleri zorunlu kılmıştır. Bu durum, alanın kaynak değerlerinin sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla kapsamlı idari kararlar ve koruyucu önlemlerin alınması gerektiğini göstermiştir. Bunun yanı sıra, alanın doğal, ekolojik ve mevcut fiziksel yapısını güncel verilerle ortaya koymak, 2002 yılında hazırlanmış olan analitik etüt raporunu güncellemek ve alanın statüsü 2022 yılında Millî Park'a dönüştürüldüğü için yeni bir Uzun Devreli Gelişme Planı hazırlanmıştır (AGMP Uzun Devreli Gelişme Planı, 2024, s. 3).

Abant Gölü ve Çevresinin Doğal ve Kültürel Kaynak Değerleri

AG ve çevresi, kaynak değerleri bakımından Türkiye'deki diğer korunan alanlardan farklı olarak dere ekosistemi, göl ekosistemi ve orman ekosistemiyle bir bütün oluşturmaktadır. Alandaki doğal peyzaj kompozisyonu; Göknar, Karaçam, Sarıçam, Gürgen ve Kayın ağaçlarının oluşturduğu vejetatif orman peyzajının görsel etkisini, flora ve fauna için yaşam alanı sağlayan dağ ve göl peyzajlarıyla bütünleştirmektedir. Alanı etkileyen kültürel peyzaj elemanları, özellikle alanda yer alan konaklama işletmelerinde ve yaylalarda belirgin biçimde hissedilmektedir (Bolu Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğü, 2015, s. 57). İlkbahar ve yaz aylarında alan, bitki örtüsünün canlılığı ve su yüzeyinin oluşturduğu peyzaj değerleriyle öne çıkmaktadır. Özellikle beyaz ve sarı nilüferlerin formu, renkleri ve dokularıyla kıyı boyunca oluşturduğu görsel peyzaj, göl yüzeyindeki su aynasıyla bütünleşerek görsel bütünlük sağlamaktadır Sonbahar mevsiminde yaprak dökümünün etkisiyle ortaya çıkan renk çeşitliliği, görsel açıdan zengin bir doğal ortam sunarken; kış mevsiminde kar örtüsü ve donmuş göl manzarası, alanın estetik değerini artırmaktadır. Rekreatyonel faaliyetler açısından en uygun dönem ise Haziran ve Eylül ayları arası olarak değerlendirilmektedir (AGMP Uzun Devreli Gelişme Planı, 2024).

Araştırmalar, ziyaretçilerin alana başta doğada zaman geçirmek, piknik yapmak, fotoğraf çekmek, arkadaş gruplarıyla vakit geçirmek, yeni deneyimler kazanmak, kaliteli vakit geçirmek ve kentten uzaklaşmak gibi amaçlarla geldiklerini ortaya koymuştur. Bunun yanı sıra, çocuklarını doğal alana getirmek, sosyal çevreyi genişletmek, sağlık durumu nedeniyle doğayla iç içe olmak, bilimsel araştırma yapmak, çeşitli organizasyonlara katılmak, ata binmek ve faytonla gezmek gibi farklı motivasyonlar da ziyaret nedenleri arasında yer almaktadır (Sayın & Karadağ, 2016, s. 90).

Şekil 3. Abant Gölü Milli Parkı yerleşim planı



Kaynak: DKMP Genel Müdürlüğü, 2025

Doğal kaynak değerlerinin yanı sıra, alanda yer alan konaklama işletmeleri, günübirlik kullanım ve çadırılı kamp alanları ile geleneksel yayla yerleşimleri, rekreasyonel kullanım taleplerini karşılayan önemli kültürel kaynak değerleri arasında yer almaktadır

Konaklama ve Yiyecek İçecek Olanakları

AG ve çevresinde ve 22 km'lik Anadolu Otoyolu - Abant bağlantı yolu üzerinde konaklama, yiyecek içecek, rekreasyon ve alışveriş birimleri yer almaktadır.

Milli Park sınırları içerisinde 4 tane otel (Büyük Abant Otel, Abant Palace Taksim International Hotel, Abant Köşk Otel [İnönü Köşkü], Abant Niz Otel), ayrıca 2 tane devlet konuk evi, (Valilik Konuk Evi ve Kartal Yuvası Konuk Evi), 1 tane çadırılı ve karavanlı kamp alanı ve Orman İdaresi'ne bağlı sosyal tesisler yer almaktadır (Bkz. Tablo 1).

*Tablo 1. Abant Gölü ve Çevresindeki Turizm İşletme Belgeli
Konaklama İşletmeleri*

İşletmenin Adı	Sınıfı	Bulunduğu Yer	Ruhsat Tarihi	Kapasite	
				Oda	Yatak
Abant Palace Otel (Taksim Otelcilik AŞ)	5*	Abant Gölü Milli Parkı	1989 (ilk) 2014	165	334
Abant Köşk Hotel (Taksim Otelcilik AŞ)	Özel	Abant Gölü Milli Parkı	1987 (ilk)	12	24
Büyük Abant Otel	5*	Abant Gölü Milli Parkı	1955 (İlk) 2025	107	214
Abant Niz Otel	Kırsal	Abant Gölü Milli Parkı	2023	14	28
Abant Kartal Yuvası Otel	3*	Abant Yolu 9. km	2011	47	112
Bi Abant Masalı	3*	Abant Yolu 8. km	2024	17	38
Abant Aden Otel	Butik	Abant Yolu 9. km	2014	24	48
Abant Lotus	Özel	Abant Yolu 6. km	2017	27	56
Abak Yeşilev	Özel	Abant Yolu 5. km	2012	11	24
Bahçeli Köşk	Pansiyon	Abant Yolu 9. km	2013	13	26
Şömine's Pansiyon	Pansiyon	Abant Yolu 12. km	2024	8	16
Abant Cozy Homes	Pansiyon	Abant Yolu 2. km	2022	4	12
Abant Luna Pansiyon	3*	Abant Yolu 12. km	2024	3	8
Abant Sedir Park	3*	Abant Yolu 2. km	2024	25	62

Kaynak: Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2025

Türkiye Vakıflar Bankası TAO, iştiraklerinden Taksim Otelcilik AŞ'nin işlettiği Taksim International Abant Palace Otel'i'nin, deprem dayanıklılık testini geçememesi üzerine, Banka yönetimince yıkım kararı alınmış ve bu doğrultuda 26 Ağustos 2024 tarihi itibarıyla otelin resmi kapanışı yapılmıştır.

Basit konaklama işletmeleri Tablo 2.'de de görüldüğü gibi daha çok pansiyon türündeki işletmelerden oluşmaktadır. Bolu Belediye Meclisi'nce 11 Ağustos 2008 tarihinde Bolu-Abant yolundaki, göle sınır Ömerler, Akçaalan ve Dereceören Köylerinin il

idare kurulunda bulunan tasdikli sınır kayıt defterindeki kayıtları esas alınarak Abant Gölü Tabiat Parkı sınırları da dâhil olmak üzere Bolu Belediyesi mücavir alanına alınması kararlaştırılmıştır. Söz konusu karar Bayındırlık ve İskân Bakanlığı'na 13 Nisan 2011 tarihinde tasdiklenmiştir¹⁶. Bolu Belediyesi mücavir alanın Abant Gölü Tabiat Parkı sınırlarına ulaşmasıyla özellikle Bolu-Abant Yolu üzerindeki Basit Konaklama Turizm İşletme Belgeli işletmelerde nicel bir artış olmuştur¹⁷. AG çevresinde ve 22 km'lik Anadolu otoyolu - Abant bağlantı yolu üzerinde 14 tane turizm işletme belgeli ve 19 tane basit turizm işletme belgeli toplam 33 tane konaklama işletmesi yer almaktadır. Bu konaklama işletmelerinde, toplamda 810 oda ve 1.746 yatak kapasitesine ulaşılmıştır (Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2025).

¹⁶ 3194 sayılı İmar Kanunu'nun 45. maddesine göre, mücavir alan sınırları; ilgili belediye meclisi ile il idare kurulunun kararına dayanarak valilikçe Bakanlığa sunulur. Bakanlık, bu sınırları inceleyerek aynen veya değiştirerek onaylamaya ya da değişiklik yapılmak üzere iade etmeye yetkilidir. Ayrıca, mücavir alanın ilgili belediye sınırlarına bitişik olması zorunlu değildir. Bakanlık gerekli gördüğü durumda mücavir alana alma ve çıkarma hususunda resen karar verebilmektedir.

¹⁷ 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu'nda 28 Temmuz 2021 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren değişiklikle, daha önce yetkili idarece işyeri açma ve çalışma ruhsatı verilen konaklama işletmelerine, Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan "*Basit Konaklama Turizm İşletmesi Belgesi*" alma zorunluluğu getirilmiştir. Söz konusu değişiklikle 28 Temmuz 2021 tarihinden önce Açma ve Çalışma Ruhsatı alan Belediye veya Özel İdare Belgeli Otel, Apart Otel, Motel, Pansiyon, Kamp, Tatil Köyü, Kıyı Kenarda tüm Kafe, Lokanta, Bar, Plaj Tesisi (Beach Club) gibi işletmeler bu kapsamda değerlendirilmiştir. Böylece tüm konaklama işletmeleri bakanlık belgeli olmuştur.

Tablo 2. Abant Gölü ve Çevresindeki Basit Konaklama Turizm İşletme Belgeli İşletmeler

İşletmenin Adı	Sınıfı	Bulunduğu Yer	Ruhsat Tarihi	Kapasite	
				Oda	Yatak
Abant Çadırılı Kamp Alanı	Ç. Kamp Alanı	Abant Gölü Milli Parkı	2020	15	30
Abant Doğa Köşkü Pansiyon	Pansiyon	Bolu-Abant Yolu	2007	14	28
Von Resort Abant (Petro Club Abant)	Otel	Bolu-Abant Yolu	2008 1994 (ilk)	126	324
Abant Güneş Piknik Pansiyon	Pansiyon	Bolu-Abant Yolu	2009	8	16
Abant Yayla Pansiyon	Pansiyon	Bolu-Abant Yolu	2009	12	24
Abant Paşa Pansiyon	Pansiyon	Bolu-Abant Yolu	2009	8	16
Abant Zümrüt Pansiyon	Pansiyon	Bolu-Abant Yolu	2009	11	22
Abant Barış Pansiyon	Pansiyon	Bolu-Abant Yolu	2012	8	16
Abant Hayalim	Pansiyon	Bolu-Abant Yolu	2013	14	28
Abant Koç Pansiyon Yeşil Vadi	Pansiyon	Bolu-Abant Yolu	2013	14	28
Abant Dere Otel	Otel	Bolu-Abant Yolu	2014	15	30
Abant Manzara Evleri	Pansiyon	Bolu-Abant Yolu	2014	16	32
Abant Korudam	Pansiyon	Bolu-Abant Yolu	2020	13	26
Abant Pelit Pansiyon	Pansiyon	Bolu-Abant Yolu	2020	8	16
Abant Garden Otel	Otel	Bolu-Abant Yolu	2020	10	26
Abant Hitit	Pansiyon	Bolu-Abant Yolu	2020	5	10
Abant Villa Otel	Pansiyon	Bolu-Abant Yolu	2020	10	20
Dörtmevsim Pansiyon	Pansiyon	Bolu-Abant Yolu	2020	18	36
Abant Vadi	Pansiyon	Dereceören Köyü	2021	8	16

Kaynak: Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2025

Tablo 3. Abant Gölü Milli Parkı içindeki Konaklama İşletmelerine Geliş Sayısı, Geceleme, Ortalama Kalış Süresi ve Doluluk Oranının Yıllara Göre Dağılımı (2015-2024)¹⁸

YILLAR	İŞLETMEYE GELİŞ SAYISI			GECELEME SAYISI			ORTALAMA KALIŞ SÜRESİ			DOLULUK ORANI (%)		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
2015	9.933	60.119	70.052	21.225	119.965	141.190	2,10	2,0	2,0	7,44	42,03	49,47
2016	15.668	82.663	98.331	28.087	162.655	190.742	1,80	2,0	1,9	7,72	44,71	52,43
2017	13.165	55.236	68.401	24.249	98.786	123.035	1,84	1,79	1,80	11,78	47,97	59,75
2018	17.064	60.533	77.597	28.470	106.825	135.295	1,67	1,76	1,74	13,83	51,88	65,70
2019	15.112	59.965	75.077	25.383	107.607	132.990	1,68	1,79	1,77	12,33	52,26	64,58
2020	4.205	52.879	57.084	7.292	100.813	108.105	1,73	1,91	1,89	4,00	55,29	59,29
2021	8.428	61.630	70.058	16.185	115.196	131.381	1,92	1,87	1,88	7,86	55,94	63,80
2022	13.759	64.576	78.335	24.898	122.960	147.858	1,81	1,90	1,89	10,55	52,12	62,67
2023	8.424	81.698	90.122	15.853	156.757	172.610	1,88	1,92	1,92	3,84	38,02	41,86
2024	5.220	66.432	71.652	9.533	130.941	140.474	1,83	1,97	1,96	2,26	31,04	33,30

Kaynak: Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2025

¹⁸ Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca 2023 ve 2024 yıllarında Basit Konaklama Turizm İşletmesi Belgeli tesislere ilişkin ayrı bir istatistiksel çalışma yapılmadığından, alandaki konaklama işletmelerine ilişkin spesifik verilere ulaşılamamıştır. Ayrıca, 2024 yılı Ağustos ayı itibarıyla Taksim International Abant Palace Oteli'nin deprem dayanıklılık testini geçememesi nedeniyle kapatılmasından dolayı analiz yalnızca 2023 yılı öncesine ait veriler esas alınarak gerçekleştirilmiştir.

AG ve çevresindeki turizm faaliyetlerinin daha iyi anlaşılabilmesi için, alandaki konaklama işletmelerinin doluluk oranlarının değerlendirilmesi gerekir.

Yabancı turistlerin gecelemlerinin son 10 yılda %13,83'lere kadar yükselmesine karşın düşük bir düzeyde kalması AG ve çevresinin açık bir biçimde yerli bir doğa temelli turizm destinasyonu olduğunu kanıtlamaktadır. Yerli ve yabancı ziyaretçilerde ortalama kalış süresinin 2 günün altında olmasının turizm faaliyetlerinin daha çok hafta sonu, parçalı ve kısa süreli olarak gerçekleştiğini göstermektedir (Bkz Tablo 3). Yabancı ziyaretçilerin profiliyle ilgili nitelikli istatistiksel veri bulunmamasına karşın AG ve çevresindeki işletmecilerin ve Bolu İl Kültür ve Turizm yöneticilerinin gözlemlerine göre, daha çok Arap ülkelerinden ve İran'dan ziyaretçi ağırlanmaktadır. Batı Avrupalı ziyaretçiler ise daha çok Türkiye'de yaşayan, çalışan meslek profesyonelleri ve diplomatlardan ayrıca uluslararası kongrelerin¹⁹ katılımcılarından oluşmaktadır. Batı Avrupa ülkelerinin pasaportunu taşıyan Türkiye kökenlilerin de ziyaretleri artma eğilimindedir.

Alanda, ziyaretçilerin yeme içme gereksinimlerini karşılamaya yönelik olarak; gölün kuzeyinde Göl Kafe, doğusunda Göl Gazinosu ve kuzeydoğusunda konumlanan Çamlık Restoran olmak üzere üç kır lokantası bulunmaktadır.

Rekreasyon Olanakları

Alanda, konaklama ve yiyecek-içecek işletmelerinin yanı sıra çeşitli rekreasyonel aktivitelere olanak tanıyan altyapılar da bulunmaktadır (AGMP Uzun Devreli Gelişme Planı, 2024, s. 14):

- Göl çevresinde, ahşap, kum ve taş kaplamalardan oluşan, farklı genişliklerde toplam 7,4 km uzunluğunda yürüyüş

¹⁹ Alandaki beş yıldızlı oteller, özellikle kongre turizminde büyük taleple karşılaşmaktadır.

yolu, 7 km uzunluğunda yaklaşık 3 m genişliğinde kilitli parke ve küptaş kaplı bisiklet yolu yer almaktadır. Gölü çevreleyen asfalt yol gezinti amacıyla kullanılmaktadır.

- Göl çevresinde, sportif olta balıkçılığı ve rekreatif amaçlarla inşa edilmiş toplam sekiz adet ahşap iskele bulunmaktadır. Bu iskelelerden biri gölün batısında (Abant Palace Otel'in güneyinde), biri güneyinde (Abant Köşk Otel'in kuzeyinde), biri güneydoğusunda (Büyük Günöbirlik Kullanım Alanı'nın kuzeyinde), ikisi doğusunda (Kıbrıs Çeşmesi Güneyöbirlik Kullanım Alanı'nın kuzeybatısında) ve üçü kuzeyinde (yöresel ürün satış biriminin güneybatısı, güneydoğusu ve Büyük Abant Otel'in güneyinde) konumlanmaktadır. İskelelerin boyutları farklılık göstermekte olup bunlardan üçü — *Büyük Güneyöbirlik Kullanım Alanı'nın kuzeyi ile Kıbrıs Çeşmesi Güneyöbirlik Kullanım Alanı'nın kuzeybatısındakiler*— daha çok sportif olta balıkçılığı için kullanılmakta, diğerkleri ise rekreatif amaçlarla değerkendirilmektedir.
- Göl çevresinde, üç tane güneyöbirlik kullanım alanı bulunmaktadır: Büyük Güneyöbirlik Kullanım Alanı (gölün güneyinde), Kıbrıs Çeşmesi ve Samat Güneyöbirlik Kullanım Alanı (gölün doğusunda). Bu alanların her birinde otopark, tuvalet, çeşme, çocuk oyun grupları, çöp konteynerleri, barbeköler ve piknik masaları yer almaktadır.
- Alan sınırları içerisinde, biri batıda, diğeri güneydoğuda olmak üzere iki ana seyir noktası; bunların dışında çevrede üç ek seyir noktası (Mudurnu Yolu, Ballica Tepe, Sarıyer Yayla Yolu) daha bulunmaktadır.

- Samat Yaylası yakınında, 330 çadır/gün kapasiteli bir çadırlı kamp alanı yer almakta; bu kamp alanında iki tane sıhhi tesis kompleksi (çamaşırhane, bulaşıkhanne, yemekhane, banyo ve tuvalet) hizmet vermektedir.
- Gölün kuzeyinde, sekiz dükkândan oluşan bir yöresel ürün satış birimi bulunmaktadır.
- Alan girişinde, ziyaretçilere alanla ilgili bilgilerin sunulduğu bir Ziyaretçi Tanıtım Merkezi yer almakta; merkezin içinde küçük bir doğa müzesi ve ziyaretçi otoparkı da bulunmaktadır.

Abant Dağları'nda, özellikle Örencik Yaylası çevresindeki tepelerde, yamaç paraşütünde kalkış pisti olarak kullanılabilecek nitelikte birçok yer vardır (Türker, 2013, s. 1098). Alanın; eğlenme, dinlenme, kısa süreli tatil yapma gibi etkinliklerin yanı sıra bilimsel ve eğitsel amaçlı çalışmalara da uygun bir yapısı da vardır.

Tablo 4. Abant Gölü Milli Parkı 2014-2024 Yılları Arası Ziyaretçi Sayıları²⁰

Yıllar	Toplam Kişi Sayısı	Yıllar	Toplam Kişi Sayısı
2015	455.590	2020	679.936
2016	455.735	2021	328.693
2017	562.160	2022	524.145
2018	704.562	2023	571.162
2019	910.435	2024	1. 402.797

Kaynak: Bolu Doğa Koruma ve Milli Parklar Müdürlüğü 2025

Bolu Doğa Koruma ve Milli Parklar Müdürlüğü'nden edinilen ve Tablo 4'te verilen alanın ziyaretçi sayılarına bakıldığında,

²⁰ Toplam ziyaretçi sayısı, alana giriş yapan taşıtların sayısının, ilgili taşıt türlerine göre belirlenen katsayılarla çarpılması yoluyla hesaplanmaktadır. Bu kapsamda; I. Grup (Bisiklet) için 1, II. Grup (Motosiklet, ATV) için 2, III. Grup (Otomobil, Kamyonet, Pickup, Moto Karavan) için 3, IV. Grup (Minibüs) için 15, V. Grup (Midibüs) için 25 ve VI. Grup (Otobüs) için 45 katsayısı esas alınmaktadır

sürekli artma eğiliminde olduğu 2024 yılı için ziyaretçi sayısının 1.490.302 olduğu görülmektedir.

Ziyaretçi sayılarında 2020 ve 2021 yılındaki Kovid-19 pandemi sürecinde korunan alanların kapalı olmasına bağlı olarak bir azalma söz konusu olmuştur. Ancak 2022 yılı ve sonrasında pandeminin psikolojik etkisiyle daha çok doğal ve orman alanların tercih edilmesinden kaynaklı ziyaretçi sayıları yeniden artmaya başlamıştır.

Sonuç

AG ve çevresi; konumu, topoğrafyası, iklim koşulları, su kaynakları, flora ve faunası ile önemli bir doğa temelli turizm destinasyonu ve korunan alandır. 1930’lu yılların sonlarında ulusal kamuoyunca sınırlı da olsa tanınmaya başlanan alan, uzun yıllardır aşamalı ve başarılı bir biçimde bir turizm destinasyonu olarak gelişmiştir. Bu gelişme, Türkiye’deki turizm politikalarının gelişimine paralel olarak yerel yöneticilerin ve hükûmetlerin çabalarıyla gerçekleşmiştir.

AG ve çevresinin Bolu halkınca keşfi 1920’li yıllara dayanmaktadır. Bolu ile doğrudan bir bağlantı yolu bulunmadığından, 1920’li yıllarda alan daha çok Mudurnu halkının bildiği ve kullandığı bir mesire olarak kalmıştır. Alan, 1930’lu yılların başında ulusal basında yer almaya başlamış; 17 Temmuz 1934 tarihinde Atatürk’ün Bolu ziyareti ise bu doğal alanın tanınırlığında önemli bir dönüm noktası olmuştur. Alanın bir turizm destinasyonu olarak ortaya çıkmasında 1933-1945 yılları arasında Bolu Belediye Başkanlığı yapan Reşat Aker’in önemli bir payı vardır. Aker zamanında, özellikle Atatürk’ün Bolu ziyareti sonrası Abant ve çevresine; ulaşım ve alt yapı yatırımları, çevre düzenleme yapılmış; Bolu Belediyesi’nce iki köşk inşa edilmiştir. Yine Aker’in önerisiyle, Bolu kent merkezinde 1931 yılından beri kutlanan Atatürk Günü’nü bütünleyici bir etkinlik olarak kurgulanan “*Abant*

Bayramı” her yıl 17 Temmuz’u izleyen ilk pazar günü AG’de 1980’li yıllara dek düzenlenmiştir.

Alandaki yoğun hareketliliğe karşın ulaşım ve konaklama olanaklarının geliştirilmesi zaman almıştır. Ayrıca alanın bir doğa temelli turizm destinasyonu olarak gelişim sürecinde 1930’lu ve 1940’lı yıllarda öğrenciler ve gençler için değişik kurum, kuruluşlar ve özellikle Bolu Halkevi’nce düzenlenen kampların da ciddi katkısı olmuştur.

Doğal alanların korunması ve geliştirilmesi için 1950’li yıllarda Milli Park ve Tabiat Park gibi kavramlar henüz yasal mevzuata girmediği için AG ve çevresi için bir yasal düzenleme girişimi olmuştur. Demokrat Parti’nin iktidara geldiği tek parti döneminin sonlandığı 14 Mayıs 1950 tarihindeki genel seçimlerinin hemen öncesinde turizm sektörünün teşvikine yönelik ilk yasal düzenleme olan 24 Mart 1950 tarih ve 5647 sayılı *Turizm Müesseslerini Teşvik Kanunu*’ndan bile önce 20 Mart 1950 tarih ve 5614 sayılı *Abant Gölü Çevresinin Bolu Özel İdaresine Temlikine Dair Kanun* çıkmıştır. Bu tarihten sonra alan bakıma alınmış, hayvan ve bitkiler korunmuş; önemli yatırımlar yapılmıştır. Söz konusu kanun, alanın bir turizm destinasyonuna dönüşmesinde belki de en önemli aşama olmuştur.

Türkiye’de turizm ve otelcilik sektörünün desteklenmesi amacıyla 1955 yılında kurulan Türkiye Turizm Bankası, 1960 yılından sonraki adıyla Turizm Bankası AŞ’nin AG ve çevresindeki yatırımları destinasyonun altyapısını güçlendirmiştir.

Türkiye’de Yalova, Erdek ve Amasra’yla birlikte, iç turizmin ilk başladığı yerlerden olan Akçakoca (1999 yılına dek Bolu’nun deniz kenarında olan tek ilçesidir ve Bolu’nun ilçelerinden biri olan Düzce’nin il olmasıyla Düzce’ye bağlanmıştır), 1950’li yılların başlarında, çok kısa bir sürede, Ankara ve İstanbul’dan gelen ziyaretçilerin yoğun ilgi gösterdiği bir yazlık belde olmuştur (Okan,

1996). Doğu Marmara'ya ve Batı Karadeniz'e olan bu turizm hareketliliğinden AG ve çevresi de olumlu yönde etkilenmiştir. Alan, yapılan yatırımlar ve ulusal basındaki tanıtım çalışmalarıyla, İstanbul ve Ankara'da yaşayan orta sınıf olarak nitelendirilebilecek daha çok günübirlik ziyaretçileri ağırlamıştır.

Mevsim koşulları açısından deniz turizmine daha uygun olan Ege ve Akdeniz kıyılarının 1970'li yıllarda turizme açılması ve bu bölgelerde gerçekleştirilen ulaşım projeleri, Karadeniz Bölgesi'nin görece ihmal edilmesine yol açmıştır. Ayrıca hükûmetlerin Ege ve Akdeniz Bölgeleri'ni avantajlı konuma getiren teşvik politikaları, Batı Karadeniz kıyı kesimlerinde yeni turizm yatırımlarının yeterli düzeyde gerçekleştirilememesi ve mevcut turizm işletmelerinin profesyonelleşememesi, bölgede turizmin gelişimini kısmen engellemiştir (Akbaba, 2012). Hal böyleyken, 1988 yılında Tabiat Parkı, 2022 yılında milli park olarak korumaya alınan AG çevresi ve 1965 yılında Milli Park olarak korumaya alınan Yedigöller çevresi, bitki zenginliği ve özellikle büyük bir açık hava rekreasyon potansiyelinden dolayı günübirlikçiler için birer gözde mesire olmuştur. Kartalkaya'da 1977 yılında başlayan kış turizmi yatırımları da ilde turizmi canlı tutmuş ve geliştirmiştir.

Türkiye Turizm Stratejisi 2023'te, turizm kaynaklarının yalnızca noktasal ölçekte değil; gelişim aksları doğrultusunda turizm koridorları, turizm bölgeleri, turizm kentleri ve ekoturizm alanları biçiminde planlanmasının daha uygun bir yaklaşım olduğu vurgulanmıştır. Bu yaklaşımla, turizm potansiyeli taşıyan bölgelerin öne çıktıkları turizm değerleriyle birlikte alternatif turizm türleriyle desteklenerek turistik çekiminin artırılması amaçlanmıştır. Bolu, doğal ve kültürel değerleriyle söz konusu strateji belgesinde "*Ekoturizm Odaklı Gelişim Bölgesi*" olarak tanımlanmış; ayrıca *İpekyolu Turizm Koridoru* ile *Bolu-Çankırı-Kastamonu Kış Turizm Aksı* içinde de konumlandırılmıştır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007). Batı Karadeniz'in turizm imajı "*doğa*" ya da

“*orman ve yaylalar*” gibi doğa ve doğanın birer parçası olan ögeler çerçevesinde biçimlenmekte, Bolu’da da doğa temelli turizm destinasyonu olarak Abant ön plana çıkmaktadır. Abant’ın popülaritesi, onun neredeyse Bolu’nun ana tanıtım öğelerinden biri olmasını sağlamıştır (Hoşcan, 2017, s. 176).

Ziyaretçilerin yüksek eğitim düzeyi, çevresel eğitim ve farkındalıkla doğrudan ilişkili olup; peyzaj değeri yüksek ve korunan alanlara yönelik rekreasyonel tercihleri de etkilemektedir (Martinis, Kabassi, Karris, & Minotou, 2018, s. 270). Nitekim yapılan araştırmalarda, alan ziyaretçilerinin %55–60’ının lisans ve lisansüstü düzeyde eğitilmiş olduğu görülmektedir. Bu durum, doğal kaynak değeri yüksek alanların, orta ve genç yaş grubundaki eğitilmiş ve çevresel farkındalığı yüksek bireylerce tercih edildiğini göstermektedir (Sayın & Karadağ, 2016, s. 90; Yılmaz & Okan, 2021, s. 201).

Ziyaretçilerin profili ikamet yerlerine göre incelendiğinde, çoğunluğun %94 gibi bir oranda Bolu dışından geldiği, özellikle Ankara’dan gelenlerin diğer illere göre daha çok olduğu görülmüştür. Bu sonuç, Ankara’nın bozkırlarla kaplı olması dolayısıyla doğal alanlarının azlığıyla açıklanabilir. Ayrıca, alanın Ankara-İstanbul arasındaki Anadolu Otoyolu ve TEM yolu üzerindeki konumu, Ankara ve İstanbul’dan gelen ziyaretçilerin çok olmasında etkili olmaktadır (Yılmaz & Okan, 2021, s. 201). Bolu’yla ilgili, Ankara ve İstanbul’daki yerleşik ziyaretçilerde neredeyse bütünüyle günübirlik turizm algısı olduğu gözlemlendiği için (Hoşcan N. , 2017), Doğu Marmara’dan ve Ankara’dan AG ve çevresine hafta sonlarında, okulların sömestri tatillerinde ve resmi tatillerde olan talebin kısa dönemde değişmesi beklenemez.

Öncelikli olarak, alana yönelik ziyaretlerin büyük ölçüde konaklamasız günübirlik seyahatler olarak gerçekleştiği, özellikle tatil dönemlerinde ve hafta sonu yoğunluk yaşanırken, hafta içi kullanım oranlarının belirgin biçimde kapasitenin altında kalması

üzerinde durulmalıdır. Alanda koruma-kullanma dengesinin sağlanarak taşıma kapasitesinin aşılmamasına, ziyaretçi profilinde nicelikten çok nitelik artışına önem verilmelidir. Bu konuda özellikle alanın uluslararası tur programlarının kapsamına alınması için, Ortadoğu ülkeleriyle beraber AB ülkelerinde doğru ve başarılı tanıtım çalışmaları yapılması öncelikli seçeneklerdendir. Bununla birlikte ülke içinde çeşitli ortak ilgi alanı olan orta yaşlılar, gençler, öğrenci grupları ve kurumsal işletmelerin teşvik turizmi (incentive tourism) faaliyetleri alana çekilerek çalışma zamanlarında ziyaretler artırılabilir. Alanın göl turizmi potansiyelinden ulusal ve uluslararası düzeyde daha yüksek gelir elde edebilmesi, bütüncül yaklaşımla yürütülecek planlama, geliştirme ve tanıtım süreçlerinin etkinliğine bağlıdır.

Kaynakça

AGMP Uzun Devreli Gelişme Planı. (2024). Abant Gölü Milli Parkı Uzun Devreli Gelişme Planı. Ankara: Tarım ve Orman Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü.

AGTP Uzun Devreli Gelişme Planı. (2001). Bolu: DKMP Bolu İl Şube Müdürlüğü.

Akan, P. (2013). Social Tourism in Turkey: A Tool for the Development of Domestic Tourism. L. Jolin, & A. Diekmann içinde, Social Tourism: International Perspectives. The Contribution of Research (s. 139-149). Québec: Presses de l'Université du Québec.

Akbaba, A. (2012). Destinasyon Geliştirme ve Küçük Ölçekli Turizm İşletmeleri: Akçakoca Üzerine Bir İnceleme. Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1-15.

Aker, R. (1946, Temmuz-Ağustos). Abant'ı Nasıl Bulduk, Nasıl Tanıttık. Abant Dergisi, s. 19-22.

Aker, R. (1949). Bolu Gezisi. İstanbul: İstanbul Matbaacılık TAO.

Akşam Gazetesi. (1939, Haziran 6). Akşam Gazetesi, s. 4.

Akşıray, F. (. (1957). Abant Gölü'nde Sun'i İlkah Usulü ile İlk Alabalık Üretimi. Balık ve Balıkçılık Dergisi, 5(5), 9-14.

Aykaç, A. (2009). Yeni İşler, Yeni İşçiler Turizm Sektöründe Emek. İstanbul: İletişim Yayınları.

Bolu Livâsı 1921-1925 Senesi Sâlnâmesi. (2008). B. Livâsı 1921-1925 Senesi Sâlnâmesi (Giriş-Metin-Tıpkıbasım-Dizin). (N. Kılıç, A. Kayapınar, B. Kaya, F. Kılıç, & L. Kayapınar, Dü) Bolu: Abant izzet Baysal Üniversitesi, Bolu Halk Kültürünü Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayınları.

T.C. Cumhurbaşkanlığı Devlet Arşivleri Başkanlığı Cumhuriyet Arşivi, (Yıl, Fon Kodu/Yer No)

DABCA, 1935, 490.1.0.0/982-808-1-144

DABCA, 1936, 490.1.0.0/982.808.1-120

DABCA, 1945, 30-18-1-2/107-109-2

DABCA, 1949, 30-10-0-0/156-95-23

DABCA, 1951, 30-18-1-2/126-60-13

DABCA, 1952, 30-18-1-2/129-55-17

DABCA, 1955, 30-18-1-2/139-43-17

Beritelli, P., Bieger, T., & Laesser, C. (2007). Destination governance: Using corporate governance theories as a foundation for effective destination management. *Journal of Travel Research*, 46, 96–107.

Berktaş, E. (2008). 1939–1950 dönemi Türk sinemasının ekonomik, politik, toplumsal ve kültürel yapısı [Yayınlanmamış sanatta yeterlik tezi]. T.C. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sinema-TV Anasanat Dalı, İstanbul.

Bilgen, P. (2009). Turizm yönetimi ve yeniden yapılanması [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Bolu Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğü. (2015). *Bolu ili 2014 yılı çevre durum raporu*. T.C. Bolu Valiliği Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğü.

Boluhedef. (2024, 3 Ocak). İşte 1953 yılında yapılan Bolu havaalanı... <https://boluhedef.com/haber/iste-1953-yilinda-yapilan-bolu-hava-alani>

Bulut, T. (2007). Cumhuriyet'in bir gençlik projesi olarak Kızılay kampları (1936–1950). *Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi*, 6(14), 103–135.

BYTUM. (1958). *Basın-Yayın ve Turizm Umum Müdürlüğü çalışmaları raporu*. BYTUM.

CHF Bolu Halkevi. (1933). *Cumhuriyetin 10. yıl dönümü çalışma broşürü*. Cumhuriyet Halk Fırkası Bolu Vilayet Matbaası.

Cingi, S. (1990). Türk banka sisteminde yeniden yapılanma girişimleri çerçevesinde Türkiye Kalkınma Bankası örneği. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), 109–140.

Coltman, M. M. (1989). *Tourism marketing*. Van Nostrand Reinhold.

Çetin, Z. Ö. (2015). Türkiye’de il özel idaresi sisteminin dönüşümü ve 6360 sayılı kanunun dönüşüme etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(2), 247–266.

Çiftçi, F., & Coşkun, İ. O. (2023). İktisat ve turizm politikası kaymalarının Türkiye’de turizm arzına etkilerinin yapısal kırılmalı birim kök testleri ile analizi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(3), 2114–2135.

DAGM. (1994). 438 numaralı Muhâsebe-i Vilâyet-i Anadolu defteri (937/1530) II.: Bolu, Kastamonu, Kengiri ve Koca-ili livâları: Dizin ve tıpkıbasım (Defteri Hakani Dizisi, No. 1). T.C. Başbakanlık Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü, Osmanlı Arşivi Daire Başkanlığı.

Dawson, D. B., Fountain, J. M., & Cohen, D. A. (2011). Place-based marketing and wine tourism: Creating a point of difference and economic sustainability for small wineries. In *Proceedings of the 6th International Conference of the Academy of Wine Business Research (AWBR)* (pp. 1–13). Bordeaux Management School.

Demirtaş, R. (2000). Kuzey Anadolu fay zonunun Abant–Gerede arasında kalan bölümünün neotektonik özellikleri ve paleosismisitesi [Yayınlanmamış doktora tezi]. Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Jeoloji Mühendisliği Anabilim Dalı, Ankara.

Demokrat Bolu Gazetesi. (1957, 27 Mayıs). s. 1.

DPT. (1963). *Birinci beş yıllık kalkınma planı (1963–1967)*. DPT.

Drews, R. (1976). The earliest Greek settlements on the Black Sea. *The Journal of Hellenic Studies*, 96, 18–31.

Erhat, A. (1996). *Mitoloji sözlüğü* (6. baskı). Remzi Kitabevi.

Evcin, E. (2013). *Birinci Dünya Savaşı'ndan Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşuna Bolu ve çevresi (Olaylar ve iz bırakanlar)*. Atatürk Araştırma Merkezi Yayınları.

Evcin, E. (2022a). Bolu'da Gazi / Atatürk Günü ve Abant Bayramı kutlamaları (1931–1938). *Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi*, 22(45), 711–749.

Evcin, E. (2022b). Cumhur Reisi İsmet İnönü'nün Bolu'yu ziyareti (5–7 Ağustos 1939). *Karadeniz İncelemeleri Dergisi*, 16(32), 547–590.

Formica, S., & Kothari, T. H. (2008). Strategic destination planning: Analyzing the future of tourism. *Journal of Tourism Research*, 46, 355–367.

Govers, R., Go, F., & Kumar, K. (2007). Promoting tourism destination image. *Journal of Travel Research*, 46(1), 5–23.

Gökçeel, E. (2017). Mudurnu. In N. Doğan (Ed.), *Bolu ve mutfak kültürü* (pp. 495–559). Abant İzzet Baysal Üniversitesi Bolu Halk Kültürünü Araştırma ve Uygulama Merkezi.

Gümüş, C. (2018). *Türk orman devrimi*. Türkiye Ormancılar Derneği.

Haugland, S. A., Gronseth, H. N., & Aarstad, J. (2011). Development of tourism destinations: An integrated multilevel perspective. *Annals of Tourism Research*, 38(1), 268–290.

Hoşcan, N. (2017). Seyahat acentelerinde sürdürülebilir pazarlama yaklaşımının kullanımı: Batı Karadeniz destinasyonu örneği [Yayınlanmamış doktora tezi]. Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyal Çevre Bilimleri Anabilim Dalı.

Hoşcan, N., & Türkseven, E. (2023). Türkiye'nin ulusal politika belgelerinde sosyal turizm [Social tourism in national policy documents in Turkey]. In F. Okumus, B. Denizci-Guillet, M. Tuna, & S. Dogan (Eds.), *Daha iyi bir dünya için turizm* (pp. 1–18). University of South Florida (USF) M3 Publishing.

Jamal, T. B., & Getz, D. (1995). Collaboration theory and community tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 186–204.

Kara, S. (2023). Cumhuriyet Dönemi'nde bir turistik mekân projesi: Abant Gölü (1923–1950). *Atatürk Yolu Dergisi*, 72, 200–223.

Karakaya, N., Evrendilek, F., Aslan, G., Güngör, K., & Karakaş, D. (2011). Monitoring of lake water quality along a trophic gradient using Landsat data. *International Journal of Environmental Science and Technology*, 8(4), 817–822.

KARM. (2016, 18 Temmuz). Hitit Üniversitesi – Karadeniz Arkeolojisini Araştırma Uygulama ve Araştırma Merkezi. Karadeniz Bölgesi. <http://www.karm.hitit.edu.tr>

KİATHM. (2018). *Bolu ili hava kalitesi analiz raporu (2010–2016)*. Kuzey İç Anadolu Temiz Hava Merkezi Müdürlüğü, T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı.

Kılıç, F. (2021). Türkiye’de Cumhuriyet Dönemi yaygın halk eğitimi: Bolu Halkevi örneği. In 9. *Uluslararası Atatürk Kongresi bildiriler kitabı, 12–15 Kasım 2019* (pp. 723–756). Atatürk Araştırma Merkezi.

Korkut, A., Gamsız, K., & Yurga, L. (2023). Türkiye’de alabalık yetiştiriciliğinin tarihsel süreci. *Acta Aquatica Turcica*, 19(2), 195–208.

Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2003). *Marketing for hospitality and tourism* (3rd ed.). Pearson Prentice Hall.

Kozak, N., Kozak, M., & Kozak, M. (2010). *Genel turizm: İlkeler ve kavramlar*. Detay Yayıncılık.

Külköylüoğlu, O., & İkizce, N. (2006, Kasım). Mudurnu ilçesinin biyolojik zenginlikleri. *Mudurnulular Derneği Bülteni*, 30–32.

Martinis, A., Kabassi, K., Karris, G., & Minotou, C. (2018). Unveiling the profile of tourists on islands with protected areas to promote sustainable tourism. In *Smart tourism as a driver for culture and sustainability: Fifth International Conference* (pp. 261–274). IACuDIT.

Mater, B., & Sunay, H. (1985). Abant Gölü ve çevresinde turba oluşumu. *İstanbul Üniversitesi Deniz Bilimleri ve Coğrafya Enstitüsü Bülteni*, 2(2), 77–92.

Mazanec, J. A., Wöber, K., & Zins, A. H. (2007). Tourism destination competitiveness: From definition to explanation? *Journal of Travel Research*, 46, 86–95.

Morgan, N., Pritchard, A., & Pride, R. (2004). *Destination branding: Creating the unique destination proposition* (2nd ed.). Elsevier/Butterworth-Heinemann.

Nişanyan, S. (2022). *Çağdaş Türkçenin etimolojisi*. Liberus Yayınları.

OGM. (1988). *Abant Gölü Tabiat Parkı tefrik raporu*. Orman Genel Müdürlüğü, Milli Parklar Daire Başkanlığı.

Okan, K. (1996). *Akçakoca: Düünü ve bugünü* (1. baskı). İlke Yayınevi.

Orak, H. (1946). *Türkiye kılavuzu*. Hüseyin Orak.

Önal, G. (Ed.). (2011). *Osmanlı devri Kastamonu Vilâyeti salnâmelerinde Bolu Sancağı* (Cilt 2). Bolu Belediyesi Bolu Araştırmaları Merkezi Yayınları.

Özçelik, F. (2013). *Cumhuriyet döneminde Düzce (1946–1960)* [Yayınlanmamış doktora tezi]. T.C. Marmara Üniversitesi, Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü, Türk Tarihi Anabilim Dalı, Cumhuriyet Tarihi Bilim Dalı.

Özçelik, F., & Dokuyan, S. (2014). Bolu Halkevi ve faaliyetleri. *Electronic Turkish Studies*, 9(4), 877–900.

Özdemir Tiryaki, N. (2019). *Cumhuriyet döneminde Bolu'da iktisadi hayat (1923–1960)*. Siyasal Kitabevi.

Özdemir, M. (1992). Türk turizm tarihi içinde TURBAN'ın yeri ve önemi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(6), 23–34.

Sainaghi, R. (2006). From contents to processes: Versus a dynamic destination management model (DDMM). *Tourism Management*, 27, 1053–1063.

Sarıg zel, N. (2023, 29 Ekim). Türkiye Cumhuriyeti Turizm Bankası. *Atatürk Ansiklopedisi*.
<https://ataturkansiklopedisi.gov.tr/bilgi/turkiye-cumhuriyeti-turizm-bankasi>

Savacı, H. C. (2010). Cumhuriyet dönemi ressamlarının (1923–1950) Anadolu kültürünü tanımaya yönelik çalışmaları ve Türk resmine etkisi [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Güzel Sanatlar Eēitimi Anabilim Dalı, Resim İş  ēretmenliēi Bilim Dalı.

Sayın, ř., & Karadaē, A. A. (2016). Abant Tabiat Parkı rekreasyonel beklentilerinin deēerlendirilmesi. *Düzce Üniversitesi Orman Fakültesi Ormancılık Dergisi*, 12(2), 80–93.

Servi, H., Akata, I., &  etin, B. (2010). Macrofungal diversity of Bolu Abant Nature Park (Turkey). *African Journal of Biotechnology*, 9(24), 3622–3628.

Soyak, M. (2013). Uluslararası turizmde son eēilimler ve Türkiye’de turizm politikalarının evrimi. *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(4), 1–18.

şahin, İ. (2007). Türkçe yer adlarının yapısı  zerine. *Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, 32, 1–14.

şakarcan, Y. (1963). *Touristic Bolu – Your holiday in Bolu*. Türkiye Turizm Cemiyeti Yayını.

şiraz, Y. (2006). *Troya savaşlarına katılan kavimlerin kimlikleri ve kökenleri* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İlk ēretim Anabilim Dalı, Sosyal Bilimler  ēretmenliēi Bilim Dalı.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2007). *Türkiye turizm stratejisi 2023 eylem planı*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı.

TBMM Tutanak Dergisi. (1950, 20 Mart). Altmış sekizinci birleşim, dönem VIII, cilt 25, toplantı 4. TBMM.

TTB. (1956). *1955 yılı bilançosu, faaliyet ve murakıplar raporları*. Türkiye Turizm Bankası Anonim Şirketi.

TTB. (1957). *Türkiye Turizm Bankası Anonim Şirketi 2. hesap yılı idare meclisi raporu, murakıplar raporu, 31 Aralık 1956 bilançosu, kâr ve zarar hesabı*. T.C. Ziraat Bankası Matbaası.

TTB. (1959). *Türkiye Turizm Bankası Anonim Şirketi 31 Mart 1959'da toplanan âdî umumi heyeti 4. hesap yılı idare meclisi raporu, murakıplar raporu, 31 Aralık 1958 bilançosu, kâr ve zarar hesabı*. Becid Basımevi.

Tunçer, M. (2002). *Abant Gölü Tabiat Parkı uzun devreli gelişme planı, 1/25.000 ve 1/10.000 analitik, sentez ve planlama raporları*. UTTA Planlama & Danışmanlık Ltd. ve Selin Ormancılık A.Ş.

Tunçer, M. (2013). Doğal peyzaj dönüşümünde kamu yaklaşımlarına bir örnek: Abant Gölü Tabiat Parkı'nda çevre tahribatı [Sözlü bildiri]. In *Peyzaj Mimarlığı 5. Kongresi*, Ankara, Türkiye. TMMOB Peyzaj Mimarları Odası.

Türker, N. (2013). Batı Karadeniz Bölümü ekoturizm kaynaklarının değerlendirilmesi ve bir ekoturizm rotası önerisi. *International Journal of Social Science*, 6(4), 1093–1128.

Türkiye Turizm Bankası Anonim Şirketi. (1958). *Türkiye Turizm Bankası Anonim Şirketi esas mukavelenamesi*.

Türkkan, R. O. (1953, Ekim). Otel meselesinin halli. *Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu Belleteni*, 141, 14–15.

Ulus Gazetesi. (1938, 25 Ağustos). s. 6.

Ulus Gazetesi. (1939, 28 Haziran). s. 2.

Ulus Gazetesi. (1939, 31 Temmuz). s. 1.

Umar, B. (2004). *Bithynia*. İnkılap Yayınları.

Ülker, E. (2010). Destinasyon pazarlamasında destinasyon seçimi karar verme süreci üzerine bir çalışma: Bozcaada örneği [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. T.C. Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı.

Velidedeoğlu, H. V. (1945, Kasım–Aralık). Abant Gölü’nde. *Abant Bolu Halkevi Kültür Dergisi*, 6(1), 13–17.

Wang, Y., & Xiang, Z. (2007). Toward a theoretical framework of collaborative destination marketing. *Journal of Travel Research*, 46, 75–85.

Yenen, M. (1950, Ocak). Abant’ın iç ve dış turizm için önemi ve bu bakımdan imarı. *İller ve Belediyeler Dergisi*, 52, 23–25.

Yılmaz, S. T. (2021). Türkiye toponimi çalışmalarında semantik tasnif sorunu üzerine bir değerlendirme. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 61(2), 1123–1161.

Yılmaz, Z., & Okan, T. (2021). Abant Gölü Tabiat Parkı’nda ziyaretçi harcamalarının sosyoekonomik analizi. *Eurasian Journal of Forest Science*, 9(3), 196–219.

GEÇİCİ KAPAK

*Kapak tasarımı
devam ediyor.*