T.C.

KARABÜK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

ÇERKES (ABHAZ, ADİGE) MUTFAĞININ GASTRONOMİ TURİZMİ ÇERÇEVESİNDE İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Selim AKSU

Tez Danışmanı
Doç. Dr. Nuray TÜRKER

Karabük
Eylül-2017

T.C.

KARABÜK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

ÇERKES (ABHAZ, ADİGE) MUTFAĞININ GASTRONOMİ TURİZMİ ÇERÇEVESİNDE İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Selim AKSU

Tez Danışmanı
Doç. Dr. Nuray TÜRKER

Karabük
Eylül-2017

TEZ KURULU ONAY SAYFASI

Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'ne,

Selim AKSU'ya ait "*Çerkes (Abhaz, Adige) Mutfağının Gastronomi Turizmi Çerçevesinde İncelenmesi*" adlı bu tez çalışması, Tez Kurulumuz tarafından Turizm İşletmeciliği YÜKSEK LİSANS programı tezi olarak oybirliği/~~oyçokluğu~~ ile kabul edilmiştir.

	Akademik Unvanı, Adı ve Soyadı	İmzası
Tez Kurulu Başkanı	: Doç. Dr. Nuray TÜRKER	.....
Danışman Üye	: Doç. Dr. Nuray TÜRKER	.....
Üye	: Yrd. Doç. Dr. Nurettin AYAZ	.....
Üye	: Yrd. Doç. Dr. Aydoğan AYDOĞDU	.....

Tez Sınavı Tarihi: 13 Eyül 2017

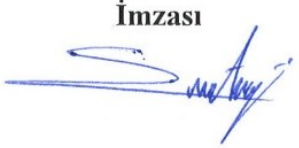
DOĞRULUK BEYANI

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum bu çalışmayı bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı herhangi bir yola tevessül etmeden yazdığımı, araştırmamı yaparken hangi tür alıntıların intihal kusuru sayılacağını bildiğimi, intihal kusuru sayılabilecek herhangi bir bölüme araştırmamda yer vermediğimi, yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu ve bu eserlere metin içerisinde uygun şekilde atıf yapıldığını beyan ederim.

Enstitü tarafından belli bir zamana bağlı olmaksızın, tezimle ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak ahlaki ve hukuki tümsonuçlara katlanmayı kabul ederim.

Selim AKSU

İmzası



ÖNSÖZ

Turizmi bir kalkınma aracı olarak gören ülkelerin turizme verdiği önem giderek artmaktadır. Bu amaçla turizm faaliyetlerini tüm yıla yaymak ve turizmi çeşitlendirmek için pek çok projeler ve stratejiler üretilmektedirler. Bu kapsamda yeni gelişen bir turizm çeşidi olan gastronomi turizmi yerel kalkınma aracı olarak stratejiler içerisinde sıklıkla yer almaya başlamıştır.

Zengin ve benzersiz mutfak kültürüne sahip ülkeler mutfak kültürleri ile ön plana çıkmaktadır. Türkiye'deki kültürel mozaiğin bir parçası olan Çerkesler sahip oldukları lezzetli mutfak kültürleriyle dikkat çekmektedir. Bu bağlamda, Çerkes mutfağından turizm amaçlı olarak yararlanılabilmesi için Çerkes mutfak kültürünün gastronomi turizmi kapsamında incelenmesini ve turistik bir ürün olarak tanıtılması için birtakım girişimlere ihtiyaç bulunmaktadır. Çerkes mutfağından gastronomi turizmi ürünü olarak yararlanılmasına bilimsel bir yaklaşım getirmeyi amaçlayan bu çalışmada Çerkes mutfak kültürü incelenmiş, Çerkes nüfusun yoğun olarak yaşadığı Düzce ve Sakarya illerinde yapılan ampirik araştırmanın sonuçları paylaşılmıştır. Böylece, gastronomi turizmi odaklı olarak geliştirilebilecek bir turistik ürününün ülke turizmine katkıda bulunacağı ümit edilmektedir.

Bu çalışmanın hazırlanmasında öncelikle desteğini esirgemeyen, çalışmamda bana doğru yolu göstererek yapıcı bir şekilde beni yönlendiren tez danışmanım Doç. Dr. Sayın Nuray TÜRKER'e şükranlarımı sunarım. Ayrıca tez savunma jürisinde görev alan değerli hocalarım Yrd. Doç. Dr. Sayın Nurettin AYAZ ve Yrd. Doç. Dr. Sayın Aydoğan AYDOĞDU'ya, yardımlarını esirgemeyen Mehmet UÇAR'a, araştırma süresince verdiği destekten dolayı Ömer Ceyhun APAK arkadaşıma ve her zaman yanımda olan aileme teşekkürü bir borç bilirim.

Selim AKSU

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖNSÖZ ..... **i**

İÇİNDEKİLER ..... **ii**

KISALTMALAR ..... **vi**

TABLOLAR LİSTESİ ..... **vii**

ŞEKİLLER LİSTESİ ..... **ix**

RESİMLER LİSTESİ ..... **x**

GİRİŞ **1**

BİRİNCİ BÖLÜM

ÇERKESLER VE ÇERKES MUTFAĞI

1.1. KUZEY KAFKASYA HALKLARI VE ÇERKESLER **4**

1.1.1. Adigeler **6**

1.1.2. Abhazlar **6**

1.2. ÇERKES SÖZCÜĞÜNÜN KÖKENİ **7**

1.3. ÇERKES TARİHİ **9**

1.4. ÇERKES KÜLTÜRÜ **12**

1.5. ÇERKES MUTFAĞI **14**

1.5.1. Adige Mutfağı **17**

1.5.2. Abhaz Mutfağı **18**

1.5.3. Çerkes (Adige ve Abhaz) Mutfağına Özgü Yemekler **19**

1.5.3.1. Çorbalar 19

1.5.3.2. Et Yemekleri 20

1.5.3.3. Kümes Hayvanları ile Hazırlanan Yemekler 22

1.5.3.4. Hamur İşleri, Ekmek ve Börekler 23

1.5.3.5. Tahıl ve Kuru baklagillerden Yapılan Yemekler 25

1.5.3.6. Sebze ve Ot ile Yapılan Yemekler 27

1.5.3.7.Süt Ürünleri 28

1.5.3.8.Tatlılar 30

1.5.3.9. İçecekler 31

1.5.3.10. Otlar ve Baharatlar 32

1.5.3.11. Soslar ve Yardımcı Yemekler 33

1.5.3.12. Mutfakta Kullanılan Araç Gereçler 35

İKİNCİ BÖLÜM

GASTRONOMİ VE GASTRONOMİ TURİZMİ

2.1. GASTRONOMİNİN TANIMI VE TARİHÇESİ 37

2.2. GASTRONOMİNİN KAPSAMI ÖNEMİ VE AMACI 39

2.3. GASTRONOMİNİN DİĞER BİLİMLERLE İLİŞKİSİ 40

2.4. GASTRONOMİ İLE İLGİLİ KAVRAMLAR 41

2.4.1. Gurme 41

2.4.2.Gastronom 42

2.4.3. Degüstatör 42

2.4.4. Şarap Turizmi 42

2.4.5. Eko Gastronomi 43

2.4.6. Moleküler Gastronomi 44

2.4.7. Füzyon Mutfak 44

2.4.8. Slow Food..... 45

2.4.9. Organik Tarım..... 45

2.5. GASTRONOMİ TURİZMİ KAVRAMI..... 46

2.5.1. Gastronomi Turistlerinin Motivasyonları..... 50

2.5.2. Dünya'da Gastronomi Turizmi..... 53

2.5.3. Türkiye'de Gastronomi Turizmi..... 57

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ÇERKES (Abhaz, Adige) MUTFAĞININ GASTRONOMİ TURİZMİ ÇERÇEVESİNDE İNCELENMESİNE YÖNELİK ALAN ARAŞTIRMASI

3.1. ARAŞTIRMA ALANI..... 61

3.2. ARAŞTIRMA PROBLEMİ..... 62

3.3. ARAŞTIRMANIN AMACI..... 62

3.4. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ..... 63

3.5. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI..... 63

3.6. VARSAYIMLAR..... 64

3.7. ÇALIŞMA GRUBU..... 65

3.8. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ..... 66

3.9. VERİLERİN TOPLANMASI..... 66

3.10. VERİLERİN ANALİZİ..... 67

3.11. KATILIMCI PROFİLİ..... 67

3.12. ARAŞTIRMANIN BULGULARI..... 69

3.12.1. Restoran İşletmecileri ve Çalışanları ile İlgili Bulgular..... 69

3.12.2. Turizm Paydaşları ile ilgili Bulgular..... 79

3.12.3. Katılımcı Gruplarının (Restoran İşletmecileri ve Çalışanları ile Turizm Paydaşları) Karşılaştırılması..... 89

SONUÇ ve ÖNERİLER 94

KAYNAKÇA 102

EKLER 112

ÖZ 115

ABSTRACT 117

ÖZGEÇMİŞ 121

KISALTMALAR

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

Bkz: Bakınız

DTÖ: Dünya Turizm Örgütü

Euro: Avrupa Birliği Para Birimi

f: Frekans

n: Örneklem Sayısı

TÜRSAB: Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği

TDK: Türk Dil Kurumu

UNESCO: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü

TABLOLAR LİSTESİ

Sayfa

Tablo 1: Turistlerin Gastronomi Turizmi Faaliyetlerine Katılma Düzeyleri..... 50

Tablo 2:Dünya'da Yemek Turizmiyle İlgili Faaliyette Bulunan Kurum, Şirket, Topluluk Sayısı 55

Tablo 3: Katılımcı Listesi 68

Tablo 4: Araştırmaya Katılan Restoran İşletmecileri ve Çalışanlarının Demografik Değişkenlerine Yönelik Bulgular (n=26) 69

Tablo 5: Araştırmaya Katılan Restoran İşletmelerinin Niteliklerine Yönelik Bulgular (n=26)..... 70

Tablo 6: Çerkes Mutfağının Gastronomi Turizmi Çerçevesinde Geliştirilmesine Yönelik Restoran İşletmecileri ve Çalışanlarından Elde Edilen Bulgular (n=26)..... 72

Tablo 7: Çerkes Mutfağının Gastronomi Turizmi Çerçevesinde Geliştirilmesine Yönelik Restoran İşletmecileri ve Çalışanlarından Elde Edilen Verilerin Cinsiyete Göre Dağılımı (n=26) 73

Tablo 8: Çerkes Mutfağının Gastronomi Turizmi Çerçevesinde Geliştirilmesine Yönelik Restoran İşletmecileri ve Çalışanlarından Elde Edilen Verilerin Yaşa Göre Dağılımı (n=26) 74

Tablo 9: Çerkes Mutfağının Gastronomi Turizmi Çerçevesinde Geliştirilmesine Yönelik Restoran İşletmecileri ve Çalışanlarından Elde Edilen Verilerin Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı (n=26)..... 75

Tablo 10: Çerkes Mutfağının Gastronomi Turizmi Çerçevesinde Geliştirilmesine Yönelik Restoran İşletmecileri ve Çalışanlarından Elde Edilen Verilerin İşletmedeki Görevlerine Göre Dağılımı (n=26) 77

Tablo 11: Çerkes Mutfağının Gastronomi Turizmi Çerçevesinde Geliştirilmesine Yönelik Restoran İşletmecileri ve Çalışanlarından Elde Edilen Verilerin Mesleki Tecrübeye Göre Dağılımı (n=26) 78

Tablo 12: Turizm Paydaşlarının Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımı (n=77) 80

Tablo 13: Çerkes Mutfağının Gastronomi Turizmi Çerçevesinde Geliştirilmesine Yönelik Olarak Turizm Paydaşlarından Elde Edilen Bulgular (n=77)..... 81

Tablo 14: Çerkes Mutfağının Gastronomi Turizmi Çerçevesinde Geliştirilmesine Yönelik Olarak Paydaşlardan Elde Edilen Verilerin Cinsiyete Göre Dağılımı (n=77) 82

Tablo 15: Çerkes Mutfağının Gastronomi Turizmi Çerçevesinde Geliştirilmesine Yönelik Olarak Turizm Paydaşlarından Elde Edilen Verilerin Yaşa Göre Dağılımı (n=77)..... 83

Tablo 16: Çerkes Mutfağının Gastronomi Turizmi Çerçevesinde Geliştirilmesine Yönelik Olarak Turizm Paydaşlarından Elde Edilen Verilerin Eğitim Durumuna Göre Dağılımı (n=77) 85

Tablo 17: Çerkes Mutfağının Gastronomi Turizmi Çerçevesinde Geliştirilmesine Yönelik Olarak Turizm Paydaşlarından Elde Edilen Verilerin Kurumdaki Görevlerine Göre Dağılımı (n=77) 86

Tablo 18: Çerkes Mutfağının Gastronomi Turizmi Çerçevesinde Geliştirilmesine Yönelik Olarak Turizm Paydaşlarından Elde Edilen Verilerin Mesleki Tecrübelerine Göre Dağılımı (n=77) 87

Tablo 19: Çerkes Mutfağının Geliştirilmesine Yönelik Paydaş Görüşlerinin Karşılaştırılması..... 89

ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa

Şekil 1:Kafkasya Haritası 9

Şekil 2:Türkiye'deki Çerkes Yerleşim Yerleri 12

Şekil 3: Trakya Bağ Rotası 59

Şekil 4: Türkiye'de Gastronomi turizmi Amaçlı Ziyaret Edilen İller 60

Şekil 5: Çerkes Mutfağının Gastronomi Turizmi Bağlamında Geliştirilmesine Yönelik Yapılabilecek Faaliyetlere İlişkin Katılımcı Görüşleri 98

RESİMLER LİSTESİ

Sayfa

Resim 1: Çerkes Tavuğu/Aktuı Sızbal..... 23

Resim 2: Haluj/Psıhaluj 24

Resim 3: Abısta/Mamırsa 26

Resim 4: Abhaz İsli Peynir 29

Resim 5: Abhösa Sızbal..... 34

GİRİŞ

21. yy'da turistlerin değişen turizm anlayışları ve seyahat motivasyonları yeni turizm türlerinin ortaya çıkmasına ve turizm pazarında ürünlerin çeşitlenmesine yol açmıştır. Günümüzün turisti yüksek eğitimli, pasif seyahatler yerine aktif tatilleri tercih eden, öğrenme, eğitsel tecrübe, yeni yerler keşfetme odaklı, bilgili, bilgi teknolojilerini yüksek düzeyde kullanan ve farklı tatil seçenekleri aramaktadır. Değişen turizm anlayışı, grup tatillerinden bireysel tatillere, aynı yerde uzun süreli kalışlardan birkaç yerde daha kısa süreli kalışlara, deniz-kum-güneş tatillerinden tarih, kültür, iş, doğa ve spor turizmine doğru değişiklikler göstermektedir (Devlet Planlama Teşkilatı (DPT), 1996: 19). Turist profilindeki bu değişimler turizm pazarının değişen talebe uygun ürün geliştirmesini zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda pazardaki turistik ürünler çeşitlenmiş ve ortaya küçük pazarlardan (niche) oluşan çok çeşitli turistik ürünler (gastronomi turizmi, eko turizm, kırsal turizm, şarap turizmi, çiftlik turizmi, etkinlik turizmi, v.b.) çıkmıştır.

DTÖ (2017) rakamlarına göre 2016 yılı itibariyle tüm dünyada uluslararası seyahat faaliyetlerine katılan kişi sayısı 1,2 milyardır. Bu ziyaretçilerin yaklaşık yarısı kıyı turizmi amacıyla seyahat etmektedirler. Örneğin; Avrupalı turistlerin % 46'sı deniz-kum-güneş turizmine katılmakta (Avrupa Birliği (AB), 2014), her yıl Akdeniz kıyılarını ortalama 300 milyon kişi ziyaret etmektedir (www.coastlearn.org, 2017). Bununla birlikte; alternatif turizm türlerine olan ilgi de giderek artmaktadır. 2014 yılında Avrupalı turistlerin % 25'i kültürel amaçlarla, %30'u doğal alanlara, % 13'ü termal nedenlerle seyahat etmiştir (Avrupa Birliği (AB), 2014). ABD'li ziyaretçilerin %17'si gastronomi amaçlı seyahat etmekte, Uluslararası Gastronomi Turizmi Birliği'ne göre her yıl 27 milyon ABD'li gastronomi ile ilgili faaliyetlere katılmaktadır. İngiltere, gastronomik faaliyetlerden her yıl 8 milyar dolar gelir elde etmektedir (Wordpress, 2017). Gelecekte de alternatif turizm türlerine ve gastronomi

turizmine olan bu ilginin devam edeceği öngörülmektedir. Dolayısıyla bu gelişmeler gastronomi turizminin gelecekte de önemli bir pazar olacağını göstermektedir.

Kıyı turizminin gelişmiş olduğu Türkiye, her yıl turist ağırlamaktadır. Bununla birlikte, Türkiye bir taraftan turistlerin değişen tatil anlayışlarını dikkate alarak diğer yandan kitle turizminin yarattığı olumsuz etkileri azaltmak, turizmin sürdürülebilirliğini sağlamak, turizm endüstrisini 12 aya yaymak gibi nedenlerle 1990'lı yıllardan itibaren alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi için yoğun çaba harcamaktadır. Bu bağlamda ülkemizin zengin gastronomik değerleri de dikkate alarak geliştirilmeye çalışılan turizm türlerinden biri de gastronomi turizmidir. On bin yıllık tarihi geçmişi, Osmanlı döneminde çok geniş bir coğrafyaya yayılmanın, farklı etnik gruplar ile yüzyıllardır birlikte yaşamanın ve kaynaşmanın bir sonucu olarak çok zengin bir yemek kültürüne sahip olan Türkiye'nin önemli bir gastronomi turizmi potansiyeli bulunmaktadır. Bu bağlamda bu çalışma, yüzyıllardır Anadolu'da yaşayan Kafkas halkı Çerkeslerin yemek kültürünün gastronomi turizmi kapsamında incelenmesi ve gastronomi turizminin geliştirilmesi üzerine odaklanmaktadır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2006 yılında Sakarya, Kocaeli, Düzce illerinde (Batı Karadeniz), altyapı yetersizlikleri nedeni ile turizmden yeterli pay alamayan bölgelere/illere turizmin sosyo-ekonomik katkısının artırılması amacıyla başlattığı turizmi geliştirme çalışmaları (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2016) bölgenin yeterli ve çekici bir turizm potansiyeli olduğunu göstermektedir. Ancak turizmin istenilen ölçüde gelişmemiş olduğu bölgede kıyı turizmi (Akçakoca) ve kış turizmi (Kartepe) en önemli sayılabilecek turistik ürünlerdir. Bu potansiyelden etkin bir biçimde yararlanılması için turistik ürünlerin geliştirilmesine ve çeşitlenmesine, yeni turistik yatırımlara, bölgesel tanıtım ve pazarlama politikalarının oluşturulmasına, yerel yönetimlerin yaratıcı girişimlerine, turizmin tüm paydaşları arasında işbirliğine ihtiyaç bulunmaktadır.

Bu çalışmanın ana konusu olan Çerkesler, Anadolu kültürünün önemli bir parçasıdır. Anavatanları olan Kafkasya'dan yaklaşık 150 yıl önce sürgüne uğramış ve Osmanlı topraklarına göç ettirilmiştir. Çoğunluğu Anadolu topraklarına, bir kısmı Balkanlar ve Trakya'ya, bir kısmı ise Suriye ve Ürdün topraklarına yerleştirilmiştir. Kafkasya'dan Osmanlı topraklarına göç ettirilen tüm göçmenler Çerkes adıyla anılır.

Bununla birlikte gerçek Çerkesler aynı atadan gelen Abhaz ve Adige gruplarıdır. Günümüzde Türkiye'de 2,5 milyon kadar Çerkes kökenli vatandaşın yaşadığı tahmin edilmektedir (Kaya, 2012). Kültürel kimliklerini günümüze kadar korumayı başaran Çerkesler, Anadolu topraklarına her alanda zenginlik katmışlar, özellikle yemekleri ile ön plana çıkmışlardır.

Çerkesler Kafkasya'dan getirdikleri yüzyıllardır süregelen zengin ve farklı yemek kültürleri ile dikkat çekmektedirler. Çerkes mutfağının gastronomi turizmi çerçevesinde değerlendirilerek tanıtılması amacıyla hazırlanan bu araştırmada; ülkemizdeki gastronomi turizmine bilimsel temelli bir bakış açısı geliştirmek, Türkiye'de gastronomi turizminin gelişim sürecine katkı sağlamak, ülkemizdeki turistik ürünlerin çeşitlenmesine, turizm endüstrisinden tüm bölgelerin yararlanmasına ve turizmin tüm yıla yayılmasına yönelik çabalara destek olmak, Türkiye'deki farklı etnik kültürlerin mutfak kültürlerini ortaya çıkarmak ve yiyecek-içecek işletmelerine yol göstermek, hedeflenmektedir.

Tez çalışması, kavramsal çerçeve ve uygulama çalışması olmak üzere iki ana bölümden oluşmaktadır. Kavramsal çerçeve bölümünde; Çerkesler, Çerkes tarihi, Çerkes kültürü, Çerkes mutfağı, gastronominin tanımı ve tarihçesi, gastronominin amacı ve önemi, gastronominin diğer bilim dalları ile ilişkisi ve gastronomi turizmi kavramı incelenmiştir. Uygulama bölümünde ise Düzce ve Sakarya illerinde bulunan menüsünde Çerkes yemeği bulunduran restoran işletmeleri ve aynı illerdeki turizm paydaşları (Oteller, seyahat acenteleri, sivil toplum kuruluşları, kamu kuruluşları ve yerel halk) ile Çerkes mutfağının tanıtılması, gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi ve bölgede gastronomi turizminin geliştirilmesi üzerinde yapılan ampirik çalışmadan elde edilen bulgular analiz edilmiş ve Çerkeslerin yoğun olarak yaşadığı Sakarya ve Düzce'de gastronomi turizminin geliştirilmesi için öneriler sunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

ÇERKESLER VE ÇERKES MUTFAĞI

1.1. KUZEY KAFKASYA HALKLARI VE ÇERKESLER

Çerkeslerin anavatanı olarak bilinen Kafkasya, Anadolu yarımadasının kuzeydoğusunda yer alan oldukça yüksek ve dağınık bir coğrafi alandır. Kafkasya; Azak denizi, Hazar denizi ve Karadeniz arasında kalan *Apşeron* yarımadasından başlayarak Kafkas dağlarının hem kuzeyini hem de güneyini içerisine alır. Adını bölgede bulunan Kafkas dağlarından almaktadır. Kafkas Dağları kuzeybatı-güneydoğu istikametinde uzanmakta olup, kuzey ucu Karadeniz'de *Anapa* Kalesi'nden başlayıp güney ucu ise Hazar Denizi'nde Bakü civarında son bulmaktadır (Gide, 2011). Kafkas dağlarının kuzeyinde kalan güneyde *İngur* ırmağı ile çevirili olan bölge kuzey Kafkasya olarak adlandırılır. (Aslan ve diğerleri, 2005).

Kafkasya kelimesi, ilk kez Yunanlı düşünür *Aishylos'un* M. Ö.490'da yazdığı bir eserde *Kavkasos* Dağı şeklinde geçmiş, daha sonra yıllar içerisinde *Caucasus, Caucasia, Caucasie* gibi bazı değişikliklere uğrayarak günümüze kadar ulaşmıştır (Kemaloğlu, 2012). Kafkasya eski Yunan tarafından *As* diye adlandırılırken, Tatarlar tarafından *Yalbuz* (buz yelesi), Nogaylar tarafından ise Yıldız Dağları olarak adlandırılmıştır. Başka bir görüşe göre de Kafkas adı Farsça dağ anlamına gelen *kuh* ile eski Türkçe'de beyaz anlamına gelen "kas" kelimelerinin birleşiminden ortaya çıkmıştır (Kafkasya raporu, 2013).

Kafkasya; Abhaz, Abazin, Adiğe, Çeçen ve Dağıstanlı gibi yerli halkların yaşadığı ve zamanla Oset, Karaçay-Balkar, Nogay ve Kumukların yerleştiği bir bölgedir. Bütün bu topluluklar bir araya gelerek Kafkas kültürü ve kimliğini oluşturmaktadırlar (Hacısalihoğlu, 2013).

Birçok tarihçi ve coğrafya uzmanı Çerkeslerin yurdunu sadece Adige boylarının, Abhaz, Abazin boylarının ve Ubıh halkının topraklarını kapsayan orta ve kuzeybatı Kafkasya olarak belirtmektedirler. Kafkas halklarının tümünü (Adıge, Abhaz, Ubıh, Karaçay, Oset, Çeçen-İnguş ve Dağıstanlılar) Çerkes üst kimliği kapsamında değerlendiren tarihçiler ve kurumlar ise tüm Kuzey Kafkasya'yı Çerkesya adıyla adlandırmaktadırlar (Aslan ve diğerleri, 2005).

Kafkasya üzerinde tarih boyunca büyük devletler arasındaki hâkimiyet mücadelesi hiç azalmamıştır. İlkçağlarda Romalıların, Perslerin ve İskitlerinbaşlattığı mücadelenin ortaçağlarda Bizanslılar, Sasaniler ve Hazarlar ile devam ettiği görülmektedir. Daha sonra bu mücadelelere İslâm devletleri de katılmış, gerek Büyük Selçuklu İmparatorluğu'nun gerekseMoğolların hâkimiyetleri Kafkasya üzerinde son derece etkili olmuştur (Kemaloğlu, 2012). Günümüzde Kafkasya, Asya'nın giriş kapısı olması nedeniyle bu bölgede hâkimiyet sağlamayı amaçlayan ülkeler için stratejik bir öneme sahiptir. Güney Kafkasya'nın kontrol edilmesiancak Kuzey Kafkasya üzerinde hâkimiyetsağlamakla mümkündür. Bu nedenle Kuzey Kafkasya'yı elinde bulundurmak isteyen Rusya için bu bölge büyük önem taşımaktadır.

Kafkasya, Rus işgalinden önce yerli halkların ve büyük göç hareketleriyle gelip bu bölgeye yerleşmiş olan toplumların bir arada yaşadığı etnik ve dinsel çeşitliliği ve zengin bir kültürel mirasa sahip bir bölgedir (Atlas dergisi, 2013). Bununla birlikte Kafkasya, kırktan fazla halkın bir arada yaşadığı, birbirinden farklı pek çok dilin konuşulduğu, kültürel çeşitliliği ve yapısı ile dünya üzerindeki en karmaşık bölgelerden biridir. Bölgenin demografik yapısı incelendiğinde, bölgenin Adıge (*Şapsığ, Abzekh, Hatukhay, Beleney, Kabardey vs.*) Abhaz-Ubıh, Çeçen-İnguş grupları ve Dağıstan bölgesinde yaşayan (*Andi, Avar, Lak, Lezgi vb.*) kabileler ile bölgeye sonradan gelip yerleşenhalklar olan Turanî kökenli Karaçaylar, Balkarlar,

Nogaylar, Kumuklar ile İndo-germenkökenli bir halk olan Osetlerden oluştuğu görülmektedir (Aslan, 2006).

1.1.1. Adigeler

Adige, anavatanı Kuzeybatı Kafkasya olan ve 19. yüzyılın ikinci yarısında uğradıkları sürgün sonucu bugün nüfusunun büyük çoğunluğu anavatanının dışında; Türkiye, Ürdün, Suriye, İsrail vd. ülkelerde yaşayan halkın kendine verdiği isimdir. Ancak yaşadıkları ülkelerde ve ilgili literatürde daha çok Çerkes olarak bilinmektedirler. Adigeler, 19. Yüzyıl ortalarına kadar korunan toplum ve yerleşim yapılarına göre *Natuhay, Abzeh, Sapsığ, Bjeduğ, Cemguy, Hatukay, Mamheğ, Mahos, Besleney ve Kabardey* boylarından oluşmaktadır (Papşu,2006). Adigelerin kökeninin M.S. 4. yüzyılda Hunların Avrupa'ya hareketi sırasında büyük oranda yok olan veya Kafkas Dağlarına sığınmış olan ve Antik Çağda Karadeniz'in tüm doğu sahillerinde varlığını sürdüren *Meot-Sind* gibi halklardan geldikleri sanılmaktadır. Günümüzde ise Çerkes kelimesi, yukarıda belirtilen kabilelerden oluşan ve aynı dilin farklı lehçelerini konuşan Adigeler ile aynı kökten fakat dil olarak daha uzakta bulunan Abhaz-Abaza grubu ve dil bakımından bu iki grubun arasında olan Ubıhları ifade etmektedir (Akay, 2009).

1.1.2. Abhazlar

Kafkasya'nın en eski yerli haklarından biri olan Abhazlar, 12. yüzyıldan daha eskiye uzanan köklü devlet geleneğine sahipbir halktır. Kültürel olarak Abhazlar etnogenetik açıdan Adigelere daha yakındır. Abhazlar iki ana gruba ayrılırlar; kendilerini *Apsuva* olarak adlandıran Abhazlar ile kendilerini *Aşuva-Aşkaraw* olarak adlandıran Abazinler-Abazalar. Abhazlar, etnografik, sosyal, ekonomik yaşamları ve dünya anlayışlarıyla komşusu olduklarıuluslardan çok farklıdırlar. Abhazlar, 21 Mayıs 1864'de sonlanan Kafkas-Rus savaşlarında en son silahbırakan halktır ve sonrasında ise *Sadz* Abhazları ve Ubıhlarla birlikte Türkiye'ye göç etmişlerdir. Bu nüfusun başlıca yerleştiği bölgeler, Adapazarı, Hendek, Bolu, Düzce, Eskişehir,

Bursa, İzmit, Samsun, Trabzon, Sivas, Yozgat, Kayseri-Uzunyayla, ve Adanadır (Aslan, 2009).

1.2. ÇERKES SÖZCÜĞÜNÜN KÖKENİ

İngilizcede *Circassian,* Almancada *Tscherkess*, Rusçada *Cherkess,* Arapçada *Şerakes* ve Türkçede Çerkes veya Çerkez olarak ifade edilen bu terimin kökeniyle ilgili faklı görüşler bulunmaktadır (Cerkesarastirmalari, 2015). Çerkes kelimesininetimolojisi hakkında üç ana görüş bulunmaktadır. İlk görüşe göre kelimenin Grekçe*Kerket* kelimesinden türediği sanılmaktadır. İkinci görüş Farsçaya dayandırarak kelimenin *Cargaes* (kartal)'dan geldiğini savunmaktadır. Üçüncü görüşe göre ise Çerkes kelimesi Türkçedeki Çer-kes (savaşçı)'in karşılığı olarak ifade edilmektedir (Düzenli, 2006).

M.Ö. 5. Yüzyıldan itibaren Kafkasya'yı ziyaret eden Heredot, Hellenikus, Arrian, Strabon ve Pliny gibi dönemin gezgin ve tarihçileri Kafkasya'nın yerli halkları için *Kas, Kask, Kasog, Kasogi, Sirkas, Kerkes, Kerakes* gibi adlar kullanmışlardır. Bu adlar zamanla *Cirkas, Cirkassi, Cirkasiyen, Şerakise, Çerakise* gibi ifadelere sonrasında ise Çerkes kelimesine dönüşmüştür (Aslan ve Diğerleri, 2005). Birçok tarihçiye göre Çerkes kavramı; antik çağlarda kuzey Kafkasya'da yaşayan Adigeler için Yunanlıların kullandığı *Kherket* kelimesinden gelmektedir (Eser, 1993).

Çerkes coğrafi adlarına Kuzeybatı Kafkasya ve Azak Denizi'nin bütün sahilinde rastlanmaktadır (Orsam, 2012). Çerkes sözcüğü, çoğu kez aynı etnik kökene sahip olup olmadıklarına bakılmaksızın Kuzey Kafkasya halklarının tamamı için kullanılan bir terimdir. Ancak Çerkes kavramı, Kafkasya'da olan halklardan herhangi birisinin doğrudan adı değildir. Kafkasya'da her halk, kendi tarihi adıyla kendi adındabir ülkede yaşamaktadır. Çeçenler Çeçenistan'da, Abhazlar Abhazya'da, Osetler Osetya'da, AdigelerAdigey'de, Dağıstanlılar Dağıstan'da yaşamaktadır (Değirmenci, 2011).

Çerkesler, Karadeniz'den Hazar Denizine kadar olan Kuzey Kafkasya topraklarında yaşayan halkların ortak adı olarak kullanılmaktadır. Kuzey Kafkasya'dan, hatta Kafkasya'dan göçen ve konuştukları diller farklı olan ancak ortak bir kültürü paylaşan halkların hepsi için Çerkes kavramı kullanılmaktadır. Osmanlıdan günümüze kadar olan süreçte, göçler ve sürgünler sonucunda Kafkasya'dan gelen tüm göçmenler bir üst kimlik olarak Çerkes adıyla tanımlanmıştır. Türkiye'de Çerkes tabiri Kuzey Kafkasya'dan göç eden tüm gruplar için kullanılırken, Kuzey Kafkasya'da yaşayanlar Çerkes terimini Karaçay-Çerkes'te yaşayanlar için kullanmaktadır (Ntv tarih, 2013).

Çerkes terimi hiçbir halkın doğrudan adı değildir. Çerkes adında bir halk ve Çerkesce diye bir dil yoktur. Çerkeslik bir üst kimliktir. Geniş anlamıyla Çerkes terimi yerli Kuzey Kafkas grupları için kullanılırken, dar anlamda ise bu kavram Adige ve Abaza gruplarını içermektedir. Çerkes kavramı, dar anlamda *Hattugoy, Abzeh, Şapsığ, Bjeduğ, Wubıh (Ubıh), Kabardey ve Abhazlar'ın* ortak adıdır (Ceyhan, 2008).Çerkes grubunu oluşturan halklar kendi içlerinde Adige, Abaza, Çeçen, Lezgi, Karaçay gibi çeşitli adlarla anılırlar (Kut, 2012).

Esasen Çerkesler sadece Adige halkından oluşmaktadır (Değirmenci, 2011). Çerkes kelimesi, Adıgeleri ifade etmek için diğer halkların kullandığı bir terimdir. Adıgeler, Kabardeyler, Çerkesler (Rusya ve Rusya dışında yaşayanlar), Çerkes (Adige) olarak adlandırılmaktadır. Yaşadıkları yere bakılmaksızın Çerkesler, köken ve kültürü ortak, dilleri de birbirine yakın olan halktır (Kushabiev, 2012).

Türkiye'ye 1864 yılında göçle gelen Çerkesler Türkiye'de halklar ve kültürler mozaiğinin bir parçasını oluşturmaktadırlar (Eser, 1993). 19. yüzyılın ikinci yarısında Rus tehcirine maruz kalan Çerkesler, Osmanlı İmparatorluğu tarafından kabul edilerek Ortadoğu, Balkanlar, İç Anadolu ve Doğu Anadolu gibi farklı coğrafyalara yerleştirilmiştir. Bugün Türkiye'de birçok alt kimlikle yaşayan 2,5 milyon kadar Çerkes kökenli yerleşik halk bulunmaktadır (Kaya, 2012).

Şekil 1:Kafkasya Haritası

Kaynak: Duman, 2015. Erişim Tarihi 20 Mayıs 2017.

1.3. ÇERKES TARİHİ

Kafkasya'nın yerli halkı olan Çerkeslerin tarih sahnesine çıkışları ile ilgili olarak farklı görüşler mevcuttur. Yaşamlarını Kafkasya'da kavimler halinde sürdüren Çerkesler, Kuzeybatı Kafkasya'da çok eski zamanlarda ortaya çıkmış, *Kuban* nehri boyunca ve onun güneyinde Karadeniz sahilinde, *Anapa'dan Tuapse'ye* kadar Kafkasya Sıradağları'nın kuzeyinde yaşamışlardır (Orsam, 2012). Çerkeslerin Kafkasya'daki varlığı M.Ö. 6000'li yıllara kadar uzanmaktadır. *Sindo-Moet* olarakadlandırılan kavimlerden geldiği kabul edilen Çerkesler, M.Ö. 6. yy.daKuzey'de İskitkerle, Karadeniz kıyısında da Yunanlarla komşudurlar. İskitler ve Yunanlarla kurulan ilişkiler, ekonomik ve kültürel gelişmenin yanısıra Çerkes kentleri ve yazısının ortaya çıkmasında önemli rol oynamıştır (Ceyhan, 2008).

Çerkes ismi ilk defa 1215 yılında Plano de Carpini tarafından telaffuz edilmesine rağmen Ernest Chanter, Çerkeslerin M.Ö. 500 yıllarından itibaren tarih

sahnesinde var olan antik bir millet olduğunu belirtmektedir (Aslan, 2006). Ayrıca Prof.Anfimov; Karadeniz kıyılarında ve Kafkasya bölgesinin kuzey yamaçlarında çok sayıda paleolitik sit alanlarının bulunduğunu vurgulayarak, Kuzeybatı Kafkasya'da ilk insanın bundan üçyüzbin yıl önce yaşamaya başladığını, belirtmektedir. Bu noktadan hareketle Anfimov'a göre Adigeler milattan önce 8. yüzyıldan bu yana Karadeniz ve Azak Denizi kıyılarında, Don nehri havzasından ve *Kuban* bölgesinde yaşayan *Meotların* soyundan gelmektedir (Yüksel, 2011). Adigeler yaşadıkları bölgeye *Adigey* ismini vermişlerdir. İyonyalıların ve Yunanlıların Milattan önce 6. yüzyılda Kafkasya'da koloniler kurduklarında *Adigey'de* çok sayıda küçük kabile ve etnik gruplar yaşamaktaydı. Azak denizi kıyısında yaşayanlar kendilerine *Myutvekher* adını vermişlerdi. Bunların Çerkeslerin ataları olarak varsayılan Yunanlıların *Meot* adını verdikleri halk oldukları sanılmaktadır (Tavkul, 2007).

10. yüzyıla gelindiğinde, Çerkesler birbirine bağlı bir etnik ve dilsel bir oluşum olarak ortaya çıkmıştır. Bu yüzyılda, Çerkesya, Kafkasya ortalarından Karadeniz'e kadar uzanmaktaydı. Çerkesler gürcü kraliçesi Tamara (1184-1213) zamanında gürcülerin hâkimiyeti altına girdikleri 13. yüzyıla kadar bağımsızlıklarını muhafaza etmişlerdir. 1227 yılında ise Cengiz han'ın Kafkasları ele geçirmesi ile 15. Yüzyılın sonuna kadar Moğol hâkimiyeti altında kalmışlardır. Moğollar ve Tatarlar ile sürekli savaşların sürdüğü sırada Çerkesler, coğrafi olarak nispeten uzak ve aynı inanca sahip oldukları, tehdit olarak algılanmayan Rusya ile yakın ilişkiler kurmak istemişlerdir (Jaimoukha, 2009).

16. yüzyılda Kafkaslarda Moğolların üstünlüğü sona erdikten sonra, Rusya kademeli olarak güneye, Kafkasların kuzey bozkırlarına doğru tecavüzlerine başladı. Bu girişimlerin akabindeRusya'nın, Çerkesya'nın işlerine karışmaya başlaması1771 yılında Çerkesler ve Ruslar arasında ilk açık çatışmanın yaşanmasıyla sonuçlanmış ve Rusların Kafkasya askeri hattını oluşturmalarına yol açmıştır (Jaimoukha, 2009).

Ruslar ile Kafkas halkları arasında yaklaşık bir asır süren savaş ve özgürlük mücadelesi, Şeyh Şamil'in 1859'da Gunib'te Rus ordularına mağlup olması ile son bulmuş ve Rusya, Kafkasya topraklarına egemen olmuştur. Bu özgürlük mücadelesinde yenilen Kafkas halkları göç etmek zorunda kalmışlardır (Karataş,

2013). 1859 yılından itibaren başlayan anavatandan ayrılmalar, 21 Mayıs 1864'te Rus-Çerkes savaşının Rus devleti lehine bitmesinden sonra daha çok artmıştır. 1860 yılında 4 milyon olan Kafkas nüfusu, 1897 yılına gelindiğinde 1.660.000'e inmiştir. Adige, Abhaz ve Ubıh grubundan oluşan Kuzeybatı Kafkasyalıların %85'i anavatanlarından sürülmüşler ve bu sürgün, esasen bir soykırım niteliğine dönüşmüştür. Bu nedenle, 21 Mayıs 1864 günü Çerkeslerin yas günüdür. Anavatanlarından sürülen Kafkaslı sayısı 1.400.000 – 1.500.000 civarındadır (Aslan ve diğerleri, 2005). Bu sürgün Çerkeslerin Osmanlı topraklarına göç etmelerine neden olmuştur. Rusya'dan, Osmanlı Devleti'ne yapılan Müslüman sürgününü üç başlık altında incelemek mümkündür (Yel ve Gündüz, 2008):

- 1774 Küçük Kaynarca Anlaşması sonrasında başlayıp, 1853 Kırım Savaşı'na kadar devam eden sürgünler,
- Kırım Savaşı sonrasında Rusya'nın yoğun baskıları sebebiyle yapılan büyük sürgün,
- 1877–1878 Osmanlı Rus Savaşı sonundaki sürgün.

Asıl Çerkes sürgünü olarak nitelendirilebilecek olay Kırım savaşı sonrası Rusya'nın yoğun baskıları sonucu gerçekleşen büyük sürgündür. Kafkas halkları sürgün esnasında aşağıdaki sebeplerden dolayı büyük mağduriyet yaşamışlardır (Karataş, 2014):

- Göçü beklerken Karadeniz sahillerinde topluca beklemeler sırasında ortaya çıkan beslenme yetersizliği,
- Beslenme yetersizliği ve yetersiz temizlik gibi kötü koşullar nedeniyle meydana gelen salgın hastalıklar,
- Göç yolculuğu sırasında deniz ve kara yolunda meydana gelen kayıplar,
- Osmanlı topraklarına ulaşılmasıyla Kafkasya'dan Anadolu'ya taşınan salgın hastalıklar, yolculuğun ağırlığı ve bunun neticesinde meydana gelen kayıplar.

Kafkaslarda kontrolü ele geçiren Rusya, hızlı bir şekilde Kafkasya'yı Çerkeslerden arındırma yoluna gitmiştir. Uluslararası girişimlere rağmen Ruslar sürgün politikalarından vazgeçmemiş ve bir milyona yakın Kafkasyalı Osmanlı topraklarına göç etmiştir (Çam, 2002).

Şekil 2:Türkiye'deki Çerkes Yerleşim Yerleri

Kaynak: Duman, 2015. Erişim Tarihi: 20 Mayıs 2017.

Sovyet hâkimiyeti ve Kuzey Kafkasya'da iç savaş sona erdikten sonra dört Çerkes özerk bölgesi kurulmuştur: Çerkes (1928'den itibaren *Adıgey*), *Kabardey* (1922'den itibaren Kabardey-Balkar), Çerkes (1957'den itibaren Karaçay-Çerkes), *Şapsığ* ilçesi (1924–1925). Tek bir halkın bölünmüş grupları Adıge, Kabardey ve Çerkes olarak adlandırılmıştır. 1990'lı yılların başında Kuzey Kafkasya'nın özerk cumhuriyetleri ve illeri, Rusya Federasyonu içerisinde yeniden yapılandırılmıştır (Kushabiev, 2012).

1.4. ÇERKES KÜLTÜRÜ

Osmanlı Devleti topraklarına zorunlu göçe tabi tutulan Çerkesler sahip oldukları eşsiz kültürü ve sosyal yaşamlarını da beraberlerinde getirmişlerdir. Osmanlı Hükümeti, göçün ilk yıllarında Çerkeslerin uyumunu kolaylaştırmak için Çerkes kabilelerinin sosyal sınıflaşmasına karışmamış, böylece Çerkesler sosyal yaşamlarını sürdürmüşler ve Çerkes kültürü günümüze kadar ulaşmıştır (Karataş, 2013).

Çerkeslerde geleneksel toplumsal yapı, soy topluluğu (klan) ve boy-kabile yapılanması özellikleri taşır. Ortak bir atadan geldiğine inanan ve aynı soyadını taşıyan aileler soy topluluklarını oluşturur. Aynı soy topluluğundan gelen herkes birbirini yakın akraba sayar ve aralarında kesin olarak evlenme yasağı bulunur. Evlenme yasağı anne tarafından soy topluluğu için de geçerlidir. Her soyun kendine ait bir damgası (arması) bulunur. Akrabalık ve evlilik ilişkileri bugün de aynı kurallarla devam etmektedir (Altın ve Gümüş, 2011).

Çerkesler oldukça sosyal gruplardır. Çerkes kültürünü anlayabilmek için öncelikle Çerkeslerin bağlı olduğu sosyal kural ve kanunları içeren *khabze*yi incelemek gerekir. Çerkeslerde erkek çocukları *khabze*ye göre gururlu ve ağırbaşlı olarak yetiştirilir. Gençlerin kendinden emin ve girişimci bir ruh kazanmalarına önem verilir. Doğuştan sahip olunan yiğitlik, cömertlik ve ulus sevgisi *khabze*emirleriyle birleştirilir. *Khabze*ye göre yetiştirilen kız çocukları Çerkes nezaket ve görgü kurallarına sahip olup azimli ve dayanıklıdırlar (Tuna, 2004: 48).

Çerkeslerde içinde *khabze* olmayan sofra yoktur. Bütün faaliyetler sofra odaklıdır. Çerkeslerde sofralar sadece yemek yemek için değildir. Tanışma, kaynaşma ve dostluklar kurma yeridir. Sofrada eğitim ve disiplin vardır. Güzel konuşmak, yeteneklerini geliştirmek ve iyi alışkanlıklara kazanmak sofranın işlevleri arasındadır. Sofralar kuruluş nedenlerine göre farklılıklar gösterir ve sofraya oturmak, yemeğe başlayıp bitirmek, sofradan kalkmak hep birtakım kurallara bağlıdır. Çerkes sofralarında halledilemeyen sorun yoktur. (Yılmaz, 2017: 86-87).

Çerkes kültüründe *thamedelik* kavramı da çok önemli bir yer tutar. Çerkeslerde yaşça büyük olanların büyük bir saygınlığı bulunmaktadır. *Thamade* denilen bu kişilerin sözleri önemlidir. *Thamade* toplantılarda, törenlerde *khabzenin* titizlikle yerine getirilmesine özellikle dikkat eder. Çerkeslerde sözlü hukuk geçerlidir. Sahip olunan kabile anlayışı nedeniyle herhangibir problem söz konusu olduğunda yaşlılar bu problemi çözerler ve taraflar bu çözüme itiraz etmezler. Bu nedenle Çerkesler arasında savcılığa ve mahkemeye yansıyan olaylar yaşanmamaktadır (Damlapınar, 2009).

1.5. ÇERKES MUTFAĞI

Kuzey Kafkasya bölgesi, eski tarihlerden beri Romalıların, sonrasında orta Asya'dan gelen Moğolların, 1600'lü yılların sonuna kadar Osmanlı Devletinin, daha sonra da Rusların hâkimiyeti altında kaldığından çok kültürlü bir yapıya sahiptir.Bu çeşitliliğin doğal bir sonucu olarak farklı kültürlerin mutfaklarıyla zenginleşen Çerkes Mutfağı dünyanın en önemli mutfakları arasında kendine yer bulmuştur (Circassiancenter, 2016).

Geçmişte 1000'den fazla yemek çeşidinesahip olan Çerkes mutfağında bugün bu yemeklerin çoğuunutulmuştur. Ancak günümüzde Kafkasya'da 20 civarında yemek çeşidini aynı sofrada bir arada görmek hala mümkündür. J. Bell Kafkasya'yıziyareti sırasında, bir ziyafette 125 çeşit yemeğin sunulduğunu ifade etmektedir (Aslan ve diğerleri, 2005).

Çerkes mutfağını üç zaman dilimi içerisinde incelemek gerekir. Birincisi; Kafkasya'da daha bolluk içerisinde yaşanan zamandaki mutfaktır. Bu dönemde sunulan yemek çeşitlerinin oldukça fazla olduğu belirtilmektedir. Günümüzde bu yemeklerin çoğu ne yazık ki unutulmuştur. İkincisi; sürgünlerin yaşandığı, Çerkeslerin bollukla geçen Kafkasya'daki yaşamlarından hiç tanımadıkları coğrafyalara göç ettikleri, yokluk ve kıtlık ile mücadele ettikleri dönemdeki mutfaktır. Anadolu'ya, Balkanlar'a ve Ortadoğu ülkelerine dağılan Çerkesler bu coğrafyalarda yaşam mücadelesi vermiş, Çerkes mutfağı bu nedenle sıkıntılı dönemler yaşamıştır. Üçüncüsü ise; günümüz Çerkes mutfağıdır. Sürgünün üzerinden 150 yıl geçmiş ve o zamanki imkânsızlıklar aşılmıştır. Yaşanılan ülkelere adapte olunmuş, o ülkelerin yemekleriyle Çerkes yemekleri sentezlenerek günümüz Çerkes mutfağı oluşmuştur (Yılmaz, 2017, 109-111).

Çerkes mutfağını etkileyen en önemli faktör, Kafkasya'nın sert, soğuk ve zorlu coğrafyasıdır. Bu bağlamda mutfak, ağırlıklı olarak temel malzemeler ve temel teknikler üzerine gelişmiş ve gelenekselliğini korumuştur. Çerkes mutfağının en temel özellikleri; ağırlıklı olarak tarımsal ve hayvansal ürünlere dayanması, soğan ve sarımsak kullanımının yaygın olması ve baharat kullanımın ise karabiber ve tarçın dışında neredeyse hiç kullanılmaması şeklinde özetlenebilir (Berkok ve Toygar, 1994: 19). Çerkes mutfağının başlıca özellikleri şunlardır

(Berkok ve Toygar, 1994; Aslan ve diğerleri, 2005; Yolkolu Öksüz, 2016; Kafkas Dernekleri Federasyonu, 2016);

- Mutfak ağırlıklı olarak tarımsal ve hayvansal ürünlere dayanmaktadır,
- Çerkes mutfağında et ve sütten yapılan yiyeceklere ağırlıkverilmektedir,
- Geleneksel Çerkes mutfağı, et ve et ürünlerinden yapılan yemekler bakımından oldukça zengindir. Mutfak kültürü daha çok et ürünlerine; etin haşlanmasına, kurutulmasına, fırında pişirilmesine dayanmaktadır. Et yemeklerinde yağda kızartma yöntemi pek tercih edilmese de, son dönemlerde Çerkes mutfağında bu yöntemin kullanıldığı görülmektedir. Haşlanmış söğüş et, et suyu, kurutulmuş et, Çerkes sucuğu, Çerkes salamı, Çerkes kavurması, Çerkes tavuğu vb. başlıca et ürünleridir.
- Bunun yanı sıra kemikli ya da kemiksiz et parçalarının haşlama suyundan yapılan *Leps* adı verilen çorba sofrada önemli bir yere sahiptir. Etli yiyecekler, darı veya mısırdan yapılmış *P'aste* eşliğinde tüketilmektedir.Bu yiyecekler olmadan et ve süt mamulleri tek başına tüketilmemektedir,
- Kümes hayvanlarından hazırlanan yiyecekler, Abhazlarla *Aktuı sızbal* olarak adlandırılan cevizli tavuk, Adigelerde ise *Şips* en fazla tüketilenlerdir,
- Süt ürünlerinin tüketimi yaygın olup yoğurt, taze pişmiş ve kuru peynir olarak tüketilmektedir. Özellikle Abhaz örgü peyniri, Adige peyniri Çerkes mutfağının en popüler ürünüdür,
- Çerkes mutfağında süt kaymağından yapılan yağ kullanımına ağırlık verilmektedir. Çerkesler taze veya eritilmiş tereyağını *Mamrı p'aste* ve bal eşliğinde tüketmektedirler. Çerkes mutfağının en önemli özelliklerinden birisi hayvani ve bitkisel yağlardan yapılmış yiyecekler bir arada tüketmeleridir. Çerkes mutfağında ayçiçeği yağının kullanılması nispeten yenidir. Ayçiçeği yağı günümüzde sadece hamur kızartmalarında kullanmaktadırlar,
- Tahıl ürünleri ile yapılan yemekler tahılın un haline getirilmesi ile hazırlanır. Mısır ununda yapılan abhazlarda ‘abısta’ adigelerde ise ‘mamursa’ olarak adlandırılan lapa sofraların vazgeçilmezi olup ekmek yerine tüketilmektedir. Hamur işlerinde Abhazlarda *Haluj ve Açac*, Adigelerde ise *Haluj, Psihaluj, Şelame, Değerje, Gubate, Halıvone*, en fazla ön plana çıkan hamur işi yemekleridir,

- Sebze tüketimi çok yaygın olmayıp daha çok haşlama olarak tercih edilmektedir. Sebze yemekleri olarak özellikle Abhaz mutfağında ısırgan otundan yapılan *Ahoatsa sızbal* ve karalâhanadan hazırlanan *Ahulçapa*'nın tüketimi yaygındır,
- Çiğ sebzelerden turşu yapılması Çerkes mutfağının özelliklerinden biridir,
- İçecek olarak ise Çerkes mutfağında daha eski tarihlerde alkollü içkiler de yer almasına karşın İslamiyet'in etkisinden sonra erik ve üzüm gibi meyvelerin suları ile çay ağırlıklı olarak tüketilmeye başlanmıştır. Ayrıca darıdan yapılan kefir tüketimi yaygındır,
- Çerkes mutfağında soğan ve sarımsak kullanımı yaygındır,
- Karabiber ve tarçın dışında kişniş, reyhan otu, cibrise otu ve kök boya otu baharat olarak kullanılmaktadır,
- Pasta, çörek, bisküvi gibi yiyecekler Çerkes mutfağında yer almamaktadır,
- Eskiden Çerkesler geleneksel olarak şeker kullanmazlardı. Tatlı olarak ise bal kullanılmaktadır. Bal sağlığa olan yararları nedeniyle çokça tüketilmektedir.

Çerkes mutfağında kullanılan malzemelerin doğal ve endemik bitkiler olması ve en iyi malzemenin kullanılması esastır. Hijyen ve temizliğe azami derecede önem verilir. Örneğin; kesilecek tavuk öteberi yememesi için iki gün önceden kümesten çıkarılmaz ve sadece buğday ve mısırla beslenir. Daha lezzetli olması için değirmene gönderilmeden önce mısır ve buğday fırında kavrulur. Sofraya konulan yemeklerin görünüşlerine de en az lezzeti kadar önem verilir (Yılmaz, 2017).

Çerkes mutfağı, yemeklerinin özgünlüğü ve çeşitliliğinin yanı sıra mekânsal olarak da ilgi çekicidir. Eski zamanlarda mutfak genellikle evin sağ tarafında ve dışarıda bulunurdu. Mutfakta bulunan ocaklarda odun ateşi üzerinde yemekler pişirilirdi. Ocakların üst kısmında bulunan tel ızgaralarda ise et ve peynir kurutulurdu. Mutfağın yan tarafında fırın ve kiler bulunurdu. Yerden yaklaşık 50 cm yükseklikte yuvarlak tomrukların üzerine oturtularak inşa edilen bu kilerde neme dayanıksız ürünler muhafaza edilmekteydi (Boran Art, 2017).

Çerkeslerin gelenek ve görenekleri mutfak kültürlerine de yansımıştır. Çerkeslerde yemekler kadar, sofraya oturma düzeni ve yemek adabı da büyük önem taşır. Sofranın hiyerarşik bir düzeni vardır. Yemeğe sofranın başköşesine oturan

Thamade'nin (yemeğe katılanların büyüğü) konuşmasıyla başlanır. Yemek sohbetini yöneten kişi de *Thamade*'dir (Lezzetler, 2016).

Çerkezlerde yemek yeme şekli oldukça önemlidir. Yemeği ağır yemek, yenilecek lokmaları orta büyüklükte kibarca almak, başı sofra üzerine çok eğmemek, lokma ağza yanaşmadan ağzı açmamak, bir lokmayı yemeden diğer lokmayı almamak, sofra üzerine aksırmamak, ekmek ve börek gibi şeyleri ısırmadan el ile koparmak, az yemek, yemeğe lüzumundan fazla iştah göstermemek, yemekleri methetmek gibi inceliklere dikkat etmek gerekir (Ceyhan, 2008). Çerkeslerin kuvvetli ve sağlıklı bir yapıya sahip olmalarının yemek kültürleri ile doğrudan ilişkisi vardır.

1.5.1. Adige Mutfağı

Adigelerin Kuzey Kafkasya'ya özgü belirgin bir yemek kültürü bulunmaktadır. Ancak, sürgün sonrasında yerleştikleri bölgelerin mutfak kültüründen de etkilenmişlerdir. Bu nedenle yemeklerin hazırlanması ve pişirilmesinde köyden köye, yöreden yöreye göre değişen farklılıklar görülmektedir (Yolkolu Öksüz, 2016).

Adige mutfağı ağırlıklı olarak hayvansal ve tarımsal ürünlere dayanmaktadır. Adigelerin en fazla tükettikleri yiyecekler et ve et ürünleridir. Özellikle dana ve kuzu etinin tüketimi yaygın olup et kurutulmuş ya da haşlanmış olarak soğuk ya da sıcak et ürünleri şeklinde tüketilmektedir. Adige mutfağında av hayvanları ve kümes hayvanları da önemli yer tutmaktadır. Ayrıca *Leps* olarak adlandırılan et suyu sofrada önemli bir yere sahiptir. Adige mutfağında da Çerkeslerde olduğu gibi tahıldan yapılan yemekler iki şekilde hazırlanmaktadır. Adige mutfağında tahıl öğütülerek elde edilen undan hazırlanan hamur işleri ve tahılın kendisinin pişirilmesi ile hazırlanan yemekler tüketilmektedir. Sebze tüketimi çok yaygın değildir. Sebzeler, haşlanarak ve özellikle de turşu olarak tüketilmektedir. Süt yaygın olarak peynir yapımında kullanılmaktadır. Adige peyniri oldukça popülerdir. Adigeler İslamiyet'i kabul edene kadar alkollü içki tüketmişlerdir. Ancak sonrasında içecek olarak erik ve üzüm gibi meyvelerin suları ile çay tüketilmeye başlanmıştır.

Adigelerde eski tarihlerde *Gomıle* (azık) denilen ve seferlere çıkılırken ya da uzun yolculuklarda tüketilmesi amacıyla hazırlanan, tablet yiyecekleri andıran bir yiyecek çeşidi bulunmaktaydı. *Gomıle* hazırlamak için bir büyükbaş hayvan kesilip temizlenerek kemikli parçalar halinde büyük kazanlarda meşe odununun ateşinde uzun süre kaynatılır ve etlerin kemiklerden ayrılması sağlanır. Kemikler çıkarıldıktan sonra darı eklenerek etle iyice özleşmesi sağlanır. İçerisine çeşitli baharatlar da eklenerek et ve darı tamamen yumuşayıp dağılınca çıkarılarak kurutulur. Ezilerek toz haline getirilir. Bazen toz, bazen de balla karıştırılarak macun halinde *Çerkeska* olarak adlandırılan erkek kıyafetinin göğüs kısmında bulunan hazır denilen fişeklerin içerisine doldurarak taşınır. Bir fişek *Gomıle*'nin insanı bir öğün tok tutuğu söylenmektedir (Aslan ve diğerleri, 2005).

1.5.2. Abhaz Mutfağı

Kuzey Kafkasya halklarından biri olan Abhazların mutfak özelliklerini aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür (Atlas dergisi, 2004);

- Abhazların yemeklerinde hayvansal ve tarımsal ürünler ağırlıktadır,
- Mısır, darı, süt ürünleri, üzüm, ceviz ve bal mutfak kültürünün temelini oluşturmaktadır,
- Mısır unu buğday ununa göre çok daha fazla tercih edilir. Abhaz mutfağında başlıca yiyecek, ekmek yerine geçen geçmişte darıdan, günümüzde ise mısır unundan yapılan *Abısta*'dır,
- Abhazlar sebze, et ve süt yemeklerini baharatlar, acılı garnitürler ve soslarla süslerler. Özellikle her yemeğe acılık ve keskinlik katan 'acıka' tüm Kafkasya'da kullanılır,
- Tuz kullanımı Abhaz mutfağında çok az olup bu tat acıka kullanımı ile dengelenir,
- Ceviz birçok yemeğin ayrılmaz parçası olarak kullanılır,
- Abhazlarda en değerli etler sırasıyla; keçi eti, koyun eti ve dana eti olarak sıralanır. Abhaz mutfağında av etleri de kullanılmaktadır. Balığın ise sofrada yeri yoktur,
- Abhaz yemek kültüründe sıcak sıvı içecekler tüketilmez,

- Hayvansal yağlardan iç yağ, tereyağı ve ceviz yağı kullanımı yaygın olup ayçiçeği yağı pek tercih edilmemektedir.

1.5.3. Çerkes (Adige ve Abhaz) Mutfağına Özgü Yemekler

Araştırmanın bu kısmında şu Adige ve Abhaz mutfağı yemekleri incelenmiştir.

1.5.3.1. Çorbalar

Abhaz mutfağında Abhazlara özgü bir çorba çeşidi bulunmamaktadır. Ancak büyük ve küçükbaş hayvanların etlerinin haşlanmasıyla elde edilen *Atan* olarak adlandırılan et suyu, çorba olarak tüketilmektedir. Et suyu, içerisine doğranmış bol kuru soğan ve Abhazlara özgü olan acı biber salçası *Acıka* eklenerek hazırlanır. Çorbanın içerisinde küçük et parçaları da konulabilmektedir (Şennur Aksu, kişisel görüşme, Mart 2016).

En çok tüketilen çorba çeşidi *Leps*'tir. *Leps* farklı şekillerde hazırlanabilmektedir. Kemikli ya da kemiksiz büyükbaş hayvan etleri kaynatılarak, içerisine havuç, soğan, maydanoz, kişniş ve karabiber eklenmektedir. Diğer bir hazırlama şekli ise, kemiksiz etlerin kaynatılması, içerisine havuç ve soğan eklenmesi, diğer yandan un, süt ve yumurta ile yapılan hamurun açılıp kesilmesi ve kızartılan hamur parçalarının *Leps* içerisine eklenmesidir. *Leps* içerisindeki etlerin alınarak suyunun ayrı, etlerinin ayrı olarak 'mamursa' eşliğinde tüketilmesi yaygındır (Yolkolu Öksüz, 2016: 67-68).

Adige mutfağında darı, bulgur, fasulye, mısır gibi tahıllardan yapılan çorbalar da bulunmaktadır. Bir çeşit çorba olan aşure, Adige mutfağında Türk mutfağından farklı olarak hazırlanmaktadır. Aşurelik olarak kullanılan buğday, mısır, bulgur, fasulye, mercimek, kuru üzüm gibi malzemelerin haricinde Adigeler aşure içerisinde kuru et ve tuz kullanmaktadırlar. Tereyağı ve *Şkelph* diye adlandırdıkları, Türkçede kök boya otu, boyalık otu olarak geçen otu kavurup aşure üzerine gezdirerek servis etmektedirler (Sevim Cengiz, kişisel görüşme, Mayıs 2016).

Darı çorbası, kabuğundan ayıklanarak dövülüp yıkanan darıların üzerine su ve çiğ süt eklenerek karıştırılmasıyla hazırlanır. Eski tarihlerde darının kabuğu toprak saman karışımıyla hazırlanan sert bir zemin üzerinde, *Vuğjı* denilen odundan yapılan saplı bir kapağın çevrilmesiyle oluşturulan el değirmeni yardımıyla çıkarılmaktaydı (Berkok ve Toygar, 1994: 119).

Hacığaps olarak adlandırılan mısır unu çorbası, yağda kavrulmuş soğan, tavuk veya et suyu ile hazırlanır. Tereyağı eklenen çorba, *Paste*'nin ortasına konur veyanında yoğurt ve turşu ile birlikte tüketilir. Eski tarihlerde genellikle düğünlerde bu yemek kazanlarla hazırlanarak davetlilere ikram edilirdi (Berkok ve Toygar, 1994: 120). Mısır ununda yapılan bir diğer çorba çeşidi ise; mısır ununun boza kıvamında pişirilmesi ile hazırlanan *Hantğıps*'dır (Yılmaz, 2017: 158). Bir diğer mısırdan yapılan çorba ise dövülmüş mısır ve buğdaydan yapılan *Natrıfips*'tir (Boran Art, 2017: 17).

1.5.3.2. Et Yemekleri

Et, Abhaz mutfağında son derece önemli bir yer tutar. Büyükbaş ve küçükbaş hayvancılığın yaygın olarak yapılması Abhaz mutfağında et kullanımını arttırmıştır. Etin en yaygın kullanımı haşlanması, fırında ya da ocaklara asılıp dumanlama yöntemiyle füme edilmesidir. Adigeler eski tarihlerde av gibi uzun seferlere giderken yanlarında götürebilmeleri için eti, kurutmuşlardır. Etin kurutulmasında ısırgan otunun isine sinekler gelmediği için ısırgan otunu kullanmışlardır. Etin kurutulmasında etin dövülerek açılması güneşte veya ocaklara asılarak elma ya da kayın ağacının odunu ile islenerek kurutulması yöntemleri kullanılmıştır (Yolkolu Öksüz, 2016: 97).

Koats olarak adlandırılan parça etin sulu, tas kebabı şeklinde pişirilmesi söz konusu ise de yaygın olarak tüketilen bir yiyecek değildir. *Ajuhta* olarak adlandırılan haşlama et, iri parçalar halinde kesilen etlerin haşlanarak yoğurt ve *Acıka* karışımından hazırlanan *Sızbal*'a bandırılarak tüketilir (Nezahat Aksu, kişisel görüşme, Nisan 2016). Büyükbaş hayvan etinden hazırlanan ve acıka sürülerek odun ateşinin isinde kurutulan *Ajsa* füme bir et türüdür. Bu et bütün kış boyunca bozulmadan saklanabilmektedir (Berkok ve Toygar, 1994: 297).

Kemikli dana etinden hazırlanan *Leps* etlerin kaynatılması, acıka ve soğanın yağda kavrularak et suyuna eklenmesi, etlerin haşlanmasından sonra pirinç ve tuz eklenerek çorba kıvamında pişirilmesi ile hazırlanır. Düğünlerde gelin alma töreninde genellikle kız tarafından hazırlanarak davetlilere sunulur (Berkok ve Toygar, 1994, 278). Türkiye'deki Adigelerin düğünlerinde misafirler için hazırlanan ve genellikle pirinç pilavı ile birlikte sunulan bir diğer et yemeği olan *Libje* ise, dana etinin kuşbaşı kıyılarak kısık ateşte suyunun çektirilmesi, tereyağı, soğan ve un eklenerek kavrulması, son olarak da süt kaymağı eklenerek pişirilmesi ile hazırlanır (Yolkolu Öküz, 2016: 106-107).

Çerkes sucuğu olarak adlandırılan *Jerume* günümüzde yaygın olarak üretilmemekle birlikte halen bazı köylerde hazırlanmaktadır. *Jerume* dana veya kuzu işkembesinin içerisine iyice tuzlanmış kuşbaşı doğranmış yağlı et ve dövülmüş sarımsak konularak hazırlanır. İşkembeler kendir ipi veya kuzunun ince bağırsağı ile iyice bağlanarak ocağa asılır ve kurutulur. Özellikle kışın doğranıp kavrularak ya da şişe geçirilerek *Paste* eşliğinde tüketilir (Berkok ve Toygar, 1994: 282). Adige mutfağında sucuk şeklinde hazırlanan bir diğer yiyecek olan *Nekulh*, kıyma veya ince ince doğranan karaciğerin rendelenmiş kuru soğan, içyağı, sarımsak ve tuz ile karıştırılıp bağırsağın içerisine doldurulması ile hazırlanır ve yayvan bir tepsi içerisine yatırılıp ateşte pişirilir (Yolkolu Öksüz, 2016: 110-111).

Kuzu kokoreç şeklinde hazırlanan ve Abhaz mutfağında *Tubar* olarak adlandırılan sakatat, kuzu gömleğinin iyice yıkanarak temizlenmesi, içerisine hayvanın iç yağının koyularak dürüm şeklinde sarılması, ince bağırsak ile dolanarak bağlanması ve ocakta kurutulması ile hazırlanır (Hacer Aksu, kişisel görüşme, Nisan 2017).

Kuzey Kafkasyalıların ortak ritüeli olan yüzyıllar öncesinden beri süregelen birliği, bütünlüğü, paylaşmayı ve kardeşliği ifade eden, *Aşta*; Abhazların, Adiğelerin ve Ubıhların en eski ve en köklü adetlerindendir. *Aşta* kelime anlamı olarak kesilen, sunulan anlamına gelmektedir. Abhazlarda bu ritüel *Aşta*, Adigelerde ise *Nişı* olarak adlandırılır (Aktaş, 2008: 56).

Anlaşmazlıkları çözmek amacıyla kurulan halk mahkemelerinde; misafirleri ağırlamak için, gelen misafirin yakınlığı, konumu, gelme nedeni ve ortamın

durumuna göre; düğün merasimlerinde, kız verme ve kız kaçırma gibi durumlarda gelin adayı olan kızın arkadaşı konumunda bulunan ve kız tarafını temsil eden kişi olan *Ayüza* için *Aşta* kesilir. Gelen kişinin konumu, yakınlığı, gelme sebebi ve ortama göre küçükbaş ve büyükbaş hayvan (koç, koyun, keçi ve sığır) kesilir. Koç ve koyun kesiminde, kesim usulü, parçalama biçimi çok büyük önem ve incelik gerektirir. Kesilen hayvanın önemli uzuvları sofraya konulur. Her uzvun belirli anlamları vardır. Bu uzuvların ve et parçalarının en önemlileri; kelle, kulak, sağ arka but, kalp, böbrek, ciğer ve kaba et parçalarıdır (Aktaş, 2008: 56).

Günümüz Kafkasya'sında bu gelenek geleneksel şekliyle uygulanmamaktadır. Ancak bu gelenek, özellikle Türkiye'de yaşayan Kuzey Kafkasyalılar tarafından korunmakta ve sürdürülmektedir. Adige ve Abhazların yaşadıkları bölgelere göre küçük farklılıklar görülse de, hazırlanan sofralardaki uzuvların yerleri (hayvanın bölümleri) farklı olsa da, verilen mesaj hep aynıdır. Her Çerkes misafirinin şerefine aşta kesmek ister. Çerkes örf adetlerine göre her misafir*Aşta* kesilmeye layıktır (Aktaş, 2008: 57).

1.5.3.3. Kümes Hayvanları ile Hazırlanan Yemekler

Çerkes mutfağı içerisinde en popüler olan tavuk yemeği Çerkes tavuğudur. Abhaz tavuğu, cevizli tavuk ya da en fazla bilinen adıyla Çerkes tavuğu Abhaz sofrasında *Aktuı sızbal* olarak adlandırılır. Haşlanmış, kemiksiz tavuk eti, dövülmüş ceviz, Abhazlarda ekmek olarak kullanılan *Abısta*, kuru soğan, sarımsak ve tavuk suyu ile birlikte hazırlanır. Üzerine ceviz yağı dökülerek servis edilir (Elanur Alkış, kişisel görüşme, Nisan 2016).

Resim 1: Çerkes Tavuğu/Aktuı Sızbal

Adige mutfağında tavuk yemekleri denilince *Şips* ilk akla gelen yemektir. *Şips*'in hazırlanışı Adige boyları arasında küçük farklılıklar göstermektedir. Tavuk parçalara ayrılarak haşlanır. Tavuğun haşlama suyunda kavrulan un ve yağ veya cevizin ezilerek *Paste* ile yoğrulması ile elde edilen karışım, muhallebi veya boza kıvamında pişirilerek haşlanmış tavuk parçalarının eklenmesiyle hazırlanır (Yolkolu Öksüz, 2016, 91-95). *Paste* ya da *Mamırse* ile birlikte tüketilir (Sevim Cengiz, kişisel görüşme, Ocak, 2017).

1.5.3.4. Hamur İşleri, Ekmek ve Börekler

Abhaz mantısı olarak adlandırılan *Haluj*, Abhaz mutfağında yaygın olarak tüketilmektedir. Adigelerde *Psıhalive*, Çeçenlerde ise *Kurzunuş* olarak adlandırılan *Haluj*'un yapılışı yöreden yöreye, hatta köyden köye bir takım farklılıklar göstermektedir. Un, su, yumurta ve tuz ile basit bir hamurun hazırlanması, açılıp bardak yardımıyla kesilmesi ve içerisine rendelenmiş Abhaz peyniri ve *Atsıbra* olarak adlandırılan otun serpilip katlanması ile hazırlanır. Suda haşlanarak pişirilir ve üzerine tereyağı dökülerek servis edilir. *Haluj*, esasen Kafkasya'da soğan, tereyağı, un ve kaymak ile hazırlanan *Kojapha*içerisinde haşlanırdı. Ancak, bu hazırlanış şekli Kafkasya'da dahi unutulmaya yüz tutmuştur (Yolkolu Öksüz, 2016: 139). Haluj,

genellikle Abhazlarda gençler arasında yapılan toplantılarda ve misafir ağırlamada sunulanbir hamur işi yemeğidir (Nuray Cengiz, kişisel görüşme, Mayıs 2016).

Resim 2: Haluj/Psıhaluj

Çerkeslerin çoğu hamur içerisine kıyma, patates veya peynir koyup haşlayarak *Psıhalive* hazırlamaktadır. Kullanılan baharat türleri yaşanılan coğrafyaya göre farklılaşmaktadır (Yolkolu Öksüz, 2016: 139).

Türk mutfağındayaygın şekilde tüketilen çiğ böreğin Abhaz mutfağında yapılan benzeri *Açac*, Adigelerde ise *Değerje* olarak adlandırılmaktadır. Yumuşak bir hamur hazırlanıp açılır, bardak yardımıyla kesilip içerisine Abhaz peyniri ve *Atsıbra* denilen otun ilave edilmesiyle katlanarak kızgın yağda kızartılır. Abhaz mutfağında özellikle kahvaltı sofralarında veçay saatlerinde tercih edilir. Bununla birlikte inanışa göre kandil gecelerinde kızartma kokusu çıkarılması amacıyla hazırlanır ve komşulara ikram edilir (Tülay Özer, kişisel görüşme, Mayıs 2016). Adige mutfağındaki başka bir hamur işi yiyecek ise *Şelame/Thurje* olarak adlandırılan ve içi boş olarak hazırlanan hamur kızartmasıdır (Yılmaz, 2017: 239).

Kuru yufka böreği, kış için hazırlanan ve saç üzerinde pişirilen yufkalardan yapılan bir börek çeşididir. Peynirli ve cevizli olmak üzere iki farklı şekilde hazırlanmaktadır. Peynirli böreğin hazırlanışında, yufkaların arasına Abhaz peyniri serpilir. Cevizlisinin yapılmasında ise yufkaların her katına dövülmüş ceviz serpilir.

Cevizli olarak hazırlanan yufkaların üzerine şerbet kaynatılarak dökülür. Abhaz mutfağında özellikle ramazan aylarında iftar ve sahur sofralarında, ramazan ve kurban bayramlarında sıklıkla tüketilir (Seçil Cengiz, kişisel görüşme, Mayıs 2016).

Haşhaşlı bir çeşit börek türü olan ve Adige mutfağında *Macace*olarak adlandırılan mısır unu böreği, içerisine haşhaş ezmesi sürülerek fırınında pişirilir (Berkok ve Toygar, 1994). Milföy hamuru şeklinde hazırlanan *Zetec,* Türk mutfağındaki patatesli böreğe benzeyen *Kentrofhalive*, patatesli ya da kıymalı olarak hazırlanan bir çörek çeşidi olan Gubate, kahvaltılık ekmek olarak da adlandırılan ve mayalı bir ekmek çeşidi olan Hatık, Çerkes ekmeği Halıvone, Karadeniz mutfağında da oldukça popüler olan ve Abhaz mutfağında da tüketilen mısır ekmeği (Yılmaz, 2017; Berkok ve Toygar, 1994; Boran Art, 2017; Yolkolu Öksüz, 2016; Şennur Aksu, kişisel görüşme, Mayıs 2017) diğer hamur işi yiyeceklerdir.

Türk mutfağındaki içli köftenin bir benzeri olan ve Adige mutfağında da yapılan *Metaz*, mısır unu ve buğday unundan hazırlanan hamurun içine patatespüresi ve kavrulmuş soğan karışımının ya da Çerkes peynirinindoldurulmasıve suda haşlanmasıyla hazırlanır (Berkok ve Toygar, 1994: 256). Abhaz mutfağında içli köfte şeklinde hazırlanan *Hampal*'ın içerisineise kalınca dövülmüş ceviz-şeker ya da ceviz-pekmez karışımı konulur (Nezahat Aksu, kişisel görüşme, Mayıs, 2017).

1.5.3.5. Tahıl ve Kuru baklagillerden Yapılan Yemekler

Abhaz mutfağında buğday unundan ekmek yapılmamakta ve tüketilmemektedir. Abhaz sofrasında ekmek yerine geçen mısır unundan yapılan *Abısta* en temel yiyecektir. Adige mutfağında *Mamırsa/Paste* olarak adlandırılmaktadır. *Abısta*; kaynar suyun içerisine tuz eklenmesi ve mısır ununun yavaş yavaş ilave edilerek *Mhabısta* denilen düz kaşık yardımıyla karıştırılması ve lapa haline getirilmesi suretiyle hazırlanır. Hazırlanan *Abısta* masaya bütün halinde düz bir tepsi ya da tabak ile getirilir ve üzerine dilimlenmiş Abhaz peynirleri batırılarak süslenir. *Abısta*'nın ortası kaşık yardımıyla oyularak içerisine tereyağı, yoğurt ve acıka ilave edilir ve bu karışımın *Abısta*'nın sıcaklığıyla eritilmesi sağlanır.

Düğün, davet vb. organizasyonlarda büyük masalar hazırlanırken, servisin daha kolay yapılabilmesi için *Abısta* ip yardımıyla kesilerek dilimlere ayrılabilir (Şennur Aksu, kişisel görüşme, Mart 2016).

Resim 3: Abısta/Mamırsa

Abısta sofrasının olmazsa olmazı olup, Abhazların *Atsıfa* dedikleri diğer yemekler *Abısta*'nın yanında tüketilen katıklardır. *Açamukoa*; su ile birlikte *Ahız* diye adlandırılan peynirden çıkan suyun eklenerek kaynatılması ve içerisine mısır ununun yavaş yavaş eklenerek karıştırılması, bu esnada da dilimlenmiş Abhaz peynirlerinin tane tane eklenerek yoğrulması ile hazırlanan lapa kıvamında bir yiyecektir. Yoğurt ile birlikte tüketilir. Abhaz mutfağında özel günlerde yapılan bir yiyecektir. Özellikle hıdrellez günlerinde yapılır ve kalabalık sofralar hazırlanarak topluca tüketilir (Nezahat Aksu, kişisel görüşme, Mayıs 2016).

Un lapası şeklinde hazırlanan bir diğer yiyecek olan *Malay* rendelenmiş Çerkes peyniri ya da ceviz ve pekmez ile servis edilir (Nezahat Aksu, kişisel görüşme, Nisan, 2017).

Günümüzde yapımına rastlanmayan, eski tarihlerde merasimlerde hediyelik olarak da hazırlanan ve birçeşit çörek olan Mejağ unutulmuş bir Çerkes lezzetidir. Darıdan yapılan bu yiyecek eskiden toprak kaplarda pişirilir ve çöreğin bozulmadan çıkartılmasıiçin toprak kaplar kırılırdı (Berkok ve Toygar, 1994: 148).

Abhaz mutfağında çokça tercih edilen bir yemek olan *Akudırşışı* Türkçede ezme fasulye olarak adlandırılır. Barbunya fasulyenin haşlanarak, yağ, soğan eklenerek pişirilmesi ile hazırlanır. Ancak normalden farklı olarak yemeği indirmeye yakın, Abhazların fasulyeleri ezmek için özel olarak kullandıkları *Akudırışşıga* denilen mutfak gereci yardımıyla fasulyelerin parçalanmasıyla hazırlanır. *Akudırşışı* sofrada *Abısta*'nın yanında vazgeçilmez bir yemektir ve özel davetler, düğün, toplantı sofralarında kesinlikle bulunur (Meziyet Var, kişisel görüşme, Aralık, 2015).

İç barbunya fasulyesinden hazırlanan bir diğer yemek olan *Akudçapa* barbunyanın haşlanması, cevizin dövülerek *Abısta* ile beraber az miktarda su ile yoğrulması, daha sonra bu karışımın barbunyalar ile harmanlanarak en son taze soğan, taze *Ahushoa* otu ve *Acıka*'nın eklenmesiyle hazırlanır. Abhaz mutfağında çok sık olarak hazırlanmasa da sofralarda zaman zaman yer almaktadır (Saadet Şen, kişisel görüşme, Eylül, 2016).

1.5.3.6. Sebze ve Ot ile Yapılan Yemekler

Adige ve Abhaz mutfağında sebze yemekleri çok fazla itibar görmemektedir. Kafkas coğrafyasının zorlu şartları ve Abhaz bölgesinin coğrafi koşullarının tarıma elverişli olmaması nedeniyle Abhaz mutfağında sebze ile yapılan yemeklerin sayısı kısıtlıdır. Genellikle sebzeler haşlanıp ince ince doğranarak ya daezilerek hazırlanır.

Abhaz mutfağında karalâhananın yaygın olması Karadeniz mutfağı ile benzerlik göstermektedir. Karalâhanadan yapılan *Ahulçapa* ve *Ahulsıfa*, kazayağından yapılan *Mkuındırçapa* ve ısırgan otundan yapılan *Ahoatsa sızbal* Abhaz mutfağında sebze ve otlardan hazırlanan yemekler olarak sayılabilir. *Ahulçapa* ve *Mkuındırçapa* sebzelerin haşlanıp ince ince doğranması, taze soğan ve sarımsak, ceviz ve *Acıka* eklenmesiyle hazırlanır. *Ahoatsa sızbal* ise ısırganların haşlanıp ince ince doğranması, taze soğan ve sarımsak, yoğurt ve *Acıka* eklenmesiyle hazırlanır. İçerisine isteğe bağlı olarak haşlanmış yumurtanın dilimlenerek eklenmesiyle servis edilir (Şennur Aksu, kişisel görüşme, Mart 2016; Hanife Ertuğrul, kişisel görüşme, Nisan 2017).

Abhaz mutfağında *Pırçman* olarak adlandırılan ve sarmaşık dikenlerinin uçlarından yapılan bir diğer ot yemeği, Karadeniz mutfağında diken ucu kavurması olarak da bilinir (Nezahat aksu, kişisel görüşme, Nisan 2017).

Harşıl olarak adlandırılan yoğurtlu sebze yemeği, ısırgan otu, ıspanak, pazı ya da benzeri yeşil yapraklı sebzelerin herhangi birisinden hazırlanır. Bu sebzeler haşlanarak içerisine *Acıka*, taze kişniş, taze soğan, taze sarımsak, yoğurt ve süt kaymağı eklenir ve üzerine haşlanmış yumurta dilimleri dizilir (Havva Aksu, kişisel görüşme, Aralık, 2016).

Kablibje olarak adlandırılan sebze yemeği, bal kabağının pişirilip ezilmesi, diğer yandan tereyağı, soğan ve süt karışımının kaynatılarak bal kabaklarının üzerine eklenerek pişirilmesi ile hazırlanır. Patates yemeği ve barbunya fasulye ezme olarak hazırlanmakta, ısırgan otunun kavurması yapılmaktadır (Yolkolu Öksüz, 2016, 164-168).

1.5.3.7.Süt Ürünleri

Süt ürünleri olarak Abhaz mutfağında tereyağı, kaymak, süt, yoğurt tüketimi oldukça fazla olmakla birlikte Abhaz örgü peyniri mutfağın en fazla isim yapmış ürünleri arasında yer almaktadır. Abhaz peyniri, sütün, şirden (peynir mayası olarak kullanılır) ve yoğurt katılarak mayalanması suretiyle yapılır. Peynir örülerek burgu şekliverilir (Havva Aksu, kişisel görüşme, Ekim, 2016).Adige peyniri ise; sütün içerisine *Kıtna* olarak adlandırılan süt buzağısı şirdeninin eklenmesi (şirden önceden kurutularak ufalanır ve tuzlu suyun içerisinde bekletilir) ile elde edilir. Adige ve Abhaz peynirleri ocaklarda odun isinde dumanlanarak füme/isli peynir olarak da hazırlanmaktadır (Yılmaz, 2017: 296).

Resim 4: Abhaz İsli Peynir

Adigelerde eski tarihlerde bir çeşit tuzlu yoğurt olan ve *Kundupsu/Kundusuv* olarak adlandırılan kışlık yoğurt hazırlanırdı. Mayalanan yoğurt fıçı içerisine aralarına tuz serperek doldurulur, fıçının ağzı bir bez ile kapatılarak üzerine çakıl taşları koyulurdu. Çakıl taşları ağırlık yaparak içe doğru baskı yaptığından yoğurdun suyu bezin üzerine birikirdi. Bu su biriktikçe alınarak süzme yoğurt kıvamına getirilirdi. Su tamamen çekilince fıçının kenarları temizlenerek üzerine kuyruk yağı dökülerek yayılır ve hava ile teması kesilirdi. Yerle teması kesilen fıçı serin bir yerle bekletilir ve bütün kış boyunca saklanabilirdi. (Berkok ve Toygar, 1994: 321-322).

Peynir eritmesi olarak da ifade edilebilen veÇerkes peyniri ile kaymaktan yapılan *Aşıc*, *Abısta*'nın ortasına konulur (Berkok ve Toygar, 1994: 310).

Keş ya da çökelek olarak adlandırılan ve peynir çıkarıldıktan sonra geriye kalan suyun kaynatılması, içerisine yoğurt ilave edilerek kestirilmesi ile elde edilir. Kahvaltı sofralarında sıklıkla tercih edilmektedir (Şennur Aksu, kişisel görüşme, Mayıs, 2017).

Adigelerin mutfağından dünyaya tanıtılan bir ürün olarak kabul edilen kefir, keçi sütünden elde edilmektedir. Keçi sütünün fermente edilmesiyle ortaya çıkan probiyotikler, kurutularak kefir mayası olarak kullanılmaktadır. Kaynatılıp soğutulmuş süt, bir fıçı içerisine konularak içerisine kefir mayası eklenerek bir gün

bekletilir. Pıhtılaşan süt süzülerek soğuk şekilde tüketilir. Adigelerin, Kabardey lehçesinde kefir fıçıda ekşitilen içecek anlamına gelmektedir. Sağlığa birçok faydası bulunan kefir, sağlık ve mutluluk içkisi olarak da adlandırılmaktadır. Kafkasya'da yaşayan insanların sağlık ve uzun ömür sırlarının kefir tüketimine bağlı olduğu tahmin edilmektedir (Yolkolu Öksüz, 2016: 214-215).

1.5.3.8.Tatlılar

Abhaz mutfağı, tatlı konusunda fazla bir çeşitliliğe sahip değildir. Özellikle Kafkasya'da arıcılık ve bal üretimi yapıldığından balın kendisinin tüketimi yaygındır. Sürgünden sonra geldikleri Anadolu topraklarında da genellikle dağlık bölgelere yerleşen Abhazlar arıcılık faaliyetlerine devam etmişler ve bal tüketimi mutfaktaki yerini korumuştur (Nevzat Aksu, kişisel görüşme, Kasım, 2016).

Bal kabağı ekiminin yaygın olarak yapılması nedeniyle kabak tatlısı mutfakta ender olarak hazırlanan tatlılara örnek olarak verilebilir. Kabak tatlısı Türk mutfağındaki gibi hazırlanır ve dövülmüş ceviz ile servis edilir (Nuray Erkan, kişisel görüşme, Ağustos, 2016).Eski tarihlerde kabak püresi şeklinde yapılan bir başka tatlı olan *Kabışıps* toprak veya cam küplerde 3-4 gün saklanırdı (Berkok ve Toygar, 1994: 467).

Çerkes mutfağında Abhazlar ve Adigeler tarafından ekimi yapılan ve kara kabak olarak da adlandırılan *Apsua kab* tan suda haşlanarak ya da kuzinede fırınlanarak pişirilen ve üzerine şeker dökülerek tüketilen bir kabak tatlısı çeşidi daha bulunmaktadır (Nezahat Aksu, kişisel görüşme, Nisan, 2016).

Avrupalıların *Purej* adını verdikleri yiyeceğe benzeyen yulaftan yapılan *Bedjin* yulafın bulamaç haline getirilip bal şerbetiyle tatlandırılması ile hazırlanır (Berkok ve Toygar, 1994: 475).

Siyah üzüm Abhazlarda büyük öneme sahiptir. Abhazya'da üzümün sofralık olarak tüketilmesi, şırasının çıkarılması ve şarap olarak tüketilmesi yaygındır. Bunun yanısıra, eski tarihlerde üzüm suyunun kaynatılarak içerisine mısır unu eklenmesi vejöle kıvamında pişirilmesi ile elde edilen *Akalmış* olarak adlandırılan bir tatlı yapılırdı (Yolkulu Öksüz, 2016: 199).

Mısır unu ile hazırlanan *Hakurt* tereyağı, mısır unu ve üzüm pekmezinden yapılır. Adigelerde çocuklar yürümeye başladığı zaman evin yaşlı kadını bu tatlıyı yapar ve mahalledeki yaşlı kadınları çağırırdı. Yaşlılar bu tatlıyı kesmeden önce çocuğa ve ailesine iyi temennilerde bulunur ve tatlıyı keserlerdi. Ev sahibi tatlıdan parçalar keserek evlerine götürmeleri için misafirlere verirdi (Yolkolu Öksüz, 2016: 194).

Ape yeşec olarak adlandırılan hamur tatlısı, un, yumurta, süt kullanılarak hazırlanan hamurun kızgın yağda kızartılmasıyla hazırlanır. Üzerine ballı şerbet dökülür (Yılmaz, 2017: 361).

Adigelerde tatlı olarak un helvasının tüketimi yaygındır. Aile sofralarında, misafir sofralarında, düğün vb. toplu organizasyonlarda tatlı olarak un helvası sıkça tüketilir(Yolkolu Öksüz, 2016: 192-193).

1.5.3.9. İçecekler

Abhaz mutfağında sıcak içecekler çok tercih edilmemekte olup, çeşitli meyvelerden elde edilen şıra, komposto ve hoşaf gibi soğuk içecekler daha fazla tüketilmektedir. Sıcak içecek olarak ise ıhlamur çayı tüketilmektedir (Nevzat Aksu, kişisel görüşme, Mayıs 2017).

Abhazlarda üzüm tarımının çok önemli olması özellikle siyah Kafkas üzümünden yapılan ürünlerin çeşitliliğini arttırmıştır. Türkiye'de yaşayan Abhazlarda İslamiyet'in de etkisiyle şarapüretimi terk edilmiştir. Ancak Abhazya'da varlığını hala sürdürmektedir (Nevzat Aksu, kişisel görüşme, Mayıs 2017). Şarap Abhazların en önemli içkisi olarak kabul edilir. Abhazlar, uzun yaşam sırlarının şarapta gizli olduğuna inanırlar (Berkok ve Toygar, 1994: 481).

Anıhöara olarak adlandırılan ritüel, sofrada yemeğe başlamadan önce sofranın en büyük kişisinin Ayü(şarap) ile kadeh kaldırarak iyi dileklerde bulunması ile gerçekleşir. Eski tarihlerde şarabın öküz boynuzu içerisinde içilmesi de bu ritüelin bir parçasıydı (Nevzat Aksu, kişisel görüşme, Mayıs 2017).

Adigelerin İslamiyet öncesinde Kafkasya'da hazırladıkları *Maramajhey* bir içki çeşidi olup yapılışı oldukça zahmetlidir. Mısır unu, buğday kepeği ve buğday

unundan bir karışım hazırlanır. Bu karışım, içerisine 2 cm kadar bal, 2 cm kadar karışım olacak şekilde tahta fıçılara doldurulur. Fıçılar toprağa gömülür. Elde edilmek istenen sertliğe göre 1 veya 2 yıl dinlendirilir. *Maramajhey*'de fıçının en üst tabakasındaki sıvı sert ve şeffaf olan içkidir ve üst düzey yetkili, misafirlere ikam edilir. İkinci tabaka rengi daha koyu ve hafif içki olup misafirlere, eşe, dosta ikram edilir. Üçüncü ve en alt tabaka ise, ev halkının içeceğidir (Yolkolu Öksüz, 2016: 211).

Adige mutfağında sıcak içecek olarak tüketilen ve sağlığa olan yararlarından dolayı en çok tercih edilen içecek Kalmuk çayıdır. Bu çay efelek/labada otu ile hazırlanır. Kaynatılan efelek otunun içerisine süt ve hafif tuz eklenir. Üzerine karabiber, tereyağı veya kaymak eklenip sıcak olarak tüketilir (Boran Art, 2017: 275).

Çerkes bozası olarak adlandırılan *Baksıme*mısır unu ve buğday unundan hazırlanır. Küplere konulup bekletilir. Tüketilirken içerisine şeker ya da bal karıştırılır (Yılmaz, 2017: 428).

1.5.3.10. Otlar ve Baharatlar

Abhaz mutfağında sıklıklakullanılan 3 ot bulunmaktadır. *Ahushoa,* Türkçede kişniş, *Arahana* fesleğen/reyhan otu ve *Atsıbra* ise sater otu ya da çibrise otu olarak adlandırılmaktadır. Abhazlar *Acıka* yapımındabu üç otu da kullanmaktadırlar. Otlar taze olarak kullanımlarının yanında kurutulmuş olarak da kullanılmaktadır. Mutfakta hazırlanan yemeklerin neredeyse hepsinde bu otların en az bir tanesi yer alır. Bu otların yanında baharat olarak kırmızıbiber, pul biber ve karabiber de kullanılmaktadır (Zeynep Özer, kişisel görüşme, Mayıs 2017).

Adige mutfağında da salça yerine kullanılan Çerkes tuzu yapımında kişniş, reyhan otu ve çibrise otu kullanılmaktadır. *Şıbjıy suğ* olarak adlandırılan tuz tüm yemeklerde salça yerine kullanılmaktadır. Ayrıca yemeklerde *Kini* olarak adlandırılan bir çeşni çeşidi de kullanılmaktadır (Sevim Cengiz, kişisel görüşme, Nisan 2017).

Eski tarihlerde Adigelerde yoğurt mayalamak için maya otu da denilen şerbetçi otu kullanılırdı. Kullanılan bir diğer ot çeşidi ise sağlığa olan faydalarından dolayı kullanılan Türkçede kök boya otu, fes otu olarak adlandırılan*Şkelph* otudur. Kalmuk çayının yapımında da labada/efelek otu kullanılmaktadır (Yolkolu Öksüz, 2016: 83).

1.5.3.11. Soslar ve Yardımcı Yemekler

Abhaz mutfağında temel sos ve salça olarak neredeyse hazırlanan tüm yemeklerde kullanılan *Pırpılcıka* acı biberden hazırlanan bir sostur. Acı biberlerin haşlanması ve *Ahaka* olarak adlandırılan düz bir taş üzerinde *Apıhnıga* olarak adlandırılan yuvarlak taş yardımıyla ezilerek öğütülmesi, içerisine kurutulmuş *Ahoshoa* otu, Arahana otu, *Atsıbra*otu, sarımsak ve bol miktarda beyaz tuz eklenerek harmanlanmasıyla hazırlanır. Yapımının oldukça zahmetli olması nedeniyle eskiden birkaç günlük ya da haftalık olarak hazırlanırken, günümüzde salça makinesinden geçirilerek daha fazla miktarlarda hazırlanmaktadır. Mutfakta yemeklerde kullanımının yanı sıra ekmek üzerine sürülerek ya da *Abısta* yanında tüketilmektedir. İçerisindeki tuz miktarının fazla olması nedeniyle Abhazlar yemeklerinde genellikle acıka haricinde tuz kullanmamaktadırlar (Bilgi Öz, kişisel görüşme, Aralık, 2016).

Pırpılcıka'nın hazırlanışı ile aynı olan kahvaltılık cevizli acıka, *Pırpılcıka*'nın içerisine dövülmüş ceviz eklenmesiyle elde edilir. Kahvaltı sofralarında sos olarak tüketilmekte, yemeklerin yapımında kullanılmamaktadır (Hacer Aksu, kişisel görüşme, Aralık, 2016).

Adige mutfağında salça olarak kullanılan Şıbjıy şuğ kurutulmuş acı kırmızıbibere sarımsak, kişniş, kini ve iri tuz eklenmesi ve havanda dövülerek ezilmesiyle hazırlanır. Ayrıca, Şıbjıy şuğ'un içerisine ceviz eklenerek hazırlanan *De şuğ* ise kahvaltılık olarak tüketilmektedir (Berkok ve Toygar, 1994: 439-440).

Şhıvuşıps olarak adlandırılan ekşi yoğurt sosu; ekşi yoğurt, dövülmüş sarımsak, kişniş, kırmızıbiber ve tuz karışımından hazırlanır. Haşlanmış et ve sakatat yemeklerinin yanında tüketilir (Boran Art, 2017: 233).

Çerkes mutfağında yaygın olarak tüketilen ceviz yağı sos olarak kullanılmaktadır. Abhazlarda *Araşı* olarak adlandırılan sos, cevizin *Ahaka* adı verilen düz genişçe bir taş üzerinde *Apıhnıga* olarak adlandırılan yuvarlak taş ile dövülüp ezilmesi, acıka eklenerek karıştırılması, yavaş yavaş sıcak su ilavesiyle elle yoğrularak yağının çıkarılmasıyla hazırlanır. Abhaz mutfağında özellikle *Aktuı sızbal* üzerine gezdirilerek kullanılır. Cevizin ezilerek dövülmesi günümüzde robottan geçirilerek yapılamakta, taşla ezme yöntemi pek kullanılmamaktadır (Nuran Kap, kişisel görüşme, Mayıs 2017).

Abhaz mutfağında *Hırçı sızbal,* Adige mutfağında *Apeşips* olarak adlandırılan yoğurdun katı tarafından alınarak içerisine *Pırpılcıka*, süt veya yoğurt kaymağı, ince kıyılmış taze soğan, dövülmüş sarımsak ve *Ahushoa* otu eklenerek hazırlanan bir soğuk meze çeşidi bulunmaktadır. Ana yemeğin yanında, bazen de içerisine *Abısta* parçaları eklenerek tüketilir. Sofrada genellikle yardımcı yemek olarak yer alır (Hanife Ertuğrul, kişisel görüşme, Aralık, 2016). *Abhösa sızbal* olarak adlandırılan ve yeşil ekşi erikten hazırlanan ezme türü, eriklerin kaynatılarak kevgirden geçirilmesi, ayrı bir kapta mısır unu ve su ile bulamaç hazırlanması, soğutulduktan sonra eriklerin ve mısır unu bulamacının birbirine karıştırılarak yoğurt eklenmesiyle hazırlanır. Taze soğan, sarımsak, *Ahushoa* otu ve acıka ilave edilir. Üzerine yumurta haşlanarak dilimlenip süslenir. *Abısta/Paste*'ye bandırılarak ve söğüş et ile birlikte tüketilir (Havva Aksu, kişisel görüşme, Mayıs 2017).

Resim 5: Abhösa Sızbal

Abısta/Mamırsa yapıldıktan sonra *Çüven*'in dibinde kalan kurumuş tabaka kazınarak çıkartılır. Mutfakta mısır gevreği olarak kullanılmaktadır. Kahvaltı sofralarında süt veya yoğurt içerisine eklenerek tüketilir (Elanur Alkış, kişisel görüşme, Nisan 2017).

1.5.3.12. Mutfakta Kullanılan Araç Gereçler

Adigelerde mutfak *Pıtı* olarak adlandırılmaktadır. Eski geleneksel Çerkes evleri genelde iki katlı olup mutfak alt katta ya da evin hemen bitişiğinde kiler ve fırınla birlikte yer alır. Mutfakta çeşitli malzemelerden üretilmiş araç gereçler kullanılmaktadır. Çerkes mutfağında kullanılan ve bu mutfağa özgü olarak kullanılan araç gereçler şu şekilde sıralanabilir (Yılmaz, 2017: 100):

- **Ane:** ÜçayaklıÇerkes sofrasıdır. Daha çok Adigeler tarafından kullanılmakta olup yaklaşık 60 cm çapında ve 50 cm yüksekliğindedir. Genellikle gürgen ağacından imal edilir.
- **Ahaka:** Ezilerek hazırlanan ceviz, fındık gibi kuruyemişlerin, kurutulmuş otların, biber vb. ürünlerin üzerinde sürtülerek ezildiği yassı düz taştır.
- **Akudırışşıga:** Özellikle ezme fasulye yapılırken kullanılan düz bir sopa ve ucunda 4, 5 adet yıldız şeklinde dallar bulunan mutfak gerecidir.
- **Apıhnıga:** Ezilerek hazırlanan ürünleri ezmekte kullanılan yuvarlak taştır.
- **Belağ:** *Abısta/Mamırsa* yapımında kullanılan ağaçtan yapılmış ucu yassı veyuvarlak kürektir. Abhazlarda *Mhabısta* olarak adlandırılmaktadır.
- **Bje:** Büyükbaş hayvan boynuzudur. Çerkes kültüründe önemli yere sahiptir. Toplum içerisinde özrün, memnuniyetin ve onurlandırmanın ifadesi olarakkullanılan simgedir. Eskiden bardak yerine kadeh kaldırırken ve misafire içecek ikram edilirken kullanılırdı.
- **Çüven:** Altı yuvarlak kulplu demir döküm kaptır. Ocak içerisinde asılı olan demir kancalara takılan yemeklerin pişirildiği Çerkes tenceresidir. Adigelerde *Şöven* olarak adlandırılmaktadır.
- **Haku:** Çerkes mutfağının en önemli elemanı olan kerpiçten yapılan fırındır. Genellikle mutfağa bitişik olarak inşa edilmektedir.

- **Lehunç:** Ocakların içerisinde asılı olarak duran demir kancalardır. *Çüven/Şöven*'in asılarak yemeklerin pişirilmesinde, tütsülenmek istenen ürünlerin asılmasında kullanılır.
- **Phaçey:** Sıvı yiyecek ve içeceklerin uzun süre saklanmaları amacıyla genellikle meşe ağacından imal edilen fıçıdır.
- **Şhalmuje:** Yaklaşık 50 cm çapında ve 15 cm genişliğinde birbirine eşit üst üste koyulmuş yassı taştan oluşan minyatür değirmendir. Kol gücüyle çevrilerek birçok maddenin öğütülmesinde kullanılır.
- **Tabe:** Dökme demirden yapılan kenarları 3-4 cm yüksekliğinde, fırınlarda közde pişirilen ekmeklerin yapımında kullanılan tepsidir.
- **Vacak:** Eski Çerkes evlerinin alt katında bulunan hem yemek pişirmek ve tütsüleme yapmak hem de ısınmak için kullanılan ocak ya da şöminedir.

İKİNCİ BÖLÜM

GASTRONOMİ VE GASTRONOMİ TURİZMİ

2.1. GASTRONOMİNİN TANIMI VE TARİHÇESİ

Geniş anlamı ile gastronomi; insan refahı ve gıdasını ilgilendiren her konuda elde edilmiş kapsamlı bilgibirikimini ifade eder. İyi yemek seçme, pişirme ve yeme sanatı veya pratiği olarak tanımlanabilen gastronomi, Yunanca *Gaster* (mide) ve *Nomas* (yasa) sözcüklerinden oluşan bir terimdir (Altınel, 2009).

Gastronomi kavramının ortaya çıkışı ile ilgili olarak literatürde farklı varsayımlar bulunmaktadır. Literatürde gastronomikelimesinin kökeni, Yunancada *Gastrologia'*dan 19. yüzyıl başlarında ise, Fransızcada *Gastronomie'den* türetilen *Gastronomia'*ya dayandırılmaktadır (Hatipoğlu, 2014). Gastronomi kelimesinin ilk kez Yunanlı Archestratus tarafından kullanıldığı bilimsel olarak kabul görmektedir. Gastronomi sözcüğünün M.Ö. 4. yüzyılda Yunanlı Archestratus tarafından Akdeniz'deki yiyecek ve içecekler hakkında yazılan Gastronomiaadlı rehber kitaptan geldiği sanılmaktadır(Göynüşen, 2011). Diğer yandan Yunan şair Atheneaus'un yiyecek ve yemek zevki konusunda yazdığı şiirin başlığının gastronomi adını taşıması gastronomi kavramının antik Yunan'dan beri kullanıldığını göstermektedir. Larousse Gastronomique'a göre bu kavram ilk olarak 1801 yılında Joseph Berchoux'un "Gastronomi ya da Tarladan Sofraya İnsan" kitabıyla birlikte kullanılmış ve Fransızcaya yerleşmiştir (Sarıışık ve Özbay, 2015).

Gastronomi bilimi ile ilgili en önemli çalışmalardan biri olan ve Fransız Jean Anthelme Brillat-Savarin (1755-1826) tarafından 1825 yılında yazılan *La Physiologie Du Gout* adlı kitapta, yemek ve lezzet konularına fizik ve kimya açılarından yaklaşmış, böylece yeni bir anlayışın oluşmasına öncülük etmiş ve yiyecek-içecek bilimi ile ilgili sonraki araştırmalara rehberlik etmiştir. İlerleyen dönemlerde gastronominin klasik uygarlıkların mutfak kültürü ve kökleri ile ilgilenen bir bilim dalı olduğu anlayışı kabul görmüştür (Sarıışık ve Özbay, 2015).

Gastronomi kavramı farklı boyutlardan incelendiğinde, özelliklerini aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür (Uyar ve Zengin, 2015):

Üretim Boyutu ile Gastronomi:

- İyi yemek hazırlama, pişirme, sunma ve güzel masa kurma bilim ve sanatı,
- İyi yemek yeme ile ilgili faaliyetler ve bilgi birikimi,
- Yemek pişirme-aşçılık ile ilgili prensip ve uygulamalardır.

Tüketim Boyutu ile Gastronomi:

- İyi yiyecek ve içecekten hoşlanma,
- İyi yemek yeme konusunda abartılı davranma,
- Lüks ve lezzetli yiyeceklere düşkünlük ve tutkudur.

Üretim ve Tüketim Boyutu ile Gastronomi:

- Yiyeceklerin hazırlanması, pişirilmesi ve servis edilmesi süreci,
- Yemeğin uygun kurallar ve araç-gereçler kullanarak sunulup yenilmesi sanatı,
- Menüde bulunan yemeklerin ne kadar satıldığı,
- Belirli bölge ve ülkelerle ilgili mutfak kültür, gelenek ve göreneklerini de içeren; iyi yiyecek yeme bilim ve sanatı,
- Damak tadı ve iştah gibi zevklerin, tarihsel bilgi, kültür, alışkanlık, yetenek, emek ve ihtimamla beğeniye uygun şekilde ahenkle bir araya gelmesidir.

Gastronomi, içinde barındırdığı tüm sanatsal ve bilimsel unsurlarla yiyecek ve içeceklerin tarihsel gelişim sürecinden başlayarak tüm özelliklerinin ayrıntılı bir biçimde anlaşılması, uygulanması ve geliştirilerek günümüz şartlarına uyarlanmasıçalışmalarını kapsayan bir bilim dalıdır (Deveci, Türkmen ve Avcıkurt,

2013). Yemek kültürü veya yemek sanatı olarak da adlandırılan, gastronomi yemeğin göz vedamak zevkine hitap edecek şekilde hijyen ve sanitasyon kurallarına özen göstererek, belli bir sistematik düzen içinde hazırlanması ve sunulması olarak tanımlanmaktadır (Dilsiz, 2010). Gastronomi; "belirli bölge ve ülkelerle ilgili, mutfak gelenek ve göreneklerini de içeren, iyi yiyecek yeme bilim ve sanatıdır"(Hatipoğlu, 2010). Gastronomi; kültürel, coğrafik, toplumsal ve sosyal pek çok farklı unsuru içinde barındıran bir kavramdır.

2.2. GASTRONOMİNİN KAPSAMI ÖNEMİ VE AMACI

Gastronomide amaç, mümkün olan en iyi beslenme ile insanın korunması ve hayattan zevk almasının sağlanmasıdır. Yenilebilir tüm maddelerin hijyenik olabilen ama sağlığa uygun olması gerekmeyen şekilde, azami damak ve göz zevkini amaçlayarak, yemeye hazır halde sofraya getirilmesine kadar olan süreç gastronominin çalışma konusunu oluşturur (Baysal ve Küçükarslan, 2003:11). Gastronomi, insan refahını ve beslenmesini ilgilendiren her alanda sağlanmış detaylı bilgi birikimi ortaya koymaktadır (Akgöl, 2012).

Gastronomi, yiyecek ve içecek ile ilgili malzemelerin farklı ülkelerde ve farklı kültürlerde nasıl kullanıldığını, benzer ya da farklı kullanım alanlarını ortaya koymaktadır. Gastronomi, besinlerden alınan keyfin artırılması çalışmalarını kapsamaktadır (Akgöl, 2012). Yüzlerce yıllık yemek tecrübesi ve lezzet birikimi, yemeği yaşamsal öneminden daha öteye taşıyarak bir keyif ve haz olgusu haline getirmiştir. Günümüzde gastronomi teriminin öneminin fark edilir derecede artması ve bir bilim olarak görülmeye başlamasında lezzet ve görselliğin haz vericiliği önemli bir etkendir (Wikipedia, 2015).

Gastronomi, iyi yemek yapma, iyi şarap yiyecek ve içeceklerin kalitesi üzerine odaklanır. Gastronomi, ortaya çıkarılan bir yemekteki yeniliği inceler ve değerlendirir (Akgöl, 2012).

Gastronominin turizm endüstrisi açısından önemi, gastronominin bir destinasyona ve destinasyon imajına yaptığı katkıdan kaynaklanmaktadır. Turizm

ülkeleri birbirine yakınlaştıran bir aktivitedir ve bu yakınlaşmada yemeklerin oynadığı rolün önemi büyüktür. Günümüzde gastronomi, turistlerin tatil yeri seçiminde önemli nedenlerden birini oluşturmaktadır. Başka bir ülkeyi ziyaret eden kişilerin beklentileri arasında, yeni yerler görmenin ve yeni kültürleri tanımanın yanında, yeni tatlarla tanışma ve farklı tecrübeler yaşama arzusu da bulunmaktadır (Kesici, 2012).

Yiyecek-içecek amaçlı seyahatler bir turizm türü olarak yeni önem kazanmaya başlamışsa da esasen kişiler hangi amaçla seyahat ederlerse etsinler yeme ve içme turistik seyahatlerin önemli bir parçasını oluşturmakta ve turistlerin önemli seyahat deneyimlerinin başında gelmektedir. Birçok çalışmada yiyecek içecek kültürünün toplumsal önemine, gastronominin turizmdeki rolüne ve turistlerin tercihlerini etkileyen, bir faktör olduğuna vurgu yapılmıştır. Bu nedenle gastronomi, özgün deneyimler yaşatmak, saygınlık ve statü kazandırmak, ürün farklılaştırmak ve destinasyonu diğerlerinden daha çekici kılmak için bir araç olarak kullanılmaktadır (Kaşlı, Cankül, Köz ve Ekici, 2015).

Gastronomi, Türkiye'de birçok destinasyona değer katacak bir potansiyele sahiptir. Zengin bir yemek kültürüne sahip olan ülkemizde yiyecek ve içecekler çeşitlilik göstermekte, bölgeden bölgeye yöreden yöreye, şehirden şehre farklılaşmaktadır. Dünyanın en zengin mutfakları arasında gösterilen Osmanlı ve Türk Mutfağı, doğru bir konumlandırma ve oluşturulacak iyi bir imajla, destinasyonların markalaşmasına önemli yararlar sağlayacaktır (Cömert ve Özkaya, 2014).

2.3. GASTRONOMİNİN DİĞER BİLİMLERLE İLİŞKİSİ

Gastronomi yiyecek ve içeceklerde estetik, kalite, göze ve damağa hitap etme gibi hususları dikkate alan bir bilim dalıdır. Hem fen bilimleri (fizik, kimya ve biyoloji) hem de sosyal bilimlerden (ekonomi, sosyoloji, antropoloji, psikoloji, işletmecilik, yönetim, pazarlama vb.) yararlanan gastronomi; bu bilimler açısından oldukça zengin bir araştırma alanıdır. Gastronominin yiyecek ve içeceklerle ilgili bir

alan olması nedeniyle beslenme bilimi ile doğrudan ilişkilidir. Tadın fizyolojisi ve tat alma, şarap üretimi, besin öğelerinin insan vücudundaki işlevleri, gıda maddelerinin seçiminde dikkat edilmesi gereken hususların belirlenmesi; gıdaların fiziksel, kimyasal ve biyolojik olarak bozulmalarının önlenmesi için dikkate edilmesi gereken hususlar, hijyen ve sanitasyon kurallarına uygun üretim süreçlerinin geliştirilmesi; büyük ölçüde fen bilimlerinin alanına girmektedir (Altınel, 2009). İnsanların yeme-içme motivasyonları, insanların evde ya da dışarıda yemek yeme nedenleri ve tercihleri, yiyecek ve içecek ürünlerinin pazarlanmasında nelere dikkat edilmesi gerektiği, ürünlerin maliyeti, gastronominin tarihsel geçmişi, toplumların yiyecek-içecek kültürü vb. konularda psikoloji, sosyoloji, ekonomi, işletme gibi sosyal bilimler alanlarından yararlanılır (Kılıç, 2010).

2.4. GASTRONOMİ İLE İLGİLİ KAVRAMLAR

Gastronomi biliminin gelişmesi bu alanla ilgili çeşitli kavramların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu kavramlar, aşağıdaki başlıklarda incelenebilir.

2.4.1. Gurme

Fransızca kökenli (Fransızca *Gourmet*) bir kavram olan gurme, yemek yemesini bilen, damak tadına ve lezzetleri keşfetme yeteneği olan kişi demektir. Gurmelik; zeki, duyarlı, olgun, dengeli ve zevkli insanlara özgü bir niteliktir. Gurme, genellikle yemek kültürü yüksek, yeme içme adabına hâkim, sadece yemeyi değil diğer taraftan mutfak işlerini, yemek pişirmeyi, bir yemeği oluşturan malzemelerin uyumunu da iyi bilen kişilere denir. Gurme olabilmek için eğitim, kültür ve ilgi gerekir (Wikipedia, 2015; Kılıç, 2010).

2.4.2.Gastronom

Gastronomide; mutfak ve servis sanatları konusunda uzmanlaşmış kişilere gastronom denir (Altınel, 2009). Türk Dil Kurumu'na göre 'damak zevki olan, ağzının tadını bilen, iyi yemekten anlayan kimse'(Tdk, 2016). Hatipoğlu (2010)'na göre gastronom, yemek pişirme sanatçısı veya ustası, iyi yiyecek konusunda ün yapmış olan bir restoranın veya bir işletmenin sahibi olan kişidir. Altınel (2009)'e göre mutfak ve servis sanatı konusunda uzman, gastronomi alanında eğitimli olan kişidir.

2.4.3. Degüstatör

Degüstatör kavramı daha çok dünya genelinde şarap tadımı yapan kişiler için kullanılmaktadır (Hatipoğlu, 2010). Şarap degüstasyonunda yalnızca tat alma duyusu kullanılmaz. Degüstasyon, görme ile başlayan, koklama ile devam ederek en sonunda da tatma ile tamamlanan bir süreçtir (Aydın, 2015).

Degüstasyon, içeceklerin ve zaman zaman yiyeceklerin tadımı konusunda bilgili ve uzman kişilerin koku, renk, lezzet ve kalite yönünden değerlendirme yapabilmeleri için gerekli işlem basamakları olarak ifade edilebilir. Degüstatör bir diğer adıyla tadım uzmanı da degüstasyon işlemini yapan kişiye verilen addır (Uyar ve Zengin, 2015).

2.4.4. Şarap Turizmi

Şarap turizmi, üzüm bağlarını, şarap bölgelerini, şarap üreten işletmeleri ziyaret etme ve bu ziyaret sırasında destinasyonya da turizm bölgesindeki yerel kültürü, yerel yiyecek ve içecekleri, manzarayı ve kültürel aktiviteleri tecrübe etme faaliyeti olarak tanımlanabilir. Şarap turizmi, şarap tatmak, şarap satın almak, bir şarap bölgesindeki çekicilikleri görmek ve tecrübe etmek için üzüm bağlarının, şaraphanelerin ziyaret edilmesi, şarap festivallerinin ve şarap gösterilerinin izlenmesidir (Türker, 2011). Genellikle şarap endüstrisi ve turizm endüstrisinin aynı bölgelerde faaliyet göstermesi nedeniyle bu iki endüstri aynı coğrafi, ekonomik ve sosyal kaynakları kullanmaktadır. Şarap ve turizm endüstrileri bir araya gelerek,

bağcılık, şarapçılık, turizm, seyahat, konaklama gibi sektörlerden meydana gelen karma bir endüstri oluşturmaktadırlar (Kılıçhan ve Birdir, 2014).

Şarap Turizmi, 1990'lı yıllarda alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi anlayışı ile gelişmeye başlamıştır. Böylece turistik ürünlerin çeşitlendirilmesi ve şarap turizmi destinasyonlarının geliştirilmesi üzerine yoğunlaşmamıştır. Son yıllarda eski dünya şarapçılık ülkeleri (Fransa, İtalya, İspanya, Portekiz, Almanya vb.) ve yenidünya şarap ülkelerinde (Avustralya, Yeni Zelanda, Şili, ABD, Güney Afrika vb.) oldukça gelişmiş ve popüler olan bir turizm türü haline gelmiştir.

2.4.5. Eko Gastronomi

Uluslararası Yavaş Yiyecek (Slow Food) Birliği tarafından geliştirilen bir kavram olan eko-gastronomi, sürdürülebilir tarım felsefesi, sürdürülebilirlik ilke ve teknikleri üzerine odaklanan yiyeceklerin ve içeceklerin biyoçeşitliliği, yiyecek geleneklerini koruyacak ve yiyeceklerin tadını ve kalitesini arttıracak biçimde üretimini amaçlayan bir anlayıştır (Slowfood, 2009). Eko gastronomi tarımsal faaliyetler ve gıda üretimi, yiyecek ve içeceklerin satışı ve tüketimi ile ilgili tüm sosyal, psikolojik, kültürel ve politik unsurları içeren bir süreçtir. Eko-Gastronomi'nin temel amacı; sürdürülebilir gelişmenin geleneksel ilkelerini içeren bir gastronomik yaklaşım ortaya koymaktır. Bu nedenle; sürdürülebilir gastronomi olarak da adlandırılmaktadır. Eko-Gastronomi; yerel turizm kaynaklarını geliştirerek destinasyonun özgünlüğüne değer katmaktadır. Yerel ekonomiyi turizm ve tarım sektörleri açısından güçlendirmekte ve çevre dostu özelliği ile turizmin sürdürülebilir gelişimine de önemli katkılar sağlamaktadır (Yurtseven, 2014).

Geleneksel yiyecek ve içecek üretme ve sunma biçimini, geleneksel yemek kültürünü halen koruyan Çerkes mutfağı ülkemizde eko-gastronominin gelişmesinin de önemli bir aracıdır. Ayrıca Çerkes mutfağı, doğal kaynakların ve ekolojik değerlerin korunmasını ve tarımsal faaliyetlerin sürdürülebilir gelişmesini destekleyen bir anlayışı savunmaktadır.

2.4.6. Moleküler Gastronomi

Moleküler gastronomi; fizik-kimya bilimleriyle mutfak uygulamalarını birleştiren yenilikçi ve yaratıcı bir gastronomi yaklaşımıdır. Moleküler gastronomi fiziksel ve kimyasal araştırmalardan yararlanılarak farklı ve yeni tatların ortaya çıkarılmasıdır (Aydın, 2015). Yiyeceğin ham halinden servisine kadar geçen süreçte uğradığı kimyasal ve fiziksel değişim üzerine odaklanan moleküler gastronominin amacı; yiyeceğin ana yapısını çok fazla değiştirmeden, lezzet ve dokusunun geliştirilmesidir. Böylece teknoloji kullanarak malzemelerin moleküler yapılarıyla oynanmakta ve bir araya getirilmesi pek de uygun olmayan malzemeler birlikte sunulmaktır (Güzel, 2009).

Moleküler gastronomide önemli olan yiyecek ya da içeceğin lezzettir. Yiyecek ve içeceklerin sağlığa olan yararları değil lezzetleri üzerinde durulmaktadır. Yemek pişirme kavramına bilimsel ve sanatsal açıdan yaklaşan moleküler mutfakta örneğin *Nitrojen, Maltodekstrin, Ksantan gam, Sodyum aljinat* gibi çok farklı maddeler bir arada kullanılabilmektedir.

2.4.7. Füzyon Mutfak

Füzyon kelime anlamı olarak erime, birleşme, bir araya gelme, birleştirme demektir. 1980'li yıllarda Batı teknikleri ile Uzakdoğu teknik ve malzemelerinin birleştirilmesiyle ortaya çıkan (Can, Sünnetçioğlu ve Durlu-Özkaya, 2012) füzyon mutfak, tek bir ulusal özellik ortaya çıkmayacak şekilde farklı uluslara ait mutfak kültürlerinin, tekniklerinin ve malzemelerin bilinçli bir şekilde aynı tabakta birleştirilmesidir (Hürriyet, 2005). Füzyon mutfakta dünya mutfaklarına ait farklı yemekler harmanlanmakta ve yeni mutfaklar, yeni yemekler, yeni tatlar ortaya çıkarılmaktadır.

2.4.8. Slow Food

Slow Food hareketi, gıdada küreselleşme, tarımda çok uluslu şirketlerin artması ve 1980'li yıllarda Avrupa'da son derece yaygın olan fast-food kültürüne karşı bir tepki olarak doğmuştur. Carlo Petrini'nin fikirlerinden esinlenerek 1989 yılında İtalya'da kurulmuş olan kültürel ve siyasal bir birliktir. Bio-çeşitlilik, lezzetlerin standartlaşmaması, tüketicinin bilinçlenmesi, gastronomik geleneklerin sürdürülebilmesi üzerine odaklanır. İtalya'dan sonra tüm ülkelerde yaygınlaşan slow food hareketinin iki temel işlevi vardır. Bunlardan ilki, yok olma tehlikesindeki hayvan türlerini, bitki çeşitlerini ve tarımsal yöntemleri korumak, ikincisi ise; lezzet yeteneğini geliştirmektir (Güzel, 2009). Slow food hareketi sağlıklı, temiz ve adil gıda ilkeleriyle hareket ederek bireylerin sağlıklı olabilmesi için, yedikleri besinlerin de sağlıklı olması gerektiğini savunur. "İyi," gıdanın kişiye zevk vermesi, "temiz" üretim sürecinde, hayvan refahı, sağlığı ve ekosistemler ile çevreye saygılı olması, "adil" ise ekonomik süreçle ilişkili olup üreticilerin adil bir gelir elde etmeleri ve yaptıkları işin saygınlığının tanınması gerektiği anlamlarına gelmektedir (Basilico, 2015).

Slow food, sürdürülebilir yerel kalkınma sağlamak amacıyla yerelliğin korunmasını, kentlerin kendine özgü dokusunu ve kültürel kimliğini korunmasını, yerel değerlerin yeni nesillere aktarılmasını, yerel tohum üretimini yerel yiyecek içecek üretimini ve yerel halkın kazanç sağlamasını desteklemektedir (Pajo ve Uğurlu, 2015).

2.4.9. Organik Tarım

Organik tarım (bir başka ifade ile ekolojik tarım) yanlış uygulamalar sonucu kaybolan doğal dengeyi yeniden sağlamak için ekosistem ile uyumlu, insan ve çevre ile dost üretim sistemlerinin uygulanmasıdır. Tarımsal faaliyetlerde kimyasal tarım ilaçlarının, hormonların ve suni gübrelerin kullanılmasının ortadan kaldırılmasını, toprağın korunması ve bitkinin direncini artırmada doğal yollardan yararlanılmasını, organik gübreleme yapılmasını öneren bir sistemdir. Üretimde miktar artışını ve ürün kalitesinin arttırılmasını hedefleyen bir üretim biçimidir (Köse ve Odabaş, 2005).

Organik tarımda üreticiden tüketiciye ulaşana kadar olan tüm işlemler (ürünün yetiştirilmesi, toplanması, hasat edilmesi, işlenmesi, bölümlendirilmesi, ambalajlanması, muhafaza edilmesi, depolanması, taşınması) herhangi bir kimyasal madde veya tarım ilacı kullanılmadan gerçekleştirilmektedir. Organik tarım farklı bir tarım çeşidi değildir, organik tarım tarımsal bir uygulama, kendine özgü kıstasları olan tarımsal bir üretim faaliyetidir (Merdan, 2014).

2.5. GASTRONOMİ TURİZMİ KAVRAMI

Yemek, tarih öncesi çağlardan beri seyahat ile ilişkilendirilmiştir. Gastronomi ve turizm arasındaki ilişki geleneksel misafirperverlik, mutfak ve damaktan yenilikçi gastronomi turizmi kavramının gelişimine kadar ilerlemiştir (Aydın, 2015). Gastronomi turizmi; daha önce yaşanmamış bir yiyecek ve içecek deneyimi yaşamak amacıyla seyahat motivasyonu yaratan ve seyahat davranışlarının güdülenmesine önemli ölçüde katkıda bulunan bir turizm şekli olarak tanımlanabilmektedir. Gastronomi turizminin ana motivasyon kaynağı yöresel veya kırsal alanları, yiyecek üreticilerini, restoranları, yemek festivallerini ziyaret ederek, özel bir yemeğin tadımını yapmak veya bir yemeğin üretim aşamalarını gözlemlemektir (Deveci, Türkmen ve Avcıkurt, 2013). Gastronomi turizmi içerisinde aşçılık okulları, yemek kitapları satan dükkânlar, gastronomi tur operatörleri ile bu turların rehberleri, gastronomi ile ilgili medya, televizyon programlarıve dergiler, gastronomi ile ilgili aktiviteler, şarapçılar ve şarap bağları, bira fabrikaları, içki damıtma yerleri, tarla sahipleri ve üreticileri gibi pek çok faktörü barındırmaktadır (İstanbullu Dinçer, Uğurlu ve Çakmak, 2014).

Farklı yiyecekler tatma, bazı turistler için birincil derecede önemli bir seyahat motivasyonu iken, bazı turistler içinse ikincil derecede önemli bir seyahat motivasyonudur. Birincil ve ikincil amaçlarla farklı ve yerel yiyecekleri tatmak için yapılan seyahatleri tanımlamak için kullanılan gastronomi turizmi, mutfak turizmi, beslenme turizmi, gurme turizmi ve yiyecek turizmi gibi kavramlar, temelde farklı kültürlere ait yiyecek ve içecekleri tatmak amacıyla bir destinasyona yapılan seyahatleri içermektedir (Uyar ve Zengin, 2015). Bununla birlikte, gastronomi turizmi, gurme turizminin bir alt türevidir. Yemek hakkında yüksek motivasyon

sahibi olarak seyahatlere katılan kişilerin olduğu ve yemek yapılan yerleri ziyaret etmenin öncelik taşıdığı turizm türü 'gurme turizmi' olarak adlandırılır. Gastronomi turizmine katılan bireylerin gurme turizmine oranla yemeğe ilişkin tutkuları daha azdır. Buna karşın, eşsiz yemek deneyimi yaşama arzuları oldukça yoğundur (Akdağ, Akgündüz, Güler ve Benli, 2015).Hall ve Sharples (2003) ne tür ziyaretlerin gastronomi turizm faaliyetleri kapsamında yer alacağına ilişkin gerekçeleri aşağıdaki şekilde açıklamaktadır:

- Özel nitelikli bir yiyeceği tüketme isteği,
- Belli bir yöreye ait bir ürünü tüketme isteği ve
- Belirli bir aşçının hazırladığı bir yemeği tatma isteğidir.

Gastronomi turizmi eşsiz bir yiyecek ve içecek deneyimi yaşamak amacıyla yapılan seyahatlerdir. Gastronomi turizmi (Kesici, 2012):

- Turistler tarafından tüketilen yerel kültürün bir parçasıdır,
- Bölgesel turizmin gelişmesinde önemli katkı sağlar,
- Yerel tarım ve ekonomik gelişmeyi hızlandırır,
- Rekabetçi bölgelerin pazarlanmasında önemli bir unsurdur,
- Turistler tarafından tüketilen ürün ve hizmetlerdir.

Gastronomi turizmi, bölgesel mirasın korunmasına, destinasyonun otantikliğine değer katılmasına, yerel ve bölgesel turizm kaynaklarının geliştirilmesine ve güçlendirilmesine, tarımsal üretimin teşvik edilmesine, yerel ve bölgesel yiyeceklerin tanıtılmasına katkıda bulunmakta, yerel ekonomileri, tarım sektörünü desteklemekte ve güçlendirmektedir (Bucak ve Aracı, 2013).

Gastronomi turizmi, turistlerin otel ve restoranlarda yiyecek ve içecek tüketmesinden ziyade, yerel yiyecek ve içeceklerle ilgili deneyim yaşamak amacıyla seyahat etmesidir. Bir toplumun yaşam tarzını gösteren yemek kültürü, gastronomi turizminin en önemli parçasıdır. Bir bölgenin yemekleri o bölgeye ait iklim, konaklama, manzara, tarih gibi önemli çekicilik özellikleri arasında yer almaktadır. Bazı insanlar yeni mutfakların lezzetlerini tatmak amacıyla seyahat ederler. Farklı yemekleri deneme ve tatma, seyahat deneyiminin temel motivasyonuolabileceği gibi toplam seyahat deneyiminin ikincil amacı da olabilir (Birdir ve Akgöl, 2015). Gastronomi turizminin ana bileşenlerini tarım, kültür ve turizm oluşturmaktadır. Bu

üç unsur; gastronomi turizminin bölgesel bir çekicilik ve deneyim olarak pazarlanmasına ve konumlandırılmasına olanak sağlamaktadır. Tarım, ürünü ortaya çıkarmakta, kültür; tarihi ve otantikliği, turizm ise; alt yapıyı ve hizmetleri sağlamaktadır. Böylece, gastronomi tüm yiyecek ve içecek maddeleriyle kültür arasındaki ilişkiyi ve iyi yemek yeme ve içme sanatını ifade etmektedir (Cömert ve Durlu Özkaya, 2014).

Gastronomi turizmi dört farkı motivasyon içerir. Bunlar; fiziksel, kültürel, sosyal ve prestij olmak üzere sıralanabilir. Fiziksel motivasyon; yaşamın sürekliliğini sağlamak için yiyeceğin ihtiyaç olmasından kaynaklanmakta, turistin seyahati sırasında beslenmek için yiyecek tüketmesidir. Kültürel motivasyon, belli bir kültürü tanımak, öğrenmek için turistin yemek yemesidir. Bu noktada birincil üretim yerlerini ziyaretler, yöreye özgü yemeklerin sunulduğu restoranlar ve festivaller önemli çekiciliklerdir. Turistin gastronomi faaliyeti içinde aktif olarak yer alması, farklı kişiler ve kültürleri tanıma imkânı bulması sosyal motivasyonunu sağlar. Prestij ise; turistin yöreye özgü edinmiş olduğu bilgi ve birikimleri, deneyimleri bulunduğu ortamlarda paylaşarak kendisine prestij sağlaması olarak açıklanabilir (Güzel Şahin ve Ünver, 2015).

Modern hayatın beraberinde getirdiği fast food beslenme ve sağlıksız yemek anlayışının yerine doğal ve yöresel ürünlerin tüketilmesi ve daha keyifli zaman geçirme anlayışı ağır basmaya başlamıştır. İnsanların gastronomi turizmine olan talebi doğal beslenme ve organik yaşam arzularıyla birlikte her geçen gün artmaktadır. Gastronomi turizmi sayesinde küresel olarak geleneksel yemeklerin daha fazla rağbet görmeye başladığı ve turistlerin beklentilerinin otantik ve nostaljikyemeklere doğru bir eğilim içerisinde olduğu görülmektedir. (Akdağ, Kılıç ve Ercan, 2014).

Turistlerin kitle turizmi ürünlerine karşı ilgilerinin azalması ve daha çok özel ilgilerine yönelik turistik ürünler aramaya başlamaları gastronomi turizminin son yıllarda hızla gelişmesine neden olmuştur. Gastronomi turizmi, kendilerine yeni olarak gelen yiyecekleri keşfetmek isteyen ve bunun yanında bu yiyecekler ile yeni kültürleri tanıma yollarını arayan turistlerle ilgili bir kavramdır (Çevik ve Yıldırım Saçılık, 2011). Günümüzde gastronominin turistlerin tatil yerlerini seçme

nedenlerinin en üst sıralarında olduğu belirtilmektedir (Türktarım dergisi, 2012). Kivela ve Crotts'un (2005) Hong Kong'ta ve Hashimoto ile Telfer'in (2013) Kanada'da gastronomi turizmi üzerine yaptıkları araştırmalar, bu faaliyetin turistlerin önemli ziyaret nedenleri arasında olduğunu göstermektedir. Correia vd. (2007) de araştırmalarında, destinasyonun yemek kültürünün o yerin tercihinde önemli bir etken olduğunu saptamışlardır. Dünya Turizm Örgütü Global Yiyecek Turizmi Raporuna (2012) göre turistlerin % 88.2'si destinasyon seçerken yemek konusuna dikkat etmektedirler.

Gastronomi turizmi çerçevesinde geleneksel yemekler daha fazla ilgi görmeye başlamış, müşteri beklentileri egzotik ve nostaljik yemeklere doğru birgelişme göstermiştir (Durlu Özkaya, Sünnetçioğlu ve Can, 2013). Gastronomi amaçlı yapılan seyahatlerde turistlerin % 70'i gittikleri yerlerde yöresel lezzetleri tatmakta, yemek tarifleri almakta ve bazı gastronomik ürünleri ikamet ettikleri yerlere ulaştırarak bunları bulundukları ortamlarda arkadaşları ve aileleri ile paylaşmaktadırlar. Böylece ülke ve bölge tanıtımına dolaylı yoldan katkı sağlamakta ve yerel üretimi desteklemektedirler (Gökdeniz, Erdem, Dinç ve Çelik Uğuz, 2015).

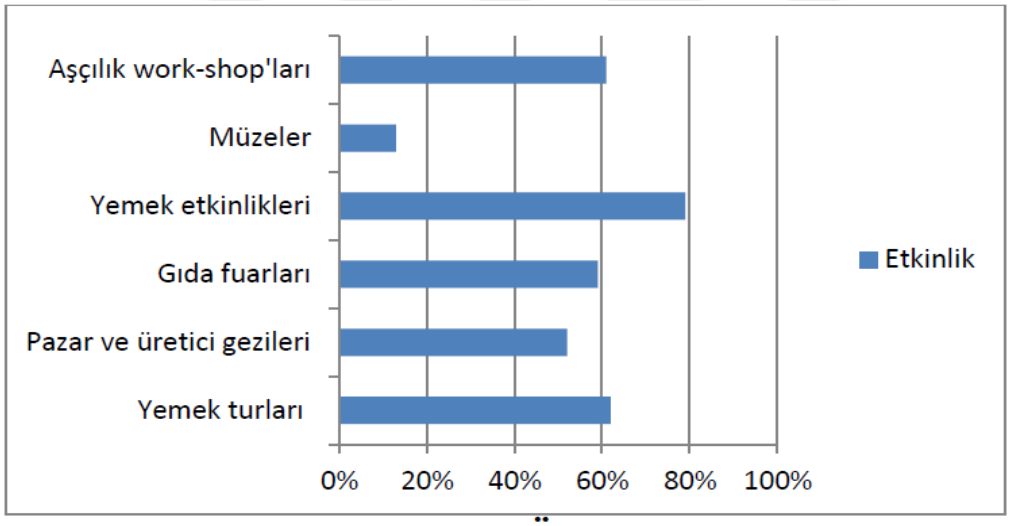
Bir bölgeye özgü yemekler, o bölge için önemli bir çekicilik unsuru yaratmakta ve destinasyonu zenginleştirmektedir (Bucak ve Ateş, 2014). Gastronomi hem iç hem de uluslararası turizmin gelişmesinde bir destinasyon için önemli bir çekicilik unsurudur. Turizm sektörü büyümek ve ürün çeşitliliğini arttırmak için gastronominin çekiciliğinden yararlanmaktadır (Gökdeniz, Erdem, Dinç ve Çelik Uğuz, 2015).Destinasyonlar için gastronomi artık turistik ürünleri tamamlayıcı bir ürün olmaktan çıkmış ve başlı başına bir turistik ürün haline gelmiştir (Gökdeniz, Erdem, Dinç ve Çelik Uğuz, 2015).

Gastronomi turizmi, destinasyonun pazarlanması açısından, uzun vadede rekabete katkı sağlayıcı bir potansiyele sahiptir. Nitekim Quan ve Wang (2004), gıda şenlikleri ve gastronomi turizmi faaliyetlerinin, turizm destinasyonları için bir kimlik yarattığını belirtmektedirler. Nitekim Harrington (2008) da çalışmasında yemek kültürünün destinasyon kimliğinin önemli bir bileşeni olduğunu ortaya koymuştur. Bu nedenle, destinasyon pazarlamacıları destinasyonun kaynaklarını kullanarak rekabet avantajı elde etmek, gastronomi turizm stratejisi geliştirmek ve gastronomi

turizmine dikkat çekmek için gastronomiyi turizmde marka imajı olarak desteklemektedir (Tellström vd., 2006).

Yılın on iki ayı yapılabilen bir turizm türü olan gastronomi turizmi turizm sezonunun uzamasına katkıda bulunmaktadır. Kivela ve Crotts'a (2005) göre gastronomik faaliyetler, diğer seyahat aktiviteleri ve çekiciliklerinin aksine günün herhangi bir saatinde ve her hava koşulunda yapılabilmektedir (Mak vd., 2011). Gastronomi turizmi kapsamında düzenlenen yemek etkinlikleri (festivaller, workshoplar, fuarlar v.b.) turistlerin temel seyahat nedenlerinden birini oluşturmaktadır. Dünya Turizm Örgütü'ne göre gastronomi turizminde seyahatlerin %79'u etkinliklere yönelik olarak gerçekleşmektedir (Bkz Şekil 1). Gastronomi turistlerinin %62'si yemek turlarına, yemek pişirme workshoplarına, %59'u yiyecek fuarlarına ve %53'ü ise yiyecek pazarlarını ve üreticileri ziyaret etmektedirler (DTÖ Global Yiyecek Turizmi Raporu, 2012).

Tablo 1: Turistlerin Gastronomi Turizmi Faaliyetlerine Katılma Düzeyleri



Kaynak: Dünya Turizm Örgütü Global Yiyecek Turizmi Raporu, 2012, s. 13.

2.5.1. Gastronomi Turistlerinin Motivasyonları

Bir ülkenin ya da bölgenin tatil destinasyonu olarak seçilmesinde o destinasyondaki mutfak kültürü büyük rol oynamaktadır. Son yıllardayerel tatları deneyimlemek turistler için önemli bir tatil motivasyonu haline gelmiştir. Turistler

bir taraftan yeni lezzetler tadarken, diğer yandan destinasyonun tarihini ve kültürünü keşfetmektedirler. Chaney ve Ryan'a göre gastronomi turistleri farklı kültürleri deneyimlemek amacıyla seyahat etmektedirler (Güzel ve Apaydın, 2016). Ayrıca, bir destinasyonun gastronomik değerleri turistlerin aynı destinasyonu tekrar ziyaret etme eğilimlerini de etkilemektedir.

Kanada'da gastronomi turizmi ile ilgili olarak yapılan bir çalışma, gastronomi turizmi ile ilişkili olarak turistlerin motivasyonlarını üç kümeye ayırmaktadır (Redl, 2013):

- Seyahatin odak noktası yemek deneyimi yaşamak olan turistler,
- Seyahatin gastronomi üzerine odaklanması ile birlikte, golf, alışveriş, aile ve arkadaş ziyareti gibi diğer turizm faaliyetlerine de katılanlar. Gastronomi turizmi seyahatin en önemli parçasıdır,
- Turistlerin güzergâhları veya motivasyonları gastronomi turizmini içermez,
- Gastronomi turizmi deneyimi, asıl seyahat motivasyonu içerisinde değildir.

Gastronomi turistlerinin temel motivasyonları; yöresel, otantik ya da özel yemekleri tatmak, çiftlikleri ziyaret etmek, yemek pişirme akademilerini ziyaret etmek, yemek yapımı faaliyetlerine/workshoplarına katılmak, bir çiftçi pazarını ziyaret etmek, dükkân veya çiftliklerden yüksek kaliteli, organik gıda ürünleri satın almak, çiftliklerden ürün toplamak, bölgedeki geleneksel yemek sunan lokantaları ya da ünlü restoranları ziyaret etmek v.b olarak sıralanabilir (Redl, 2013).

Uluslararası Gastronomi Turizmi Derneği'ne (2007) göre gastronomi turistleri genellikle ortalamanın üzerinde gelire sahip olan, eşleriyle birlikte seyahat eden ve yaşları 30 ila 50 yaş arasında değişen turistlerdir. Seyahat başına ortalama 1200 Dolar harcamakta ve bu harcamanın üçte birini yani 450 Dolarını yiyecek ve içeceğe harcamaktadırlar. ABD'li turistlerin %60'ı gastronomi ve şarap ile ilgili bir tura katılmak istediklerini belirtmektedirler.

Smith ve Costello'nun çalışmasına göre gastronomi odaklı turistler; çift olarakseyahat eden, yüksek eğitimli, diğer kültür turistlerinden daha fazla para harcayan, daha uzun süre konaklayan, genellikle otellerde kalan vetemel

motivasyonları dinlenme ve gevşeme olan kişilerden oluşmaktadır (Güzel ve Apaydın, 2016).

Gastronomi turistlerinin önemli motivasyonlarından birisi de şaraptır. Üzüm bağlarını, şarap üretim yerlerini ziyaret etmek, şarap tatmak, şarap ile ilgili festival ve etkinliklere katılmak amacıyla yapılan seyahatleri ifade eden şarap turizmi son yıllarda önemli bir gelişme göstermiş ve Fransa, İtalya gibi eski dünya ülkeleri ile Avustralya, Güney Afrika Cumhuriyeti, ABD gibi yenidünya ülkeleri önemli şarap destinasyonları olarak öne çıkmışlardır. Bu bağlamda İtalya'da Toscana, Fransa'da Bordeaux, Provence, Alsace, Burgundy, ABD'de Napa Vadisi, Niagara, Güney Afrika Cumhuriyetinde Stellenbosch, Avustralya'da Barossa vadisi vb. önemli şarap turizmi bölgeleridir. Örneğin; 2009 yılında Avustralya'da seyahat eden 5 milyon ziyaretçi seyahatleri sırasında bir şarap üretim yerini ziyaret etmiştir (Pratt, 2011).

Şarap turistlerinin profili ve şarap turistinin genel özellikleri ile ilgili tek bir tanım yapmak zordur. Bu bağlamda şarap turistleri, aşağıdaki şekilde sınıflandırılabilir (Garba Bako, 2016):

- Profil 1: Şarap Severler: Şarap konusunda uzman, şarap üretimi dâhil her konuda donanıma sahip kişilerdir. Yemekve şarapuyumunu dikkate alırlar. Şarap tadımı yapmak, şarap satın almak ve şarap hakkındaki bilgilerini geliştirmek amacıyla seyahat ederler.
- Profil 2: Şarapla İlgililer: Şarapkonusunda bilgili ve deneyimlidir. Bağlarda vakit geçirmekten ve yiyecek-içecek tüketmekten keyif alırlar. Arkadaşları ile seyahat ederler. Şaraplar hakkında bilgi edinmek isterler.
- Profil 3: Şarap Meraklıları: Şaraba ilgisi Profil 1 ve Profil 2'ye göre daha az olan farklı bir deneyim yaşamak için şarap bölgelerini ziyaret eden kişilerdir. Şarapla ilgili temel bilgileri vardır.
- Profil 4: İlgisiz Şarap Turistleri: Yalnızca şarap içmeye odaklanan şarap turlarını keyifli vakit geçirebilinecek bir alternatif olarak gören kişilerdir.

Bu alanda yapılan çalışmalar şarap turistlerinin 30-60 yaş arasında, yüksek gelire sahip sıklıkla şarap tüketen, şaraba ilgisi ve şarap konusunda bilgisi olan kişiler olduğunu göstermektedir (Pratt, 2011).

2.5.2. Dünya'da Gastronomi Turizmi

Gastronomi turizmi son 20 yıllık süreçte zengin yemek kültürüne sahip olan ülkelerde büyük bir gelişme göstermiştir. Avrupa'da bu konuda başı çeken ülkeler Fransa, İspanya, İtalya, Portekiz ve İrlanda iken; Amerika kıtasında ABD bu alandaki en önemli destinasyonlardan biridir. İtalya'da Toscana bölgesi, ABD-California'da Napa Vadisi, Güney Afrika, Avustralya ve Şili, Fransa'nın Champagne ve Burgundy bölgelerinin uzun yıllardır önemli gastronomi destinasyonlarıdır (Akgöl, 2012).

Gastronomi turları kapsamında pek çok gastronomik faaliyet gerçekleştirilmektedir. Örneğin; yerel peynir üreticilerini ziyaret, atölyelerde peynir yapımlarına katılma, kırsal alanlarda yer mantarı arayıcılığı, yerel pazarları ziyaretler, zeytinyağı üreticilerini ziyaret, ünlü şeflerden yemek dersleri, üzüm bağları ve bağ bozumu etkinlikleri, şarap tadımı ve şarap üreticilerini ziyaretler, yerel yiyecek ve içecek festivallerini ziyaretler ve çeşitli mutfak dersleri gibi aktiviteler yer almaktadır (Yurtseven ve Kaya, 2010). Gastronomi turizmi; ziyaretçilerin özel ilgilerine göre şarap turizmi, bira turizmi, çikolata turizmi, peynir turizmi, gibi pek çok tematik alt başlığa ayrılmaktadır. Dünyada bu tematik turizm türlerini başarı ile gerçekleştiren pek çok ülke bulunmaktadır. Şarap turizminde Fransa, İtalya, İspanya, Avustralya ve Almanya, peynir turizminde ise Fransa, İsviçre, İtalya ve Hollanda dünya çapında üne sahip olan ülkelerdir (Yurtseven ve Kaya, 2010).

Günümüzde pek çok seyahat acentesi, düzenlediği gastronomi turları ile turistleri mutfak kültürü ile ön plana çıkan destinasyonlara götürmektedirler. Genel olarak dünyada yemek turizmine yönelik olarak düzenlenen turlar üç gruba ayrılmaktadır (Yüncü, 2010);

- Yemek pişirmeye yönelik eğitimlerin olduğu turlar, bu turlar için en önemli bölgeler, Fransa, İtalya ve İspanyadır. Bu bölgelere yapılan yemek yapımı ve şarap tadımı turları,
- Özel bir bölgenin yemeğini yerel yemeğini yemek veya dünyaca ünlü bir şefin yaptığı yemeği yemek için düzenlenen turlardır. İtalya'da zeytinyağı, Fransa'da peynir ve İspanya'da tapas denilen mezelerin tadımının yapıldığı turlar,

- Özellikle bir ürün için geliştirilmiş ve aynı zamanda o ürünün üreticileri ile buluşma imkânı sağlayan turlar, Kosta Rika'ya yapılan kahve turları, Japonya ve Sri Lanka'ya yapılan çay turları ve Belçika ve İsviçre'ye yapılan çikolata turları.

Dünyada gastronomi turisti pazarları özellikle Avrupa'da ve Kuzey Amerika'da olma eğilimindedir. Almanya, Birleşik Krallık, Benelüks ülkeleri, (Belçika, Hollanda, Lüksemburg) İtalya, Fransa, İskandinavya ve Amerika Birleşik Devletleri bu alanda başı çekmektedir. Gastronomi turistlerinin dünyadaki başlıca destinasyonları ise Avrupa'da; İspanya, Fransa ve İtalya, Asya'da ise; Japonya, Hindistan ve Tayland'tır (Onecaribbean, 2017). Tüm dünyada İtalya, zeytinyağı, spagetti ve pizza ile İspanya tapasla, Fransa peynir ve şarapla, Belçika ve İsviçre çikolatayla, Kosta Rika kahveyle, Japonya ve Sri Lanka ise çayları ile popülerlik kazanmışlardır (Güzel ve Apaydın, 2016).

Seyahat acenteleri, ağırlıklı olarak Uzakdoğu Asya, İtalya ve Fransa gibi ülkelere gastronomi gezileri düzenlemektedir. Örneğin, Toscana bölgesinde, yemek pişirme kursları aynı zamanda tatil olanakları da sağlamaktadır. Melbourne ve Sydney'deki restoranlar yemek ve şarap odaklı pazarlama yapmaktadırlar. Barcelona, her yıl 500'den fazla yiyecek ve içecek etkinliğine ev sahipliği yapmaktadır (Güzel ve Apaydın, 2016).

TÜRSAB (2014) gastronomi turizmi raporuna göre; gastronomi turizmi denince akla Kıta Avrupa'sından Akdeniz ülkeleri gelse de, dünyada bu iş için en çok örgütlenen ülke ABD'dir. Yemek turizmiyle ilgili faaliyette bulunan restoran, aşçılık okulu, seyahat acentesi, otel gibi gastronomi ile ilgili tüm paydaşları temel alan sıralamaya göre, ABD'de 17 bin 879 kurum/şirket yemek turizmi alanında faaliyet göstermektedir. Dünyada yemek turizminde en aktif olan 50 gastronomi ülkesinde ise toplamda 33 bin 522 işletme bulunmaktadır (Bkz. Tablo 2).

Tablo 2:Dünya'da Yemek Turizmiyle İlgili Faaliyette Bulunan Kurum, Şirket, Topluluk Sayısı

Sıra	Ülke	Yemek turizmiyle ilgili faaliyette bulunan kurum, şirket, topluluk sayısı
1	ABD	17.879
2	İsveç	5.345
3	Kanada	3.441
4	İngiltere	1.088
5	Yeni Zelanda	612
6	Avustralya	520
7	Danimarka	388
8	İtalya	377
9	Almanya	369
10	Fransa	326
11	İspanya	264
12	Güney Afrika	216
13	Hindistan	168
14	İrlanda	162
15	Finlandiya	150
16	Portekiz	138
17	Norveç	133
18	Belçika	131
19	Güney Kore	128
20	Meksika	124
21	Yunanistan	121
22	Avusturya	104
23	Türkiye	94
Toplam		33.522

Kaynak: Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği Gastronomi Turizmi Raporu, 2014, s: 4.

Gastronomi Turizmi Derneği'ne (2007) göre, ABD'de yerel yiyecek ve içeceklere yönelik turistik talebin daha çok yerli turistlerden oluştuğu görülmektedir. 2007 yılında 27 milyon Amerikalı gastronomi turizmi faaliyetlerine katılmış ve bu faaliyetlerden 52 milyar dolar gelir elde edilmiştir. 2010 yılında iç turizme katılan

Amerikalıların %17'si gastronomik nedenlerle seyahat etmiştir. İngiltere gastronomi turizminden her yıl yaklaşık 8 milyar Dolar gelir elde etmektedir.

2015 yılında yapılan bir çalışmaya göre, yaklaşık 39 milyon ABD'li eğlence gezisi düzenlerken, yiyecek içecek faaliyetlerinin bulunup bulunmadığına bağlı olarak bir destinasyon seçimine özen gösterirken 35 milyon Amerikalı ise bir destinasyon yeri kararlaştırıldıktan sonra yiyecek içecek faaliyeti aramaktadır. ABD'de yeni yemek deneyimleri yaşamak ve faklı yemek deneyimlerinin keyfini çıkarmak amacıyla seyahat eden yolcuların yüzdesi, 2006 ile 2013 yılları arasında %40'tan %51'e yükseldi. 2012'de, ABD'de gıda hizmetleri ile ilgili turizm harcamalarının 201 milyar doları aştığı tahmin ediliyor; bu da, tüm seyahat gelirlerinin yaklaşık dörtte birine denk gelmektedir (The Case for Responsible Travel: Trends & Statistics, 2016).

İrlanda'da 2010 yılında yapılan bir araştırma, 2009'da İrlanda'yı ziyaret eden turistlerin yiyecek ve içecek için 2 milyar euro harcama yaptıklarını ortaya koymaktadır. 2009 yılında 1,2 milyar Euro olan toplam harcamanın %60'ını denizaşırı ülkelerden gelen ziyaretçiler yapmışlardır. Turistlerin sadece içki için 700 milyon Euro'dan fazla harcama yaptığı tahmin edilmektedir. Yiyecek ve içecek, ziyaretçi harcamalarının % 36'sını oluşturmaktadır. Barselona Üniversitesi tarafından yapılan bir araştırmaya göre, Barselona'daki turist harcamalarının %30'undan fazlası yiyecek için yapılmaktadır (Sirše, 2014).

2004 yılında kurulan Yaratıcı Şehirler Ağı (Creative Cities Network), Gaziantep'in de aralarında bulunduğu 47 şehri gastronomi şehri olarak ilan etmiştir. Bu listede Popayán (Kolombiya), Chengdu (Çin), Östersund (İsveç), Jeonju (Güney Kore), Zahle (Lübnan), Florianopolis (Brezilya), Shunde (Çin), Tsuruoka (Japonya), Phuket (Tayland), Rasht (İran), Bergen (Norveç), Belem (Portekiz), Ensenada (Meksika), Tucson (Arizona), Denia (İspanya), Burgos (İspanya) gibi şehirler yer almaktadır. Bu şehirler listeye dâhil edilirken iyi gelişmiş gastronomik bir yapı, çok sayıda geleneksel restoran ve/veya şefi bünyesinde barındıran canlı bir gastronomik topluluk bulunması, geleneksel mutfak uygulamaları ve metotları gibi kriterler dikkate alınmaktadır (UNESCO Creative Cities Network, 2017). Böylece bu şehirler

önemli sayıda turistin ilgisini çekmekte ve bu ağa dahil olan şehirler olumlu bir destinasyon imajı yaratmaktadırlar.

Çerkes mutfağıyla ilgili olarak düzenlenecek gastronomi turlarına katılan ziyaretçiler; geleneksel şekilde üretimi yapılan Abhaz ve Adige peynirlerinin yapımına, füme olarak hazırlanan etlerin tütsüleme işlemlerine, çeşitli dönemlerde düzenlenen Çerkes yemeklerinin sunulduğu yerel festivallere katılabilir. Böylece bir taraftan Çerkes yemeklerini tadarken diğer yandan yiyecek-içecekler aracılığıyla Adige ve Abhaz sofra adabı hakkında bilgi edinme, Çerkes kültürünü ve geleneklerini tanıma ve tecrübe etme imkânı da bulacaktır.

2.5.3. Türkiye'de Gastronomi Turizmi

Türkiye, zengin ve çok çeşitli bir yiyecek-içecek kültürüne dolayısıyla da gastronomi açısından değerlendirilebilecek büyük bir potansiyele sahiptir. Bu bağlamda Türk turizmin çeşitlendirilmesi, varolan yiyecek-içecek zenginliğini kullanarak yeni turistik ürünler yaratılması, yeni turizm pazarlarına girilmesi, turizm sezonunun uzatılması ve turizmden elde edilen gelirlerin arttırılması için gastronomi turizmi önemi gittikçe artan bir turizm türüdür.

Birçok farklı kültürün bir araya geldiği köklü bir yemek kültürüne sahip olan Türkiye, sahip olduğu coğrafi çeşitlilik ve zengin yemek kültürü sebebiyle, pek çok farklı lezzeti bünyesinde barındırmaktadır (Dilsiz, 2010). Türkiye'nin mutfak kültürünün bu kadar zengin olmasının ana nedeni; Türklerden önce Anadolu'da yaşayan medeniyetlerden elde edilen kültürel birikim, Türklerin Orta Asya'dan getirdiği yemek kültürü, üç kıtaya yayılan Osmanlı İmparatorluğu döneminde Anadolu'nun pek çok etnik halk ile kaynaşması ve göçler nedeniyle ortaya çıkan zengin yemek kültürüdür. İmparatorluğun ilk yıllarındaİran ve Arap mutfakları etkili iken 600 yıllık bir süreçteAnadolu'ya göç eden halklar kendi yemek kültürlerini de beraberinde getirmiş ve çok uluslu, çok çeşitli ve zengin karma bir yemek kültürü ortaya çıkmıştır. Böylece Balkanların kol böreği, Girit'in ot yemekleri, Halep'in baklavası, Rusların kapuskası, Çerkez tavuğu ve Laz böreği Türkiye yemek kültürünü zenginleştirmiştir.

Ülkemizde 1980 sonrası artış gösteren uluslararası turizm hareketi, Avrupa'daki farklı ve yeni destinasyon arayışında olan turistleri yoğun bir şekilde kendisine çekmiş ve özellikle Akdeniz ve Ege bölgeleri Avrupalı turistler için cazibe merkezleri haline gelmiştir (İstanbullu Dinçer, Uğurlu ve Çakmak, 2014). Bununla birlikte Türkiye bir deniz-kum-güneş turizmi olarak pazarlanmakta olup yoğun biçimde kitle turizminin etkisi atındadır. Ülkemizin sahip olduğu tarihi, doğal, kültürel ve mutfak değerleri turizm amaçlı olarak yeterince değerlendirilememekte ve kullanılamamaktadır. Bununla birlikte Kültür ve Turizm Bakanlığı, 1990'lı yıllardan beri dünyadaki turizm gelişme eğilimlerini de dikkate alarak turizmi çeşitlendirme çalışmalarına ağırlık vermektedir. Nitekim Türkiye 2023 Turizm Stratejisinde alternatif diğer turizm türlerinde olduğu gibi gastronomi turizmine de ağırlıkla yer verilmiş olup ülkemizin sahip olduğu zengin yemek kültüründen yararlanılması için bazı bölge ve şehirlerin gastronomi alanında ön plana çıkması için çeşitli stratejiler geliştirilmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı önümüzdeki dönemde geliştirilecek varış noktalarının sadece kitle turizmi ve kıyı turizmi çerçevesinde değil termal, kış, yayla, kültür, kongre, eko-turizm, inanç ve gastronomi gibi turizm çeşitleri ile desteklenmesini planlamaktadır. Bu bağlamda Kapadokya Kültür Turizmi Gelişim Bölgesi'nin gurme turizmi çerçevesinde pazarlanması, Bursa İlçeleri, Çanakkale İli Ezine ilçesine kadar uzanan kıyı bölgesi ve çevresi, Erdek Kapıdağ Yarımadası, Avşa, Paşalimanı, Ekinli Adaları ile Marmara adasını kapsayan bölgenin Zeytin Koridoru olarak gastronomi varış noktası olarak geliştirilmesi hedeflenmektedir. Bu bölge, zeytin ve üzüm yetiştiriciliğiyle ön plana çıkmakta ve önemli zeytin, zeytinyağı ve şarap üretimi potansiyeline sahip bulunmaktadır (Türkiye 2023 Turizm Stratejisi, 2017).

Ülkemizde yiyecek ve şarap rotaları son zamanlarda önem kazanmıştır. Örneğin; Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın son yıllarda desteklediği kültür yolları konsepti kapsamında geliştirilen Kızılırmak Havzası Çorum Gastronomi ve Yürüyüş Yolu, Kızılırmak havzası boyunca uzanan yerleşim yerlerinin kültürel, tarihsel ve doğal güzellikleri yanısıra geleneksel ve özgün yemek kültürünü de ön plana çıkarmaktadır (Çorum Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017). Trakya Turizm İşletmecileri Derneği tarafından Trakya'nın farklı bölgelerinde faaliyet gösteren 12 butik şarap üreticisinin katılımıyla geliştirilen ve Kırklareli, Lüleburgaz, Tekirdağ ve

Edirne illerini kapsayan Trakya Bağ Rotası (Bkz. Şekil 3); Trakya bölgesi genelinde, şarap yollarının belirlenmesi, bölgenin ulusal ve uluslararası düzeyde bir şarap rotası olarak markalaşması ve bölgenin şarap tarihi ve kültürünün ortaya çıkarılmasını amaçlamaktadır (Atlasdergisi, 2017).

Şekil 3: Trakya Bağ Rotası

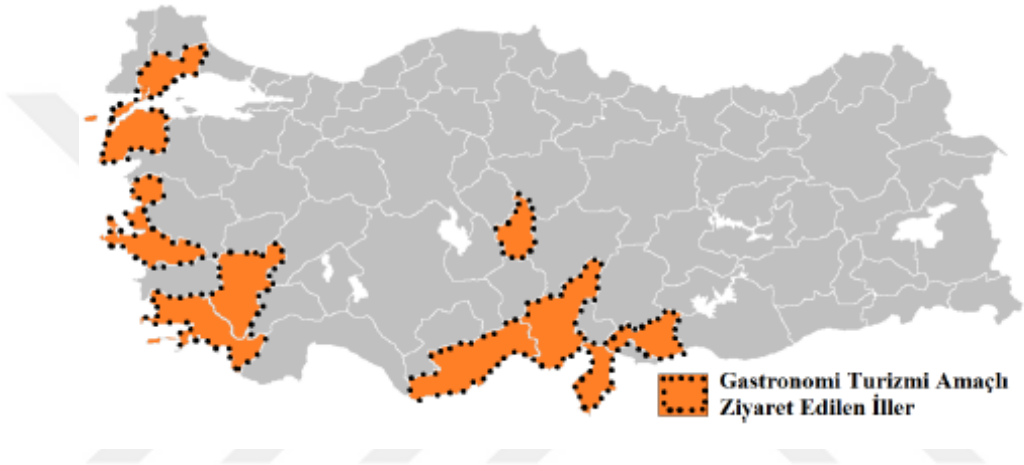
Kaynak: Trakya Bağ Rotası (2014) http://www.trakyabagrotasi.com (Erişim Tarihi: 03 Eylül 2016).

UNESCO'nun gastronomi alanında "Yaratıcı Şehirler Ağı"na dâhil ettiği (Gaziantep Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017) ve Avrupalı Seçkin Destinasyonlar Projesi (EDEN) kapsamında düzenlenen "Yerel Gastronomi ve Turizm" başlıklı yarışmada 2015 Yılı Ulusal Destinasyonu seçilen (Gaziantep Büyükşehir Belediyesi, 2017) Gaziantep zengin mutfak kültürü ile ülkemizin gastronomi turizmi alanındaki en önemli destinasyonlarından biridir.

Türkiye'de il düzeyinde gerçekleşen turizm türlerine ait mevcut resmi bir veri bulunmamakla birlikte, Marmara Bölgesi'nde Çanakkale ve Tekirdağ, Ege Bölgesi'nde İzmir, Muğla ve Denizli, Akdeniz Bölgesi'nde Mersin, Adana ve Hatay, Güney Doğu Anadolu Bölgesi'nde Gaziantep ve Orta Anadolu Bölgesi'nde ise

Nevşehir'in gastronomi turizmi alanında öne çıktığı görülmektedir. Şarap ve bağ bozumu turlarında Tekirdağ, Çanakkale ve Denizli, yöresel yemekleri ile İzmir, Muğla, Mersin, Adana, Hatay ve Gaziantep, hem yemek hem şarap potansiyeli ile de Nevşehir'in gastronomi turizmi açısından çekicilik yaratmaktadır (Hatipoğlu, 2014). Gezgin bir gurme olan Mehmet Yaşin'e göre ülkemizin en önemli 10 gastronomi şehri; Gaziantep, İstanbul, Kastamonu, Konya, Malatya, Kayseri, Antakya, Afyon, Muğla ve Çorum'dur (Hürriyet Gazetesi, 2016).

Şekil 4: Türkiye'de Gastronomi turizmi Amaçlı Ziyaret Edilen İller



Kaynak: Beril Çağlı, 2012. Erişim Tarihi 10 Mayıs 2017.

Türkiye'nin gastronomi turizmi potansiyelini ortaya koymayı amaçlayan Gastronomi Turizmi Raporu, Türkiye'ye gelen turistlerin yanında yurt dışına çıkan Türklerin yeme içme için yaptıkları harcamayı da ortaya koymaktadır. Rapora göre; 2014 yılında Türkiye'ye gelen 41 milyon 415 bin turist toplamda 34,3 milyar dolar toplam harcama yapmıştır. Bu rakamın 6 milyar 523 milyon dolarını yeme içme için harcanmıştır. Bu da toplam harcamalar içinde yüzde 19'luk paya ve turist başına 157,5 dolarlık bir harcamaya tekabül etmektedir (TÜRSAB Gastronomi Turizmi Raporu, 2014). Bu durum turistlerin yiyecek-içecek tüketimi için hatırı sayılır bir ücret ödediklerini göstermektedir. Bununla birlikte gastronomi amacıyla seyahat eden turistlerin daha fazla harcama yaptıkları tahmin edilmektedir. Dolayısıyla Çerkes mutfağının gastronomi turizmi kapsamında geliştirilmesi, Çerkeslerin yoğun olarak yaşadıkları ve yiyecek-içecek sektöründe çalıştıkları bölgeler için önemli bir gelir yaratıcı unsur olacaktır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ÇERKES (Abhaz, Adige) MUTFAĞININ GASTRONOMİ TURİZMİ ÇERÇEVESİNDE İNCELENMESİNE YÖNELİK ALAN ARAŞTIRMASI

3.1. ARAŞTIRMA ALANI

Bu araştırma, Çerkes mutfak kültürünün gastronomi turizmi çerçevesinde incelenerek tanıtılması ve pazarlanması amacıyla Çerkes nüfusunun yoğun olarak yaşadığı Düzce ve Sakarya illerinde gerçekleştirilmiştir. Düzce ve Sakarya illeri Türkiye'nin küzeybatı kısmında İstanbul ve Ankara metropollerinin geçiş noktasında konumlanmıştır. Düzce ve Sakarya illeri Bolu, Kocaeli, Zonguldak ve Bilecik illeri ile komşu olup kuzeyi Karadeniz ile çevrilidir. Düzce ve Sakarya illeri çok kültürlü bir yapıya sahip olup ilde Çerkesler, Boşnaklar, Arnavutlar, Lazlar, Gürcüler gibi halklar yaşamaktadır. Bu illerde yaklaşık 80-100 bin Çerkes kökenli insanın yaşadığı tahmin edilmektedir. Çerkesler, ağırlıklı olarak Düzce merkez, Kaynaşlı, Gölyaka ve Cumayeri ilçelerinde, Sakarya'da ise merkez, Hendek, Karasu, Akyazı ilçelerinde yerleşmişlerdir.

Düzce ve Sakarya illerinde deniz, yayla, doğa ve kültür turizmi türleri gelişmekte olup bölge her yıl ortalama 300 bin ziyaretçi almaktadır. Bu illerin ekoturizm ve gastronomi turizmi açılarından yüksek turizm potansiyeli bulunmaktadır. Bu nedenle, bu çalışmada Çerkes mutfak kültürü odaklı olarak gastronomi turizminin geliştirilmesi amaçlanmıştır. Bununla birlikte, bölgede çok

farklı etnik grupların yaşaması gastronomi turizmi açısından değerlendirilecek önemli bir potansiyelin olduğunu göstermektedir.

3.2. ARAŞTIRMA PROBLEMİ

Bu araştırma, Türkiye'de gastronomi turizminin gelişimine mutfak kültürü, restoran işletmeleri ve turizm paydaşlar perspektifinden katkı sağlamak amacıyla kurgulanmıştır. Bu bağlamda Çerkes mutfak kültürünün incelenmesi ve tanıtılması ve Çerkes yemek kültürü odaklı olarak gastronomi turizminin geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda araştırma problemi ***"Gastronomi turizmi perspektifinden Çerkes mutfak kültürünün tanıtılması ve gastronomi turizminin geliştirilmesi amacıyla restoran işletmecileri ve turizm paydaşlarının görüşleri doğrultusunda bölge turizminin gelişmesine katkıda bulunmak"*** olarak belirlenmiştir.

3.3. ARAŞTIRMANIN AMACI

Araştırmanın temel amacı, gastronomi turizmi çerçevesinde Çerkes mutfak kültürünün, yiyecek ve içecek özelliklerinin incelenmesi ve gastronomi turizmi kapsamında Çerkes mutfağının bir turistik ürün olarak değerlendirilmesidir. Bu amaçla çalışmada: son yıllarda hızla gelişen ve popülaritesi artan turizm türlerinden biri olan gastronomi turizmi kavramı tartışılmakta, Çerkes mutfak kültürü gastronomi turizmi açısından incelenmekte, Çerkes mutfağının bir turistik ürün olarak gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi ve Çerkes mutfak kültürü ile ilgili farkındalık yaratılması amaçlanmaktadır. Ayrıca çalışmada ülkemizde yeni turizm türlerinin gelişim sürecine destek sağlanması amaçlanmaktadır.

3.4. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Türkiye'de turizmin belirli bölgelerde kitle turizmi şeklinde yoğunlaşması sonucu ortaya çıkan olumsuz çevresel ve soso-kültürel etkiler, turistlerin değişen turizm anlayışları Türkiye'de turizminin çeşitlendirilmesi zorunluluğunu ortaya çıkarmıştır. Turizmin tüm bölgelere ve tüm yıla yayılması, bölgesel gelişmişlik farklarının azaltılması amacıyla yeni turizm türlerinin geliştirilmesi ve turizmin çeşitlendirilmesi, 1990'lı yıllardan itibaren Türk turizminin en önemli stratejilerinden biri haline gelmiştir. Ülkemizin zengin yemek kültürü dikkate alındığında gastronomi turizmi geliştirilebilecek önemli bir turizm türüdür. Bu bağlamda yüzlerce yıllık bir geçmişe sahip Çerkeslerin yemek kültürünün gastronomi turizminin geliştirilmesi amacıyla kullanılması bir yandan Çerkes kültürünün tanınmasında ve farkındalık yaratılmasında katkı sağlarken, diğer yandan az gelişimiş bölgelerin kalkınmasına, yerel ekonominin gelişmesine yardımcı olacaktır. Ayrıca, Türkiye'de gastronomi turizminin gelişmesi ve alternatif bir turizm ürünü olarak turizmin çeşitlenmesine katkıda bulunması açısından çalışmanın büyük önem arz edeceği, özellikle araştırmanın Çerkes nüfusunun yoğun olarak yaşadığı Düzce ve Sakarya illerinde yürütülmüş olması dikkate alındığında Çerkes yemekleri ve gastronomi turizmi açısıdan ileriki çalışmalara ışık tutabileceği düşünülmektedir.

Ülkemizdeki gastronomi turizmi ile ilgili yazın incelendiğinde yapılan çalışmaların sınırlı sayıda olduğu görülmektedir. Keza Çerkes kültürü, Çerkes yemekleri ile ilgili yayınlar da yeterli değildir. Bu bağlamda bu çalışmanın gastronomi turizmi literatürüne, Çerkesler, Çerkes tarihi, Çerkes yemekleri ile ilgili yazına katkı sağlayacaktır. Araştırma başka turizm destinasyonlarında gastronomi turizminin geliştirilmesi açısından öncü bir çalışma olarak kullanılabilir.

3.5. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Gastronomi turizmi kapsamında Çerkes mutfağının incelenerek tanıtılması ve geliştirilmesi amaçlanan bu çalışmanın sınırlılıkları aşağıdaki gibi belirlenmiştir:

- Araştırma, Düzce ve Sakarya illerinde yer alan, menüsünde Çerkes yemeği bulunduran restoran işletmeleri ile sınırlıdır.
- Araştırma Düzce ve Sakarya il merkezlerinde bulunun otel işletmeleri, seyahat acenteleri, Çerkes kültür dernekleri, eğitim kurumları, yerel yönetimler, sivil toplum örgütleri, aşçılık dernekleri ve yemek üretimi ile ilgili çalışmalarda bulunan yerli halktan elde edilen veriler ile sınırlıdır.
- Araştırma, Çerkes mutfağının incelenmesi, tanıtılması ve geliştirilmesi ile ilgili olduğundan bir etnik grup üzerine yapılan çalışma ile sınırlıdır.

3.6. VARSAYIMLAR

21. yüzyıl turistinin değişen tatil motivasyonları ve turizm anlayışları pazarda giderek çeşitlenen turizm ürünlerinin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Turistlerin doğal alanlara ve kültüre olan yönelimlerinin, eğitsel tecrübe arama, farklı yerlere seyahat etme, turizme aktif olarak katılma eğilimlerinin ve alternatif turizm türlerine olan ilginin gelecekte de artmaya devam edeceği öngörülmektedir. Gastro turistlerinin faklı ülke mutfaklarını, etnik mutfakları, yeni gastronomi anlayışları (örneğin moleküler mutfak, füzyon mutfak gibi) çerçevesinde yiyecek içecek sunan restoranları tanıma isteklerinin artması etnik kültürlerin mutfaklarının tanıtımına ve turistik ürün olarak pazarlanmasına daha fazla önem verilmesi gerektiğini göstermektedir.

Düzce ve Sakarya illerinin yoğun turistik talep oluşturan iki büyük metropol İstanbul ve Ankara illeri arasında olması ve ulaşımının kolay olması bölgede turizmin gelişmesinde önemli bir avantaj sağlamaktadır. Gelecekte de büyük metropollerin turist gönderen önemli bölgeler olacağı tahmin edilmektedir.

Çerkes nüfusunun Düzce ve Sakarya bölgesinde yoğun olarak yaşıyor olması nedeniyle bu illerin ampirik çalışma açısından en uygun alan olduğu varsayılmıştır.

Bu düşüncelerden yola çıkarak;

- Araştırmanın ampirik kısmı ile ilgili olarak Çerkes mutfağının gastronomi turizmi çerçevesinde incelenerek tanıtılması ve geliştirilmesine yönelik hazırlanan görüşme formunun Düzce ve Sakarya illerinde faaliyet gösteren ve menüsünde Çerkes yemeği bulunduran restoranlar ile diğer turizm paydaşlarına uygulanmasıyla istenilen verilerin elde edileceği varsayılmıştır.
- Araştırmanın ampirik kısmında karşılaşılabilecek olası problemler ise; turizm paydaşlarının Çerkes mutfağı konusunda bilgi sahibi olmamaları ve katılcıların araştırmaya katılma konusundaki ilgisizlikleri olabileceği öngörülmüştür.

3.7. ÇALIŞMA GRUBU

Araştırmada iki çalışma grubu oluşturulmuştur. İlk çalışma grubu Düzce ve Sakarya illerinde faaliyet gösteren ve menüsünde Çerkes yemeği bulunan restoranların sahip, yönetici ve çalışanlarıdır. İkinci grup ise aynı illerde bulunan oteller, seyahat acenteleri, sivil toplum kuruluşları, kamu kuruluşları ve yerel halktan oluşan turizm paydaşlarıdır. Çalışmada Çerkes mutfağı bağlamında bir gastronomi turizmi ürününün geliştirilebilmesi için restoran sahip, yönetici ve çalışanları ile turizm paydaşlarının görüşlerine başvurulmuştur. Görüşü alınan restoran sahip, yönetici ve çalışanları ile turizm paydaşlarından olan yerel halk Çerkes kökenli vatandaşlardır ve Çerkes kültürü ile yetişmişlerdir. Araştırmada restoranlara tam sayım yöntemi kullanılmış olup görüşme formu restoranların tamamına, turizm paydaşlarından ise yargısal ve kartopu örneklem yöntemiyle görüşmeyi kabul eden katılımcılara uygulanmıştır.

3.8. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Çerkes mutfak kültürünün gastronomi turizmi açısından incelenmesine yönelik olan bu araştırma, kuramsal bilgiler ve ampirik çalışmadan oluşmaktadır. Çalışmanın kuramsal kısmı ilgili literatürden yararlanılarak ikincil kaynaklardan oluşturulmuştur. Bununla birlikte, Çerkes mutfağı ile ilgili kaynakların sayıca az olması nedeniyle literatür bilgileri toplanırken kişisel görüşme yöntemi kullanılarak Çerkes mutfağıyla ilgili bilgilere sahip olan 16 kişiden Çerkes yemekleri, yemek reçeteleri ve yapılışları ile ilgili bilgi toplanmıştır.

Bu çalışma nitel bir araştırma olup çalışmada örnek olay tarama yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın ampirik kısmında; Düzce ve Sakarya illerinde faaliyet gösteren ve menüsünde Çerkes yemeği bulunan yiyecek içecek işletmeleri ve bu illerdeki turizm paydaşlarından (Oteller, seyahat acenteleri, sivil toplum kuruluşları, yerel yönetimler ve yerel halk) elde edilen veriler betimsel içerik analizi yöntemiyle çözümlenmiştir. Veri toplama tekniği olarak açık uçlu sorularda oluşan bir görüşme/röportaj formu kullanılmıştır.

3.9. VERİLERİN TOPLANMASI

Verilerin toplanması sürecinde ilk olarak literatür taraması yapılmış, benzer çalışmalar incelenerek kuramsal çerçeve ve araştırma alanı oluşturulmuştur.

Araştırmada ortak soruların da yer aldığı iki farklı görüşme formu kullanılmıştır. 22 sorudan oluşan ilk görüşme formu, Düzce ve Sakarya illerinde faaliyet gösteren ve menüsünde Çerkes yemeği bulunan restoran işletmelerine, 8 sorudan oluşan ikinci görüşme formu ise turizm paydaşlarına uygulanmıştır.

Çalışma görüşme formları kullanılarak araştırmacı tarafından Ağustos 2016-Nisan 2017 tarihleri arasında Düzce ve Sakarya illerindeki restoran işletmeleri ve aynı illerdeki turizm paydaşları (Oteller, seyahat acenteleri, sivil toplum kuruluşları, kamu kuruluşları ve yerel halk) ile yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Toplam 26 restoran

işletmesi ve 77 turizm paydaşı ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Anket formları Ek-1 ve Ek-2'de sunulmuştur.

Restoran işletmelerinden veri toplamak için kullanılan görüşme formu üç kısımdan oluşmaktadır. Görüşme formunun ilk kısmında; katılımcıların demografik özellikleri ve kişisel bilgileri (cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, işletmedeki görev, mesleki tecrübe ve işletmedeki görev süresi), ikinci kısmında işletme ile ilgili bilgiler (hukuki statüsü, menü, kuver sayısı, satış hacmi, sunulan Çerkes yemekleri v.b.), üçüncü kısmında ise Çerkes mutfağının gastronomi turizmi çerçevesinde değerlendirilmesiyle ilgili sorular yer almaktadır. Turizm paydaşları için kullanılan görüşme formu ise, iki kısımdan oluşmaktadır. Görüşme formunun ilk kısmında; katılımcıların demografik özellikleri (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, işletmedeki görevi ve işletmedeki görev süresi) ikinci kısımda ise Çerkes mutfağının gastronomi turizmi çerçevesinde değerlendirilmesiyle ilgili sorular yer almaktadır.

3.10. VERİLERİN ANALİZİ

Görüşme formu kullanılarak toplanan veriler, bilgisayar ortamına aktarılarak analiz edilmiştir. Veriler, yüzde, frekans analizi ve çapraz tablolar yapılarak yorumlanmıştır. Araştırmada nitel bir yöntem kullanıldığı için çalışmada güvenirlilik ve geçerlilik kaygısı güdülmemiştir.

3.11. KATILIMCI PROFİLİ

Araştırmanın bu bölümünde, Düzce ve Sakarya illerinde faaliyet gösteren Çerkes yemeği sunan restoran işletmeleri ile aynı illerdeki turizm paydaşlarıyla (Oteller, seyahat acenteleri, sivil toplum kuruluşları, yerel yönetimler ve yerel halk) yapılan görüşme sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmektedir.

Tablo 3: Katılımcı Listesi

Katılımcılar	F	%
Restoran ve Kafeler	26	25,2
Sivil Toplum Örgütleri (Çerkes kültür dernekleri, Aşçılık dernekleri)	10	9,7
Seyahat Acenteleri	22	21,4
Otel İşletmeleri	18	17,5
Yerel Yönetimler ve Eğitim Kurumları	5	4,8
Yerli Halk (Mutfak ile ilgili çalışmalarda bulunan)	22	21,4
Toplam	103	100,0

Araştırma kapsamında Düzce ve Sakarya illerinde Çerkes mutfağı yemekleri yapan 26 restoran-kafe ile görüşme yapılmıştır. Bu işletmelerin, menülerinde en az bir çeşit Çerkes yemeği bulunmaktadır. Bu işletmelerden üçü Acıka üretmekte, toptan ve perakende olarak satmaktadır. İki işletme ise toplu yemek organizasyonları için geleneksel usullerle Çerkes yemekleri üretmekte ve sosyal medya kanalları aracılığıyla (Facebook gibi) pazarlamaktadır. Görüşme yapılan sivil toplum örgütleri temsilcileri ise; Çerkes kültür dernekleri temsilcileri, aşçılık dernekleri üyeleri olan profesyonel aşçılar ve köy kalkındırma dernekleri temsilcilerinden oluşmaktadır.

Çalışmada görüşme yapılan seyahat acenteleri A grubu seyahat acenteleri olup paket tur satışı, hac-umre organizasyonları, havayolu bilet satışı, yerel tur organizasyonları yapmaktadırlar. Görüşme yapılan otel işletmeleri genellikle 2-3 yıldızlı ve turizm işletme belgeli olup Düzce ve Sakarya il merkezinde faaliyet göstermektedirler. Çalışmada yerel yönetimler olarak Düzce ve Adapazarı Belediyesi ve İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri ile eğitim kurumları olarak ise Düzce Üniversitesi Çerkes Dili ve Edebiyatı bölümü, Sakarya Turizm Fakültesi ve Düzce Üniversitesi Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulunda görev yapan öğretim elemanları ile görüşme yapılmıştır. Çalışmada ayrıca, yerel halktan yöresel mutfak ile ilgili üretim ve satış yapan ve gıda ile ilgili faaliyetlerde bulunan kişilerin görüşlerine başvurulmuştur.

3.12. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Çalışmanın bu bölümünde araştırma ile ilgili elde edilen bulguların analizlerine yer verilmiştir.

3.12.1. Restoran İşletmecileri ve Çalışanları ile İlgili Bulgular

Çalışmanın bu kısmında restoran işletmecileri ve çalışanlardan elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 4: Araştırmaya Katılan Restoran İşletmecileri ve Çalışanlarının Demografik Değişkenlerine Yönelik Bulgular (n=26)

Tablo 4, araştırmaya katılan restoran sahipleri/işletmecileri ve çalışanlarının demografik bilgilerini göstermektedir.

Değişkenler	Gruplar	F	%
Cinsiyet	Erkek	14	53,8
	Kadın	12	46,2
Yaş	40 yaş ve altı	5	19,2
	41-49 Yaş	12	46,2
	50 Yaş ve üstü	9	34,6
Eğitim Durumu	İlköğretim	12	46,2
	Lise	7	26,9
	Üniversite	7	26,9
İşletmedeki Görevi	İşletme Sahibi	20	76,9
	Çalışan	6	23,1
Mesleki Tecrübe	5 Yıl ve altı	13	50,0
	6-10 Yıl	4	15,4
	11 Yıl ve üstü	9	34,6
İşletmedeki Görev Süresi	5 Yıl ve altı	16	61,5
	6-10 Yıl	7	26,9
	11 Yıl ve üstü	3	11,5

Araştırmaya katılan restoran işletmeci ve çalışanlarının %53,8'i erkek, %46,2'si ise kadındır. Katılımcıların yaş dağılımları incelendiğinde; %46,2'sinin 40-49 yaş aralığında, %34,6'sının 50 yaş ve üzerinde , %19,2'sinin ise 40 yaşın altında olduğu görülmektedir. Katılımcıların %46,2'si ilköğretim, %26,9'u lise ve %26,9'u ise üniversite mezunudur. Katılımcıların işletmedeki görevleri incelendiğinde;

%76,9'unun işletme sahibi, %23,1'inin ise çalışan olduğu görülmektedir. Katılımcıların mesleki tecrübeleri incelendiğinde; yarısının 5 yıl ve altında süredir, %34,6'sının 11 yıl ve üzeri süredir %15,4'ünün ise 6-10 yıldır bu mesleği icra ettikleri belirlenmiştir. Katılımcıların %61,5'i 5 yıl ve daha az süredir, %26,9'u 6-10 yıldır ve %11,5' i ise 11 yıl ve üzeri süredir işletmede görev yapmaktadır. Demografik değişkenler incelendiğinde; katılımcıların yarısının erkek, yarısının ise kadınlardan oluştuğu, katılımcıların olgun yaşta, ağırlıklı olarak ilk ve orta düzeyde eğitime sahip bireyler olduğu, 3/4'ünün işletmenin sahibi olduğu, yarısının beş yıl ya da daha az süredir restoran işi ile uğraşan kişiler olduğu görülmektedir.

Tablo 5: Araştırmaya Katılan Restoran İşletmelerinin Niteliklerine Yönelik Bulgular (n=26)

Tablo 5, araştırma yapılan restoran işletmelerinin niteliklerini ve menülerinde bulunan Çerkes yemekleri ile ilgili bilgileri göstermektedir.

Değişken	**Gruplar**	**F**	**%**
İşletme Faaliyet Süresi	5 Yıl ve altı	16	61,5
	6-10 Yıl	7	26,9
	11 Yıl ve üstü	3	11,5
İşletme Kapasitesi	50 Kişi ve altı	10	38,5
	51-100 Kişi	7	26,9
	101 Kişi ve üstü	9	34,6
İşletme Örgüt Yapısı	Şahıs İşletmesi	16	61,5
	Aile İşletmesi	8	30,8
	Dernek	2	7,7
İşletme Müşteri Profili	Aile	8	30,8
	Grup	8	30,8
	Birey	10	38,5
Müşterilerin Geliş Yeri	Şehir içi	13	50,0
	Şehir dışı	13	50,0
Menü Türü	A la carte	12	46,2
	Fix	14	53,8
Menüdeki Çerkes Yemeği Sayısı	3 Adet ve altı	11	42,3
	4-8 Adet	9	34,6
	9 Adet ve üstü	6	23,1
Menüdeki En Popüler Çerkes Yemekleri (Ençok Satılan)	Haluj	15	57,7
	Çerkes Tavuğu	8	30,8
	Acıka	3	11,5
Çerkes Mutfağın Öğrenildiği Kaynak	Anne	17	65,4
	Anneanne	4	15,4
	Babaanne	5	19,2
Çerkes Yemeklerin Aylık Satış	50 Porsiyon ve altı	9	34,6

Miktarı	51-100 Porsiyon	10	38,5
	101 Porsiyon ve üstü	7	26,9
Çerkes Yemeklerinin Sunumu	Geleneksel	15	57,7
	Geleneksel değil	11	42,3

Tablo 5'e incelendiğinde; Çerkes yemekleri yapan restoranların %61,5'inin 5 yıl ve daha az süredir, %26,9'unun 6-10 yıldır, %11,5'inin ise 11 yıl ve daha uzun zamandır faaliyet gösterdikleri görülmektedir. Restoranların %38,5'i 50 kişi ve altı, %26,9'u 51-100 kişilik ve %34,6'sı 101 kişi ve üstü sayıda işletme kapasitesine/kuvere sahiptir. Restoranların örgüt yapıları incelendiğinde %61,5'inin şahıs işletmesi, %30,8'inin aile işletmesi ve %7,7'sinin dernek olarak hizmet verdikleri görülmektedir. İşletmelerin müşteri profili dikkate alındığında müşterilerin %38,5'inin münferit müşterilerden, %30,8'inin ailelerden ve %30,8'inin grup misafirlerden oluştuğu belirlenmiştir. İşletmelere müşterilerin geliş yerleri incelendiğinde, %50'sinin şehir içinden, %50'sinin ise şehir dışından geldikleri görülmektedir. İşletmelerin %46,2'sinde A la carte menü, %53,8'inde ise fix menü uygulanmaktadır. İşletmelerin menülerinde bulunan Çerkes yemeği sayıları incelendiğinde; %42,3'ünde 3 adet ve daha az sayıda, %34,6'sında 4-8 adet, %23,1'inde ise 9 adet ve üzeri sayıda Çerkes yemeği bulunduğu görülmektedir. İşletmelerin menülerinde bulunan Haluj (%57,7), Çerkes tavuğu (% 30,8) ve Acıka (%11,5) en popüler Çerkes yemeklerdir. İşletme sahip ya da çalışanlarının %65,4'i Çerkes mutfağı ile ilgili bilgileri, Çerkes yemeklerini annelerinden, %15,4'i anneannelerinden ve %19,2'si ise babaannelerinden öğrenmişlerdir. İşletmelerin %34,6'sı aylık olarak 50 porsiyon ve altında, %38,5'i 51-100 porsiyon arasında ve %26,9'u 101 porsiyon ve üzeri sayıda Çerkes yemeği satmaktadır. İşletmelerin %57,7'si Çerkes yemekleri sunumunu geleneksel yöntemlerle, %42,3'si ise geleneksel olmayan yöntemlerle yaptıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 6, restoran işletmecileri ve çalışanlarının perspektifinden Çerkes Mutfağının gastronomi turizmi çerçevesinde geliştirilebilmesi ve tanıtılabilmesi için yapılması gereken faaliyetlere yönelik bulguları göstermektedir.

Tablo 6: Çerkes Mutfağının Gastronomi Turizmi Çerçevesinde Geliştirilmesine Yönelik Restoran İşletmecileri ve Çalışanlarından Elde Edilen Bulgular (n=26)

Değişkenler	F	%
TV programlarının çekilmesi	22	84,6
Belgesel çekilmesi ve yayınlanmasının sağlanması	21	80,8
Tanıtım broşürlerinin hazırlanması ve turizm paydaşlarına dağıtılması	17	65,4
Yemek günleri ve festival gibi organizasyonların düzenlenmesi	15	57,7
Ulusal ve Uluslararası fuarlara katılarak tanıtım yapılması	14	53,8
Çerkes mutfağı ile ilgili akademik (Bildiri, Makale vb.) çalışmalar yapılması	12	46,2
Seyahat acentesi temsilcilerine info turu yapılması	10	38,5
Otobüs ve uçaklardaki dergilerde yayınlanacak yazılarla Çerkes mutfağının tanıtımının yapılması	9	34,6
Çerkes mutfağı ile ilgili projeler hazırlanması	9	34,6

Tablo 6'da görüldüğü üzere; restoran işletmecileri ve çalışanları Çerkes mutfağının gastronomi turizmi çerçevesinde geliştirilmesine ve tanıtılması için yapılması gereken faaliyetleri şöyle sıralanmaktadırlar; Çerkes Mutfağının TV programlarına konu olması (%84,6), belgesel çekilmesi ve yayınlanmasının sağlanması (%80,8), Çerkes mutfağı ile ilgili tanıtım broşürlerinin hazırlanması ve turizm paydalarına dağıtılması (%65,4), yemek günleri ve festival gibi organizasyonların düzenlenmesi (%57,7), ulusal ve uluslararası fuarlara katılarak tanıtım yapılması (%53,8), Çerkes mutfağı ile ilgili akademik (bildiri, makale vb.) çalışmalar yapılması (%46,2), seyahat acentesi temsilcilerine yönelik olarak info turları düzenlenmesi (%38,5), Otobüs ve uçaklardaki dergilerde yayınlanacak yazılarla Çerkes mutfağının tanıtımının yapılması (%34,6) ve Çerkes mutfağı ile ilgili projeler hazırlanması (%34,6) olarak sıralanmaktadır.

Tablo 7, restoran işletmecileri ve çalışanlarının cinsiyetlerine göre Çerkes Mutfağının gastronomi turizmi çerçevesinde geliştirilebilmesi ve tanıtılabilmesi için yapılması gereken faaliyetlere yönelik bulguları göstermektedir.

Tablo 7: Çerkes Mutfağının Gastronomi Turizmi Çerçevesinde Geliştirilmesine Yönelik Restoran İşletmecileri ve Çalışanlarından Elde Edilen Verilerin Cinsiyete Göre Dağılımı (n=26)

Değişkenler	CİNSİYET		Toplam
	Erkek	Kadın	
Ulusal ve Uluslararası fuarlara katılarak tanıtım yapılması	7	7	14
Belgesel çekilmesi ve yayınlanmasının sağlanması	12	9	21
TV programlarının çekilmesi	13	9	22
Tanıtım broşürlerinin hazırlanması ve turizm paydaşlarına dağıtılması	9	8	17
Seyahat acentesi temsilcilerine info turu yapılması	3	7	10
Otobüs ve uçaklardaki dergilerde yayınlanacak yazılarla Çerkes mutfağının tanıtımının yapılması	4	5	9
Çerkes mutfağı ile ilgili projeler hazırlanması	4	5	9
Çerkes mutfağı ile ilgili akademik (Bildiri, Makale vb.) çalışmalar yapılması	9	3	12
Yemek günleri ve festival gibi organizasyonların düzenlenmesi	9	6	15

Tablo 7'de görüldüğü üzere; Çerkes mutfağının tanıtımı ve gastronomi turizmi çerçevesinde geliştirilebilmesi için araştırmaya katılan erkeklerin 7'si ve kadınların 7'si ulusal ve uluslararası fuarlara katılarak tanıtım yapılması gerektiğine inanmaktadır. 12 erkek ve 9 kadın katılımcı, belgesel çekilmesi ve yayınlanmasının Çerkes mutfağının tanıtılması ve gastronomi turizminin geliştirilmesinde yararlı olacağını düşünmektedir. 13 erkek ve 9 kadın katılımcı, Tv programlarına konu olmanın gastronomi turizminin geliştirilmesinde katkı sağlayacağına inanmaktadır. Bu durum erkek katılımcıların kadın katılımcılara kıyasla gastronomi turizminin geliştirilmesinde TV programlarına daha çok önem verdiklerini göstermektedir. Erkek katılımcıların 9'u ve kadın katılımcıların 8'i tanıtım broşürlerinin hazırlanması ve turizm paydaşlarına dağıtılmasının yararlı olacağını düşünmektedirler. 3 erkek ve 8 kadın katılımcı, seyahat acentesi temsilcilerine info turu yapılmasının, 4 erkek ve 5 kadın katılımcı otobüs ve uçaklardaki dergilerde yayınlanacak yazılarla Çerkes mutfağının tanıtılmasının, 4 erkek ve 5 kadın katılımcı Çerkes mutfağı ile ilgili projelerin hazırlanmasının, 9 erkek ve 3 kadın katılımcı Çerkes mutfağı ile ilgili akademik (bildiri, makale vb.) çalışmalar yapılmasının ve 9 erkek ve 6 kadın

katılımcı ise yemek günleri ve festival gibi organizasyonlar düzenlenmesinin Çerkes mutfağının tanıtılması ve bu kapsamda gastronomi turizminin geliştirilmesinde önemli faaliyetler olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 8, restoran işletmecileri ve çalışanlarının yaşlarına göre Çerkes Mutfağının gastronomi turizmi çerçevesinde geliştirilebilmesi ve tanıtılabilmesi için yapılması gereken faaliyetlere yönelik bulguları göstermektedir.

Tablo 8: Çerkes Mutfağının Gastronomi Turizmi Çerçevesinde Geliştirilmesine Yönelik Restoran İşletmecileri ve Çalışanlarından Elde Edilen Verilerin Yaşa Göre Dağılımı (n=26)

Değişkenler	YAŞ			Toplam
	40 Yaşın Altı	40-49 Yaş	50 Yaş ve Üstü	
Ulusal ve Uluslararası fuarlara katılarak tanıtım yapılması	3	8	3	14
Belgesel çekilmesi ve yayınlanmasının sağlanması	3	10	8	21
TV programlarının çekilmesi	4	11	7	22
Tanıtım broşürlerinin hazırlanması ve turizm paydaşlarına dağıtılması	4	6	7	17
Seyahat acentesi temsilcilerine info turu yapılması	2	5	3	10
Otobüs ve uçaklardaki dergilerde yayınlanacak yazılarla Çerkes mutfağının tanıtımının yapılması	2	4	3	9
Çerkes mutfağı ile ilgili projeler hazırlanması	2	5	2	9
Çerkes mutfağı ile ilgili akademik (Bildiri, Makale vb.) çalışmalar yapılması	5	5	2	12
Yemek günleri ve festival gibi organizasyonların düzenlenmesi	4	7	4	15

Tablo 8'de görüldüğü üzere; Çerkes mutfağının tanıtımı ve gastronomi turizmi çerçevesinde geliştirilebilmesi için araştırmaya katılan yaşı 40'ın altında olan 3 kişi, 40-49 yaş arasında olan 8 kişi ve 50 yaş ve üzerinde olan 3 kişi ulusal ve uluslararası fuarlara katılarak tanıtım yapılması gerektiğine inanmaktadır. Yaşı 40'ın altında olan 3 kişi, 40-49 yaş arasında olan 10 kişi ve 50 yaş ve üzerinde olan 8 kişi belgesel çekilmesi ve yayınlanmasının Çerkes mutfağının tanıtılması ve gastronomi turizminin geliştirilmesi açısından yararlı olacağını düşünmektedir. Yaşı 40'ın altında

olan 4, 40-49 yaş arasında olan 11 ve 50 yaş ve üzerinde olan 7 kişi Tv programlarına konu olmanın gastronomi turizminin geliştirilmesi için önemli olduğunu düşünmektedir. Yaşı 40'ın altında olan 4 kişi, 40-49 yaş arasındaki 6 katılımcı ve 50 yaş ve üzerinde olan 7 katılımcı tanıtım broşürlerinin hazırlanması ve turizm paydaşlarına dağıtılmasının yararlı olacağına inanmaktadırlar. Yaşı 40'ın altında olan katılımcıların 2'si, 40-49 yaş arası katılımcıların 5'i ve 50 yaş ve üzerinde olan katılımcıların 3'ü seyahat acentesi temsilcilerine info turu yapılması gerektiğini ifade etmektedirler. Yaşı 40'ın altında olan 2 kişi, 40-49 yaş arasında olan 4 kişi ve 50 yaş ve üzerinde olan 3 kişi otobüs ve uçaklardaki dergilerde yayınlanacak yazılarla Çerkes mutfağının tanıtılmasının; yaşı 40'ın altında olan 2 katılımcı, 40-49 yaş arasında olan 5 katılımcı ve 50 yaş ve üzerinde olan 2 katılımcı Çerkes mutfağı ile ilgili projelerin hazırlanmasının, yaşı 40'ın altında olan 5, 40-49 yaş arasında olan 5 ve 50 yaş ve üzerinde olan 2 katılımcı Çerkes mutfağı ile ilgili akademik (bildiri, makale vb.) çalışmalar yapılmasının ve yaşı 40'ın altında olan 4, 40-49 yaş arasında olan 7 ve 50 yaş ve üzerinde olan 4 kişi ise yemek günleri ve festival gibi organizasyonlar düzenlenmesinin Çerkes mutfağının tanıtılması ve gastronomi turizminin geliştirilmesinde önemli faaliyetler olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 9, restoran işletmecileri ve çalışanlarının eğitim durumlarına göre Çerkes Mutfağının gastronomi turizmi çerçevesinde geliştirilebilmesi ve tanıtılabilmesi için yapılması gereken faaliyetlere yönelik bulguları göstermektedir.

Tablo 9: Çerkes Mutfağının Gastronomi Turizmi Çerçevesinde Geliştirilmesine Yönelik Restoran İşletmecileri ve Çalışanlarından Elde Edilen Verilerin Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı (n=26)

Değişkenler	EĞİTİM DURUMU			Toplam
	İlköğretim	Lise	Üniversite	
Ulusal ve Uluslararası fuarlara katılarak tanıtım yapılması	9	4	1	14
Belgesel çekilmesi ve yayınlanmasının sağlanması	10	5	6	21
TV programlarının çekilmesi	9	6	7	22
Tanıtım broşürlerinin hazırlanması ve turizm paydaşlarına dağıtılması	6	6	5	17
Seyahat acentesi temsilcilerine info turu yapılması	3	2	5	10
Otobüs ve uçaklardaki	1	3	5	9

dergilerde yayınlanacak yazılarla Çerkes mutfağının tanıtımının yapılması				
Çerkes mutfağı ile ilgili projeler hazırlanması	2	4	3	9
Çerkes mutfağı ile ilgili akademik (Bildiri, Makale vb.) çalışmalar yapılması	2	5	5	12
Yemek günleri ve festival gibi organizasyonların düzenlenmesi	9	4	2	15

Çerkes mutfağının tanıtımı ve gastronomi turizmi çerçevesinde geliştirilebilmesi için araştırmaya katılan ilköğretim mezunu 9, lise mezunu 4 ve üniversite mezunu 1 kişi ulusal ve uluslararası fuarlara katılarak Çerkes mutfağının tanıtılması gerektiğine inanmaktadır. İlköğretim mezunu 10, lise mezunu 5, üniversite mezunu 6 katılımcı belgesel çekilmesi ve yayınlanmasının Çerkes mutfağının tanıtılması ve gastronomi turizminin geliştirilmesi açısından yararlı olacağına inanmaktadır. İlköğretim mezunu 9, lise mezunu 6, üniversite mezunu ise 7 kişi Tv programlarına konu olmanın gastronomi turizminin geliştirilmesi için önemli olduğunu düşünmektedir. İlköğretim mezunu 6, lise mezunu 6 ve üniversite mezunu 5 katılımcı tanıtım broşürlerinin hazırlanması ve turizm paydaşlarına dağıtılmasının yararlı olacağına inanmaktadırlar. İlköğretim mezunu katılımcıların 3'ü, lise mezunu katılımcıların 2'si, üniversite mezunu katılımcılardan 5'i seyahat acentesi temsilcilerine info turu yapılması gerektiğini ifade etmektedirler. İlköğretim mezunu 1, lise mezunu 3 ve üniversite mezunu 5 katılımcı otobüs ve uçaklardaki dergilerde yayınlanacak yazılarla Çerkes mutfağının tanıtılmasının; ilköğretim mezunu 2, lise mezunu 4, üniversite mezunu ise 2 katılımcı Çerkes mutfağı ile ilgili projelerin hazırlanmasının, ilköğretim mezunu 2, lise mezunu 5 ve üniversite mezunu 5 kişi Çerkes mutfağı ile ilgili akademik (bildiri, makale vb.) çalışmalar yapılmasının ve ilköğretim mezunu 9, lise mezunu 4, üniversite mezunu 2 kişi ise yemek günleri ve festival gibi organizasyonlar düzenlenmesinin Çerkes mutfağının tanıtılması ve gastronomi turizminin geliştirilmesinde önemli faaliyetler olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 10, restoran işletmecileri ve çalışanlarının işletmede yaptıkları görevlere göre Çerkes Mutfağının gastronomi turizmi çerçevesinde geliştirilebilmesi

ve tanıtılabilmesi için yapılması gereken faaliyetlere yönelik bulguları göstermektedir.

Tablo 10: Çerkes Mutfağının Gastronomi Turizmi Çerçevesinde Geliştirilmesine Yönelik Restoran İşletmecileri ve Çalışanlarından Elde Edilen Verilerin İşletmedeki Görevlerine Göre Dağılımı (n=26)

Değişkenler	GÖREV		Toplam
	İşletme Sahibi	Çalışan	
Ulusal ve Uluslararası fuarlara katılarak tanıtım yapılması	9	5	14
Belgesel çekilmesi ve yayınlanmasının sağlanması	17	4	21
TV programlarının çekilmesi	16	6	22
Tanıtım broşürlerinin hazırlanması ve turizm paydaşlarına dağıtılması	13	4	17
Seyahat acentesi temsilcilerine info turu yapılması	7	3	10
Otobüs ve uçaklardaki dergilerde yayınlanacak yazılarla Çerkes mutfağının tanıtımının yapılması	7	2	9
Çerkes mutfağı ile ilgili projeler hazırlanması	6	3	9
Çerkes mutfağı ile ilgili akademik (Bildiri, Makale vb.) çalışmalar yapılması	10	2	12
Yemek günleri ve festival gibi organizasyonların düzenlenmesi	11	4	15

Araştırmaya katılan 9 işletme sahibi ile 5 çalışan ulusal ve uluslararası fuarlara katılarak Çerkes mutfağının tanıtılabileceğine ve gastronomi turizminin geliştirilebileceğine inanmaktadır. İşletme sahibi 17 kişi, çalışan 4 kişi ise belgesel çekilmesi ve yayınlanmasının Çerkes mutfağının tanıtılması ve gastronomi turizminin geliştirilmesi açısından yararlı olacağına inanmaktadır. 16 işletme sahibi ve 6 çalışan, Tv programlarına konu olmanın yararlı olabileceğini düşünmektedir. İşletme sahibi katılımcıların 13'ü, çalışanların 4'ü tanıtım broşürlerinin hazırlanması ve turizm paydaşlarına dağıtılmasının önemli olduğuna inanmaktadır. 7 işletme sahibi ve 3 çalışan, seyahat acentesi temsilcilerine info turu yapılması gerektiğini ifade etmektedirler. 7 işletme sahibi ve 2 çalışan, otobüs ve uçaklardaki dergilerde yayınlanacak yazılarla Çerkes mutfağının tanıtılmasının; 6 işletme sahibi ve 3 çalışan Çerkes mutfağı ile ilgili projelerin hazırlanmasının, 10 işletme sahibi ve 2 çalışan

Çerkes mutfağı ile ilgili akademik (bildiri, makale vb.) çalışmalar yapılmasının ve 11 işletme sahibi ile 4 çalışan ise yemek günleri ve festival gibi organizasyonlar düzenlenmesinin Çerkes mutfağının tanıtılması ve gastronomi turizminin geliştirilmesi için yapılması gereken önemli faaliyetler olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 11, restoran işletmecileri ve çalışanlarının mesleki tecrübelerine göre Çerkes Mutfağının gastronomi turizmi çerçevesinde geliştirilebilmesi ve tanıtılabilmesi için yapılması gereken faaliyetlere yönelik bulguları göstermektedir.

Tablo 11: Çerkes Mutfağının Gastronomi Turizmi Çerçevesinde Geliştirilmesine Yönelik Restoran İşletmecileri ve Çalışanlarından Elde Edilen Verilerin Mesleki Tecrübeye Göre Dağılımı (n=26)

Değişkenler	MESLEKİ TECRÜBE			Toplam
	5 Yıl ve Altı	6-10 Yıl	11 Yıl ve Üstü	
Ulusal ve Uluslararası fuarlara katılarak tanıtım yapılması	8	1	5	14
Belgesel çekilmesi ve yayınlanmasının sağlanması	10	4	7	21
TV programlarının çekilmesi	12	3	7	22
Tanıtım broşürlerinin hazırlanması ve turizm paydaşlarına dağıtılması	8	2	7	17
Seyahat acentesi temsilcilerine info turu yapılması	5	2	3	10
Otobüs ve uçaklardaki dergilerde yayınlanacak yazılarla Çerkes mutfağının tanıtımının yapılması	5	1	3	9
Çerkes mutfağı ile ilgili projeler hazırlanması	3	2	4	9
Çerkes mutfağı ile ilgili akademik (Bildiri, Makale vb.) çalışmalar yapılması	7	1	4	12
Yemek günleri ve festival gibi organizasyonların düzenlenmesi	9	1	5	15

Araştırmaya katılan 5 yıl ve altı mesleki tecrübeye sahip 8, 6-10 yıl mesleki tecrübeye sahip 1, 11 yıl ve üstü mesleki tecrübeye sahip 5 kişi, Çerkes mutfağının tanıtımı ve gastronomi turizminin geliştirilebilmesi için ulusal ve uluslararası fuarlara

katılmak gerektiğine inanmaktadırlar. 5 yıl ve altı mesleki tecrübeye sahip 10, 6-10 yıl mesleki tecrübeye sahip 4 ve 11 yıl ve üstü mesleki tecrübeye sahip 7 kişi ise belgesel çekilmesi ve yayınlanmasının Çerkes mutfağının tanıtılması ve gastronomi turizminin geliştirilmesi açısından yararlı olacağını düşünmektedir. 5 yıl ve altı mesleki tecrübeye sahip 12, 6-10 yıl arası mesleki tecrübeye sahip 3, 11 yıl ve üstü mesleki tecrübeye sahip 7 kişi Tv programlarına konu olmanın önemli olduğuna inanmaktadır. 5 yıl ve altı mesleki tecrübeye sahip katılımcıların 8'i, 6-10 yıl arasında mesleki tecrübeye sahip katılımcıların 2'si, 11 yıl ve üstü mesleki tecrübeye sahip katılımcıların ise 7'si tanıtım broşürlerinin hazırlanması ve turizm paydaşlarına dağıtılmasını önemli bulmaktadır. 5 yıl ve altı tecrübeye sahip katılımcıların 5'i, 6-10 yıl arasında mesleki tecrübeye sahip katılımcıların 2'si, 11 yıl ve üstü mesleki tecrübeye sahip katılımcıların 3'ü seyahat acentesi temsilcilerine info turu yapılması gerektiğini ifade etmektedirler. 5 yıl ve altı mesleki tecrübeye sahip 5, 6-10 yıl arası mesleki tecrübeye sahip 1 ve 11 yıl ve üstü mesleki tecrübeye sahip 3 katılımcı, otobüs ve uçaklardaki dergilerde yayınlanacak yazılarla Çerkes mutfağının tanıtılmasının; 5 yıl ve altı tecrübeye sahip 3 kişi, 6-10 yıl arasında mesleki tecrübeye sahip 2 kişi ve 11 yıl ve üstü mesleki tecrübeye sahip 4 kişi, Çerkes mutfağı ile ilgili projelerin hazırlanmasının, 5 yıl ve altı mesleki tecrübeye sahip 7 katılımcı, 6-10 yıl arasında mesleki tecrübeye sahip 1 katılımcı ve 11 yıl ve üstü mesleki tecrübeye sahip 4 katılımcı, Çerkes mutfağı ile ilgili akademik (bildiri, makale vb.) çalışmalar yapılmasının, 5 yıl ve altı mesleki tecrübeye sahip 9 kişi, 6-10 yıl arasında mesleki tecrübeye sahip 1 kişi ve 11 yıl ve üstü mesleki tecrübeye sahip 5 katılımcı ise yemek günleri ve festival gibi organizasyonlar düzenlenmesinin Çerkes mutfağının tanıtılması ve gastronomi turizminin geliştirilmesi için yapılması gereken önemli faaliyetler olduğunu belirtmişlerdir.

3.12.2. Turizm Paydaşları ile ilgili Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde Çerkes mutfağı ile ilgili turizm paydaşlarından elde edilen verilere yönelik bulgular incelenmektedir. Tablo 12, turizm paydaşlarının demografik özelliklerini göstermektedir.

Tablo 12: Turizm Paydaşlarının Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımı (n=77)

Değişken	Gruplar	F	%
Cinsiyet	Erkek	58	75,3
	Kadın	19	24,7
Yaş	40 Yaşın altı	33	42,9
	40-49 Yaş	24	31,2
	50 Yaş ve üstü	20	26,0
Eğitim Durumu	İlköğretim	20	26,0
	Lise	24	31,2
	Üniversite	33	42,9
İşletmedeki Görevi	İşletme Sahibi	13	16,9
	Çalışan	64	83,1
Mesleki Tecrübe	5 Yıl ve altı	49	63,6
	6-10 Yıl	10	13,0
	11 Yıl ve üstü	18	23,4

Tablo 12 incelendiğinde araştırmaya katılan turizm paydaşlarının %75,3'ünün erkek, %24,7'sinin ise kadın olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların % 42,9'u 40 yaşın altında olup, %31,2'si 40-49 yaş aralığında ve %26'sı da 50 yaş ve üstü yaş gruplarında toplanmaktadır. Katılımcıların %42,9'u üniversite, %31,2'si lise ve %26,0'sı ilköğretim, eğitimi almış kişilerdir. Katılımcıların işletmedeki görevleri incelendiğinde %16,9'unun işletme sahibi, %83,1'inin ise çalışan olduğu görülmektedir. Mesleki tecrübeleri dikkate alındığında; %63,6'sının 5 yıl ve altı süredir, %13,0'ünün 6-10 yıl arasında, %23,4'ünün de 11 yıl ve üzeri süredir alanında hizmet verdiği görülmektedir.

Tablo 13, turizm paydaşları perspektifinden Çerkes Mutfağının gastronomi turizmi çerçevesinde geliştirilebilmesi ve tanıtılabilmesi için yapılması gereken faaliyetlere yönelik bulguları göstermektedir.

Tablo 13: Çerkes Mutfağının Gastronomi Turizmi Çerçevesinde Geliştirilmesine Yönelik Olarak Turizm Paydaşlarından Elde Edilen Bulgular (n=77)

Değişkenler	F	%
TV programlarının çekilmesi	66	85,7
Yemek günleri ve festival gibi organizasyonların düzenlenmesi	64	83,1
Belgesel çekilmesi ve yayınlanmasının sağlanması	63	81,8
Tanıtım broşürlerinin hazırlanması ve turizm paydaşlarına dağıtılması	59	76,6
Ulusal ve Uluslararası fuarlara katılarak tanıtım yapılması	51	66,2
Seyahat acentesi temsilcilerine info turu yapılması	44	57,1
Çerkes mutfağı ile ilgili projeler hazırlanması	40	51,9
Otobüs ve uçaklardaki dergilerde yayınlanacak yazılarla Çerkes mutfağının tanıtımının yapılması	33	42,9
Çerkes mutfağı ile ilgili akademik (Bildiri, Makale vb.) çalışmalar yapılması	25	32,5

Çerkes mutfağının gastronomi turizmi çerçevesinde tanıtılması ve geliştirilmesi ile ilgili turizm paydaşlarından elde edilen veriler incelendiğinde katılımcıların %85,7'inin Tv programlarına konu olmanın önemli olduğuna, %83,1'inin yemek günleri ve festival gibi organizasyonlar düzenlenmesi gerektiğine inandıkları görülmektedir. Katılımcıların %81,8'i belgesel çekilmesi ve yayınlanmasının Çerkes mutfağının tanıtılması ve gastronomi turizminin geliştirilmesi açısından yararlı olabileceğini düşünmektedir. Katılımcıların %76,6'sı tanıtım broşürleri hazırlamak ve turizm paydaşlarına dağıtmak, %66,2'si ulusal ve uluslararası fuarlara katılmak gerektiğine inanmaktadır. %57,1'i seyahat acentesi temsilcilerine info turu yapılması, %51,9' Çerkes mutfağı ile ilgili projeler hazırlanması, %42,9'i otobüs ve uçaklardaki dergilerde yayınlanacak yazılarla Çerkes mutfağının tanıtılması, %32,5'i Çerkes mutfağı ile ilgili akademik (bildiri, makale vb.) çalışmalar yapılması gerektiğini belirtmişlerdir.

Tablo 14, turizm paydaşlarının cinsiyetine göre Çerkes Mutfağının gastronomi turizmi çerçevesinde geliştirilebilmesi ve tanıtılabilmesi için yapılması gereken faaliyetlere yönelik bulguları göstermektedir.

Tablo 14: Çerkes Mutfağının Gastronomi Turizmi Çerçevesinde Geliştirilmesine Yönelik Olarak Paydaşlardan Elde Edilen Verilerin Cinsiyete Göre Dağılımı (n=77)

Değişkenler	CİNSİYET		Toplam
	Erkek	Kadın	
Ulusal ve Uluslararası fuarlara katılarak tanıtım yapılması	41	10	51
Belgesel çekilmesi ve yayınlanmasının sağlanması	46	17	63
TV programlarının çekilmesi	50	16	66
Tanıtım broşürlerinin hazırlanması ve turizm paydaşlarına dağıtılması	45	14	59
Seyahat acentesi temsilcilerine info turu yapılması	33	11	44
Otobüs ve uçaklardaki dergilerde yayınlanacak yazılarla Çerkes mutfağının tanıtımının yapılması	24	9	33
Çerkes mutfağı ile ilgili projeler hazırlanması	30	10	40
Çerkes mutfağı ile ilgili akademik (Bildiri, Makale vb.) çalışmalar yapılması	18	7	25
Yemek günleri ve festival gibi organizasyonların düzenlenmesi	49	15	64

Tablo 14'de görüldüğü üzere; Çerkes mutfağının tanıtımı ve gastronomi turizmi çerçevesinde geliştirilebilmesi için araştırmaya katılan erkeklerin 41'i ve kadınların 10'u ulusal ve uluslararası fuarlara katılarak tanıtım yapılması gerektiğine inanmaktadır. 46 erkek ve 17 kadın katılımcı, belgesel çekilmesi ve yayınlanmasının Çerkes mutfağının tanıtılması ve gastronomi turizminin geliştirilmesinde yararlı olacağını düşünmektedir. 50 erkek ve 16 kadın katılımcı, Tv programlarına konu olmanın gastronomi turizminin geliştirilmesinde katkı sağlayacağına inanmaktadır. Erkek katılımcıların 45'i ve kadın katılımcıların 14'ü tanıtım broşürlerinin hazırlanması ve turizm paydaşlarına dağıtılmasının yararlı olacağını düşünmektedirler. 33 erkek ve 11 kadın katılımcı, seyahat acentesi temsilcilerine info turu yapılmasının, 24 erkek ve 9 kadın katılımcı otobüs ve uçaklardaki dergilerde yayınlanacak yazılarla Çerkes mutfağının tanıtılmasının, 30 erkek ve 10 kadın

katılımcı Çerkes mutfağı ile ilgili projelerin hazırlanmasının, 18 erkek ve 7 kadın katılımcı Çerkes mutfağı ile ilgili akademik (bildiri, makale vb.) çalışmalar yapılmasının ve 49 erkek ve 15 kadın katılımcı ise yemek günleri ve festival gibi organizasyonlar düzenlenmesinin Çerkes mutfağının tanıtılması ve bu kapsamda gastronomi turizminin geliştirilmesinde önemli faaliyetler olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 15, turizm paydaşlarının yaşa göre Çerkes Mutfağının gastronomi turizmi çerçevesinde geliştirilebilmesi ve tanıtılabilmesi için yapılması gereken faaliyetlere yönelik bulguları göstermektedir.

Tablo 15: Çerkes Mutfağının Gastronomi Turizmi Çerçevesinde Geliştirilmesine Yönelik Olarak Turizm Paydaşlarından Elde Edilen Verilerin Yaşa Göre Dağılımı (n=77)

Değişkenler	YAŞ			Toplam
	40 Yaşın Altı	40-49 Yaş	50 Yaş ve Üstü	
Ulusal ve Uluslararası fuarlara katılarak tanıtım yapılması	19	18	14	51
Belgesel çekilmesi ve yayınlanmasının sağlanması	26	19	18	63
TV programlarının çekilmesi	27	22	17	66
Tanıtım broşürlerinin hazırlanması ve turizm paydaşlarına dağıtılması	30	16	13	59
Seyahat acentesi temsilcilerine info turu yapılması	27	11	6	44
Otobüs ve uçaklardaki dergilerde yayınlanacak yazılarla Çerkes mutfağının tanıtımının yapılması	19	10	4	33
Çerkes mutfağı ile ilgili projeler hazırlanması	19	12	9	40
Çerkes mutfağı ile ilgili akademik (Bildiri, Makale vb.) çalışmalar yapılması	14	7	4	25
Yemek günleri ve festival gibi organizasyonların düzenlenmesi	26	21	17	64

Tablo 15'de görüldüğü üzere; Çerkes mutfağının tanıtımı ve gastronomi turizmi çerçevesinde geliştirilebilmesi için araştırmaya katılan yaşı 40'ın altında olan

19 kişi, 40-49 yaş arasında olan 18 kişi ve 50 yaş ve üzerinde olan 14 kişi ulusal ve uluslararası fuarlara katılarak tanıtım yapılmasının gerekli olduğunu düşünmektedir. Yaşı 40'ın altında olan 26 kişi, 40-49 yaş arasında olan 19 kişi ve 50 yaş ve üzerinde olan 18 kişi belgesel çekilmesi ve yayınlanmasının Çerkes mutfağının tanıtılması ve gastronomi turizminin geliştirilmesi açısından yararlı olacağını düşünmektedir. Yaşı 40'ın altında olan 27, 40-49 yaş arasında olan 22 ve 50 yaş ve üzerinde olan 17 kişi Tv programlarına konu olmanın gastronomi turizminin geliştirilmesi açısından önemli olduğunu düşünmektedir. Yaşı 40'ın altında olan 30 kişi, 40-49 yaş arasındaki 16 katılımcı ve 50 yaş ve üzerinde olan 13 katılımcı tanıtım broşürlerinin hazırlanması ve turizm paydaşlarına dağıtılmasının yararlı olacağına inanmaktadırlar. Yaşı 40'ın altında olan katılımcıların 27'si, 40-49 yaş arası katılımcıların 1'i ve 50 yaş ve üzerinde olan katılımcıların 6'sı seyahat acentesi temsilcilerine info turu yapılması gerektiğini ifade etmektedirler.

Yaşı 40'ın altında olan 19 kişi, 40-49 yaş arasında olan 10 kişi ve 50 yaş ve üzerinde olan 4 kişi otobüs ve uçaklardaki dergilerde yayınlanacak yazılarla Çerkes mutfağının tanıtılmasının; yaşı 40'ın altında olan 19 katılımcı, 40-49 yaş arasında olan 12 katılımcı ve 50 yaş ve üzerinde olan 9 katılımcı Çerkes mutfağı ile ilgili projelerin hazırlanmasının, yaşı 40'ın altında olan 14, 40-49 yaş arasında olan 7 ve 50 yaş ve üzerinde olan 4 katılımcı Çerkes mutfağı ile ilgili akademik (bildiri, makale vb.) çalışmalar yapılmasının ve yaşı 40'ın altında olan 26, 40-49 yaş arasında olan 21, ve 50 yaş ve üzerinde olan 17 kişi ise yemek günleri ve festival gibi organizasyonlar düzenlenmesinin Çerkes mutfağının tanıtılması ve gastronomi turizminin geliştirilmesinde önemli faaliyetler olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 16, turizm paydaşlarının eğitim durumuna göre Çerkes Mutfağının gastronomi turizmi çerçevesinde geliştirilebilmesi ve tanıtılabilmesi için yapılması gereken faaliyetlere yönelik bulguları göstermektedir.

Tablo 16: Çerkes Mutfağının Gastronomi Turizmi Çerçevesinde Geliştirilmesine Yönelik Olarak Turizm Paydaşlarından Elde Edilen Verilerin Eğitim Durumuna Göre Dağılımı (n=77)

Değişkenler	EĞİTİM DURUMU			Toplam
	İlköğretim	Lise	Üniversite	
Ulusal ve Uluslararası fuarlara katılarak tanıtım yapılması	15	12	24	51
Belgesel çekilmesi ve yayınlanmasının sağlanması	16	19	28	63
TV programlarının çekilmesi	15	21	30	66
Tanıtım broşürlerinin hazırlanması ve turizm paydaşlarına dağıtılması	10	22	27	59
Seyahat acentesi temsilcilerine info turu yapılması	8	15	21	44
Otobüs ve uçaklardaki dergilerde yayınlanacak yazılarla Çerkes mutfağının tanıtımının yapılması	6	13	14	33
Çerkes mutfağı ile ilgili projeler hazırlanması	11	11	18	40
Çerkes mutfağı ile ilgili akademik (Bildiri, Makale vb.) çalışmalar yapılması	1	6	18	25
Yemek günleri ve festival gibi organizasyonların düzenlenmesi	16	19	29	64

Çerkes mutfağının tanıtımı ve gastronomi turizmi çerçevesinde geliştirilebilmesi için araştırmaya katılan ilköğretim mezunu 15, lise mezunu 12 ve üniversite mezunu 24 kişi ulusal ve uluslararası fuarlara katılarak Çerkes mutfağının tanıtılması gerektiğine inanmaktadır. İlköğretim mezunu 16, lise mezunu 19, üniversite mezunu 28 katılımcı belgesel çekilmesi ve yayınlanmasının Çerkes mutfağının tanıtılması ve gastronomi turizminin geliştirilmesi açısından yararlı olacağına inanmaktadır. İlköğretim mezunu 15, lise mezunu 21, üniversite mezunu ise 30 kişi Tv programlarına konu olmanın gastronomi turizminin geliştirilmesi için önemli olduğunu düşünmektedir. İlköğretim mezunu 10, lise mezunu 22 ve üniversite mezunu 27 katılımcı tanıtım broşürlerinin hazırlanması ve turizm paydaşlarına dağıtılmasının yararlı olacağına inanmaktadırlar. İlköğretim mezunu katılımcıların 8'i, lise mezunu katılımcıların 15'i, üniversite mezunu katılımcılardan

21'i seyahat acentesi temsilcilerine info turu yapılması gerektiğini ifade etmektedirler. İlköğretim mezunu 6, lise mezunu 13 ve üniversite mezunu 14 katılımcı otobüs ve uçaklardaki dergilerde yayınlanacak yazılarla Çerkes mutfağının tanıtılmasının; ilköğretim mezunu 11, lise mezunu 11, üniversite mezunu ise 18 katılımcı Çerkes mutfağı ile ilgili projelerin hazırlanmasının, ilköğretim mezunu 1, lise mezunu 6 ve üniversite mezunu 18 kişi Çerkes mutfağı ile ilgili akademik (bildiri, makale vb.) çalışmalar yapılmasının ve ilköğretim mezunu 16, lise mezunu 19, üniversite mezunu 29 kişi ise yemek günleri ve festival gibi organizasyonlar düzenlenmesinin Çerkes mutfağının tanıtılması ve gastronomi turizminin geliştirilmesinde önemli faaliyetler olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 17, restoran işletmecileri ve çalışanlarının işletmede yaptıkları görevlere göre Çerkes Mutfağının gastronomi turizmi çerçevesinde geliştirilebilmesi ve tanıtılabilmesi için yapılması gereken faaliyetlere yönelik bulguları göstermektedir

Tablo 17: Çerkes Mutfağının Gastronomi Turizmi Çerçevesinde Geliştirilmesine Yönelik Olarak Turizm Paydaşlarından Elde Edilen Verilerin Kurumdaki Görevlerine Göre Dağılımı (n=77)

Değişkenler	GÖREV		Toplam
	İşletme Sahibi / Yönetici	Çalışan	
Ulusal ve Uluslararası fuarlara katılarak tanıtım yapılması	9	42	51
Belgesel çekilmesi ve yayınlanmasının sağlanması	10	53	63
TV programlarının çekilmesi	10	56	66
Tanıtım broşürlerinin hazırlanması ve turizm paydaşlarına dağıtılması	10	49	59
Seyahat acentesi temsilcilerine info turu yapılması	9	35	44
Otobüs ve uçaklardaki dergilerde yayınlanacak yazılarla Çerkes mutfağının tanıtımının yapılması	5	28	33
Çerkes mutfağı ile ilgili projeler hazırlanması	8	32	40
Çerkes mutfağı ile ilgili akademik (Bildiri, Makale vb.) çalışmalar yapılması	3	22	25
Yemek günleri ve festival gibi organizasyonların düzenlenmesi	11	53	64

Araştırmaya katılan 9 işletme sahibi/yönetici ile 42 çalışan ulusal ve uluslararası fuarlara katılarak Çerkes mutfağının tanıtılabileceğine ve gastronomi turizminin geliştirilebileceğine inanmaktadır. İşletme sahibi/yönetici 10 kişi, çalışan 53 kişi ise belgesel çekilmesi ve yayınlanmasının Çerkes mutfağının tanıtılması ve gastronomi turizminin geliştirilmesi açısından yararlı olacağına inanmaktadır. 10 işletme sahibi/yönetici ve 56 çalışan, Tv programlarına konu olmanın yararlı olabileceğini düşünmektedir. İşletme sahibi/yönetici katılımcıların 10'u, çalışanların 49'u tanıtım broşürlerinin hazırlanması ve turizm paydaşlarına dağıtılmasının önemli olduğuna inanmaktadır. 9 işletme sahibi/yönetici ve 35 çalışan, seyahat acentesi temsilcilerine info turu yapılması gerektiğini ifade etmektedirler. 5 işletme sahibi/yönetici ve 28 çalışan, otobüs ve uçaklardaki dergilerde yayınlanacak yazılarla Çerkes mutfağının tanıtılmasının; 8 işletme sahibi/yönetici ve 32 çalışan Çerkes mutfağı ile ilgili projelerin hazırlanmasının, 3 işletme sahibi/yönetici ve 22 çalışan Çerkes mutfağı ile ilgili akademik (bildiri, makale vb.) çalışmalar yapılmasının ve 11 işletme sahibi/yönetici ile 53 çalışan ise yemek günleri ve festival gibi organizasyonlar düzenlenmesinin Çerkes mutfağının tanıtılması ve gastronomi turizminin geliştirilmesi için yapılması gereken önemli faaliyetler olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 18, turizm paydaşlarının mesleki tecrübelerine göre Çerkes Mutfağının gastronomi turizmi çerçevesinde geliştirilebilmesi ve tanıtılabilmesi için yapılması gereken faaliyetlere yönelik bulguları göstermektedir.

Tablo 18: Çerkes Mutfağının Gastronomi Turizmi Çerçevesinde Geliştirilmesine Yönelik Olarak Turizm Paydaşlarından Elde Edilen Verilerin Mesleki Tecrübelerine Göre Dağılımı (n=77)

Değişkenler	MESLEKİ TECRÜBE			Toplam
	5 Yıl ve Altı	6-10 Yıl	11 Yıl ve Üstü	
Ulusal ve Uluslararası fuarlara katılarak tanıtım yapılması	30	9	12	51
Belgesel çekilmesi ve yayınlanmasının sağlanması	39	8	16	63
TV programlarının çekilmesi	42	9	15	66
Tanıtım broşürlerinin hazırlanması ve turizm	38	8	13	59

paydaşlarına dağıtılması				
Seyahat acentesi temsilcilerine info turu yapılması	31	5	8	44
Otobüs ve uçaklardaki dergilerde yayınlanacak yazılarla Çerkes mutfağının tanıtımının yapılması	24	4	5	33
Çerkes mutfağı ile ilgili projeler hazırlanması	25	4	11	40
Çerkes mutfağı ile ilgili akademik (Bildiri, Makale vb.) çalışmalar yapılması	18	1	6	25
Yemek günleri ve festival gibi organizasyonların düzenlenmesi	41	9	14	64

Araştırmaya katılan 5 yıl ve altı mesleki tecrübeye sahip 30, 6-10 yıl mesleki tecrübeye sahip 9, 11 yıl ve üstü mesleki tecrübeye sahip 12 kişi, Çerkes mutfağının tanıtımı ve gastronomi turizminin geliştirilebilmesi için ulusal ve uluslararası fuarlara katılmak gerektiğine inanmaktadırlar. 5 yıl ve altı mesleki tecrübeye sahip 39, 6-10 yıl mesleki tecrübeye sahip 8 ve 11 yıl ve üstü mesleki tecrübeye sahip 16 kişi ise belgesel çekilmesi ve yayınlanmasının Çerkes mutfağının tanıtılması ve gastronomi turizminin geliştirilmesi açısından yararlı olacağını düşünmektedir. 5 yıl ve altı mesleki tecrübeye sahip 42, 6-10 yıl arası mesleki tecrübeye sahip 9, 11 yıl ve üstü mesleki tecrübeye sahip 15 kişi Tv programlarına konu olmanın önemli olduğuna inanmaktadır. 5 yıl ve altı mesleki tecrübeye sahip katılımcıların 38'i, 6-10 yıl arasında mesleki tecrübeye sahip katılımcıların 8'i, 11 yıl ve üstü mesleki tecrübeye sahip katılımcıların ise 13'ü tanıtım broşürlerinin hazırlanması ve turizm paydaşlarına dağıtılmasını önemli bulmaktadır. 5 yıl ve altı tecrübeye sahip katılımcıların 31'i, 6-10 yıl arasında mesleki tecrübeye sahip katılımcıların 5'i, 11 yıl ve üstü mesleki tecrübeye sahip katılımcıların 8'i seyahat acentesi temsilcilerine info turu yapılması gerektiğini ifade etmektedirler. 5 yıl ve altı mesleki tecrübeye sahip 24, 6-10 yıl arası mesleki tecrübeye sahip 4 ve 11 yıl ve üstü mesleki tecrübeye sahip 5 katılımcı, otobüs ve uçaklardaki dergilerde yayınlanacak yazılarla Çerkes mutfağının tanıtılmasının; 5 yıl ve altı tecrübeye sahip 25 kişi, 6-10 yıl arasında mesleki tecrübeye sahip 4 kişi ve 11 yıl ve üstü mesleki tecrübeye sahip 11 kişi, Çerkes mutfağı ile ilgili projelerin hazırlanmasının, 5 yıl ve altı mesleki tecrübeye

sahip 18 katılımcı, 6-10 yıl arasında mesleki tecrübeye sahip 1 katılımcı ve 11 yıl ve üstü mesleki tecrübeye sahip 6 katılımcı, Çerkes mutfağı ile ilgili akademik (bildiri, makale vb.) çalışmalar yapılmasının, 5 yıl ve altı mesleki tecrübeye sahip 41 kişi, 6-10 yıl arasında mesleki tecrübeye sahip 9 kişi ve 11 yıl ve üstü mesleki tecrübeye sahip 14 katılımcı ise yemek günleri ve festival gibi organizasyonlar düzenlenmesinin Çerkes mutfağının tanıtılması ve gastronomi turizminin geliştirilmesi için yapılması gereken önemli faaliyetler olduğunu belirtmişlerdir.

3.12.3. Katılımcı Gruplarının (Restoran İşletmecileri ve Çalışanları ile Turizm Paydaşları) Karşılaştırılması

Çalışmanın bu kısmında Çerkes mutfağı ile ilgili görüşme yapılan restoran işletmecileri ve çalışanları ile turizm paydaşlarından elde edilen veriler karşılaştırılarak analiz edilecek ve yorumlanacaktır.

Tablo 19: Çerkes Mutfağının Geliştirilmesine Yönelik Paydaş Görüşlerinin Karşılaştırılması

Değişkenler	Katılımcı Gruplar												Toplam	
	Restoranlar		Oteller		Seyahat Acenteleri		STK'lar		Kamu Kuruluşları		Yerel Halk			
	(n=26)		(n=18)		(n=22)		(n=10)		(n=5)		(n=22)		(n=103)	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Ulusal ve Uluslararası fuarlara katılarak tanıtım yapılması	14	13,5	11	13,5	11	13,5	8	7,7	4	3,8	17	16,5	65	63,1
Belgesel çekilmesi ve yayınlanmasının sağlanması	21	20,3	16	15,5	13	12,6	8	7,7	5	4,8	21	20,3	84	81,5
TV programlarının çekilmesi	22	21,3	17	16,5	13	12,6	10	9,7	5	4,8	21	20,3	88	85,4
Tanıtım broşürlerinin hazırlanması ve turizm	17	16,5	18	17,4	19	18,4	5	4,8	4	3,8	14	13,5	77	74,7

paydaşlarına dağıtılması														
Seyahat acentesi temsilcilerine info turu yapılması	10	9,7	7	6,7	22	21,3	3	2,9	4	3,8	8	7,7	54	52,4
Otobüs ve uçaklardaki dergilerde yayınlanacak yazılarla Çerkes mutfağının tanıtımının yapılması	9	8,7	9	8,7	17	16,5	2	1,9	1	0,1	4	3,8	42	40,7
Çerkes mutfağı ile ilgili projeler hazırlanması	9	8,7	4	3,8	11	13,5	6	5,8	5	4,8	14	13,5	49	47,5
Çerkes mutfağı ile ilgili akademik (Bildiri, Makale vb.) çalışmalar yapılması	12	11,6	5	4,8	5	4,8	3	2,9	4	3,8	8	7,7	37	35,9
Yemek günleri ve festival gibi organizasyonların düzenlenmesi	15	14,5	15	14,5	17	16,5	8	7,7	5	4,8	19	18,4	79	76,6

Tablo 19'da görüldüğü üzere; Çerkes mutfağının gastronomi turizmi çerçevesinde tanıtılması ve geliştirilmesi için katılımcılar, TV programlarının çekilmesi (%85,4), Çerkes mutfağı ile ilgili belgesellerin çekilmesi ve yayınlanmasının sağlanması (%81,5), yemek günleri ve festival gibi organizasyonların düzenlenmesi (%76,6) ve tanıtım broşürlerinin hazırlanması ve turizm paydaşlarına dağıtılması (%74,4) gerektiğine inanmaktadırlar. Bu durum Çerkes mutfağının gastronomi turizmi kapsamında geliştirilmesi için medyanın özellikle de TV'nin tanıtım amaçlı olarak kullanması gerektiğini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte katılımcıların önemli buldukları faktörler birbirinden farklılık göstermektedir. Restoran işletmecileri ve çalışanları, Çerkes mutfağını gastronomi turizmi çerçevesinde tanıtılması ve geliştirilmesi için özellikle görsel medyanın etkili olduğuna inanmaktadırlar. Restoran işletmeci ve çalışanlarına göre gastronomi turizminin geliştirilmesinde en önemli olan faktörler sırasıyla şöyledir;

(1) Çerkes mutfağı ile ilgili TV programlarının çekilmesi (%21,3),

(2) Çerkes mutfağı ile ilgili belgesel filmlerin çekilmesi ve yayınlanması (%20,3),

(3) Çerkes mutfağı ile ilgili tanıtım broşürlerinin hazırlanması ve turizm paydaşlarına dağıtımı yapılarak tanıtım faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi (%16,5).

Otel işletmecileri ve çalışanları, Çerkes mutfağının gastronomi turizmi çerçevesinde tanıtılması ve geliştirilmesi için özellikle tanıtım broşürlerinin en etkili faktör olduğuna inanmaktadırlar. Otel yöneticileri ve çalışanlarının gastronomi turizminin geliştirilmesinde en önemli buldukları faktörler aşağıda sıralanmaktadır;

(1) Çerkes mutfağı ile ilgili tanıtım broşürlerinin hazırlanması ve turizm paydaşlarına dağıtımı yapılarak tanıtım faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi (%17,4),

(2) Çerkes mutfağı ile ilgili TV programlarının çekilmesi (%16,5),

(3) Çerkes mutfağı ile ilgili belgesel filmlerin çekilmesi ve yayınlanması (%15,5),

(4) Yemek günleri, festivaller vb. organizasyonların düzenlenmesi (%14,5).

Seyahat acenteleri temsilcileri Çerkes mutfağının gastronomi turizmi çerçevesinde tanıtılması ve geliştirilmesi için özellikle seyahat acentesi temsilcilerine info turu yapmanın en etkili faktör olacağını belirtmektedirler. Seyahat acentesi temsilcilerinin gastronomi turizminin geliştirilmesinde en önemli buldukları faktörler aşağıda sıralanmaktadır;

(1) Seyahat acentesi temsilcilerine Çerkes mutfağıyla ilgili info turu yapmak (%21,3),

(2) Çerkes mutfağı ile ilgili tanıtım broşürlerinin hazırlanması ve turizm paydaşlarına dağıtımı yapılarak tanıtım faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi (%18,4),

(3) Otobüs ve uçaklardaki dergilerde yayınlanacak yazılarla Çerkes mutfağının tanıtımının yapılması (%16,5),

(4) Yemek günleri, festivaller vb.organizasyonların düzenlenmesi (%16,5).

Sivil toplum kuruluşları temsilcileri, Çerkes mutfağının gastronomi turizmi çerçevesinde tanıtılması ve geliştirilmesi için Çerkes mutfağı ile ilgili TV programlarının yapılmasının en etkili faktör olacağını ifade etmişlerdir. Sivil toplum kuruluşların temsilcilerinin gastronomi turizminin geliştirilmesinde en önemli buldukları faktörler aşağıda sıralanmaktadır;

(1) Çerkes mutfağı ile ilgili TV programlarının çekilmesi (%9,7),

(2) Ulusal ve Uluslararası fuarlara katılarak tanıtım yapılması (%7,7),

(3) Çerkes mutfağı ile ilgili belgesel filmlerin çekilmesi ve yayınlanması (%7,7),

(4) Yemek günleri, festivaller vb.organizasyonların düzenlenmesi (%7,7).

Kamu kuruluşları temsilcileri, Çerkes mutfağının gastronomi turizmi çerçevesinde tanıtılması ve geliştirilmesi için Çerkes mutfağı ile ilgili projeler hazırlamanın etkili olacağı görüşündedirler. Kamu kuruluşları temsilcileri gastronomi turizminin geliştirilmesinde en önemli buldukları faktörler aşağıda sıralanmaktadır;

(1) Çerkes mutfağı ile ilgili projeler hazırlamak (%4,8),

(2) Çerkes mutfağı ile ilgili TV programlarının çekilmesi (%4,8),

(3) Çerkes mutfağı ile ilgili belgesel filmlerin çekilmesi ve yayınlanması (%4,8),

(4) Yemek günleri, festivaller vb. organizasyonların düzenlenmesi (%4,8).

Yerel halktan vatandaşlar ise Çerkes mutfağının gastronomi turizmi çerçevesinde tanıtılması ve geliştirilmesi için Çerkes mutfağı ile ilgili TV programlarının çekilmesinin etkili olacağını ifade etmişlerdir. Yerel halktan vatandaşların gastronomi turizminin geliştirilmesinde en önemli buldukları faktörler aşağıda sıralanmaktadır;

(1) Çerkes mutfağı ile ilgili TV programlarının çekilmesi (%20,3),

(2) Çerkes mutfağı ile ilgili belgesel filmlerin çekilmesi ve yayınlanması (%20,3),

(3) Yemek günleri, festivaller vb. organizasyonların düzenlenmesi (%18,4),

(4) Ulusal ve uluslar arası fuarlara katılarak Çerkes mutfağıyla ilgili tanıtım yapılması (%16,5).

SONUÇ ve ÖNERİLER

Değişen tüketici tercihleri ve turistlerin giderek artan oranda eğitsel ve tecrübe elde edebilecekleri turizm deneyimlerine yönelmeleri turistik ürünlerin ve turizm türlerinin çeşitlendirilmesini zorunlu kılmaktadır. Turizmi bir gelir kaynağı olarak gören ülkeler turizmden azami ölçüde yararlanmaya çalışmakta, sahip oldukları turizm potansiyelini yeni turistik ürünler üretmek amacıyla kullanmaktadır. Böylece tüm dünyada ve ülkemizde sayıları giderek artan türde pek çok turizm çeşidi ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda son yıllarda kültür turizmi, inanç turizmi, eko turizm, gastronomi turizmi gibi turizm türleri gittikçe önem kazanmaktadır.

Zengin ve benzersiz mutfak kültürüne sahip ülkeler, yerel mutfaklarını kullanarak gastronomi turizminin geliştirilmesi için çaba harcamaktadır. Böylece bir yandan farklı turist taleplerini karşılamaya yönelik ürünler üretip turizm gelirlerini arttırmaya çalışırken, diğer yandan sahip olunan eşsiz mutfak kültürü taklit edilemez olduğundan bu durum ülkeler için önemli rekabet avantajı yaratmaktadır.

Ülkemizdeki zengin mutfak kültürünün bir parçası olan Çerkes mutfağı, Romalılar, Moğollar, Osmanlılar ve Rusların etkisiyle çeşitlenerek dünyanın sayılı mutfakları arasında yerini almıştır. Kafkasya'yı ziyaret eden ünlü seyyahlardan elde edilen bilgilere göre geçmişte bir sofrada 100'ü aşkın yemek çeşidine sahip olan mutfak günümüzde de zenginliğini ve çeşitliliğini sürdürmektedir (Aslan ve diğerleri, 2005).

Geleneksel yemek kültürünü hala koruyan Çerkeslerin mutfak kültürünü belirleyen en önemli etken, Kafkas coğrafyasının sert, soğuk ve zorlu koşullarıdır. Bu nedenle yemek kültürü, ağırlıklı olarak temel malzemeler ve temel teknikler üzerine kurgulanmıştır. Çerkes mutfağı temelde tarımsal ve hayvansal ürünlere dayanmaktadır. En çok tüketilen yiyecekler, et ve et ürünleri olup ağırlıklı olarak dana ve kuzu eti tüketimi yaygındır. Ayrıca av ve kümes hayvanları da mutfakta önemli bir yere sahiptir. Çerkes tavuğu Çerkeslerin en bilinen et yemeğidir. Soğuk ya da sıcak olarak hazırlanan etin pişirilmesinde daha çok haşlama, kurutma, fırında pişirme yöntemleri kullanılmaktadır. Kafkasya'nın coğrafi koşullarının etkisi etin kurutulması ve tütsülenmesi yoluyla dayanıklılığının arttırılması ve saklanmasına

neden olmuştur. Başlıca et ürünleri; haşlanmış söğüş et, kurutulmuş et, Çerkes sucuğu, Çerkes salamı, Çerkes kavurması vb ürünlerdir.

Etli yiyecekler, darı veya mısırdan yapılmış P'aste ile tüketilir. Tahıl ürünleri ile yapılan yemekler tahılın un haline getirilmesi ile hazırlanır. Mısır ununda yapılan abhazlarda ‘abısta’ adigelerde ise ‘mamursa’ olarak adlandırılan lapa ekmek yerine tüketilmektedir. Hamur işlerinde Abhazlarda ‘haluj ve ‘açac’, Adigelerde ise ‘haluj’, psihaluj, şelame, gubate, halıvone, en fazla bilinen hamur işi yemekleridir.

Sütün Çerkes mutfağında kullanımı yaygın olup ağırlıklı olarak peynir yapımında kullanılmaktadır. Çerkes mutfağında Abhaz örgü peyniri ve Adige peyniri en bilinen süt ürünleridir.

Çerkesler salça yerine acı kırmızı biberden yapılan Acıka kullanmaktadırlar. Bu ürün ayrıca içine ceviz eklenerek kahvaltıda da tüketilmektedir.

Günümüzde Çerkes yemeği yapan restoranlarda Haluj, Çerkes tavuğu, Abısta (Mamırsa), Acıka, Çerkes peyniri gibi Çerkes yiyeceklerini bulmak mümkündür. Ayrıca Acıka ve Çerkes peyniri ticari bir ürün olarak internet üzerinden de satılmaktadır.

Türkiye, farklı etnik gruplarıyla, geçmişi çok eskiye dayanan bir ülke olması, zengin Anadolu kültürü, dört kıtaya yayılan Osmanlı İmparatorluğu'ndan aldığı miras sebebiyle zengin bir yemek kültürüne sahiptir ve son yıllarda bu zenginliği gastronomi turizmi kapsamında değerlendirme ve kullanma yönünde çaba harcamaktadır. Deniz-kum-güneş turizminin gelişmiş olduğu sahil bölgeleri dışındaki bölgelerin de turizm endüstrisinden yararlanması böylece turizmin dört mevsime ve tüm bölgelere yayılan bir faaliyet olarak yerel kalkınmaya katkı sağlaması amaçlanmaktadır. Bu bağlamda Türkiye’de yaşayan ve kültürlerini hala devam ettiren etnik grupların gastronomi turizmi kapsamında turistik potansiyelinin ortaya çıkarılması, bu mutfak kültürlerinin tanıtılması ve gastronomi turizmi kapsamında kullanılması hem bölgesel hem de ulusal bazda turizmin gelişmesine katkı sağlayacak ve bölgesel kalkınmanın sağlanmasında yararlı olacaktır.

Turizm sektöründe yaşanan bu değişimler ve turistlerin farklılaşan talepleri dikkate alındığında; bu çalışmanın amacı; geleneksel yeme-içme kültürlerini hala sürdüren Çerkeslerin mutfaklarının gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilerek geliştirilmesi ve tanıtılmasıdır. Bu amaç doğrultusunda Düzce ve Sakarya illerinde faaliyet gösteren ve Çerkes yemekleri yapan restoranlar ile aynı illerdeki turizm paydaşlarından elde edilen görüşler doğrultusunda öneriler sunmaktır. Bu amaçla restoran işletmeleri ve turizm paydaşlarından oluşan 103 katılımcı ile bir anket formu kullanılarak görüşmeler yapılmıştır.

Çerkes mutfağı özgün ve lezzetli bir mutfak olmasına ve Çerkeslerin ağırlıklı olarak yaşadığı bölgelerdeki restoranlarda bu yemekler ticari olarak sunulmasına rağmen Çerkes mutfağı pek çok kişi tarafından yeterince tanınmamaktadır. Bu çalışma, bir yandan Çerkes mutfağının özgünlüğüne, eşsizliğine ve turistik açıdan kullanılabilirliğine dikkat çekmeye çalışmakta, diğer yandan bu mutfaktan gastronomi turizmi geliştirme amaçlı olarak yararlanılabilmesi için yapılması gereken faaliyetler, konunun paydaşlarından elde edilen görüşler doğrultusunda sunulmaktadır.

Araştırmaya katılan 103 katılımcının önerileri dikkate alındığında Çerkes mutfağının gastronomi turizmi açısından değerlendirilebilmesi için öncelikle geniş kitlelere duyurulması gerekmektedir (Bkz. Şekil 5). Bunun en iyi yolu ise bu bağlamda medya kanallarını kullanmaktır. Bu amaçla çekilebilecek TV programlarında yer almak, Çerkes mutfağı ile ilgili belgesellere konu olmak en etkili tanıtım yöntemleridir. Ayrıca çeşitli sosyal medya kanalları da bu amaçla kullanılabilir. Bu bağlamda en önemli görevler yerel yönetimlere düşmektedir. Yerel yönetimler ilgili basın-yayın kuruluşları ile iletişim sağlayarak bu kurumları bölgelerine davet edebilirler. Bunun yanısıra Çerkes mutfağının ve gastronomi turizmi açısından Çerkes yemeklerinin bilinirliğini sağlamanın en iyi yollarından biri de yemek ve gastronomi ile ilgili etkinliklerin ve yemek festivallerinin düzenlenmesidir. Benzer biçimde yerel yönetimler (belediyeler, valilikler, yerel turizm örgütleri) ve sivil toplum örgütleri (Çerkes kültürü ve mutfak üzerine çalışmalar yapan dernekler) bu konuda çaba göstermelidir. Ayrıca Çerkes mutfağı ile ilgili hazırlanacak ve yaygın dağıtımı yapılacak olan tanıtım broşürleri de Çerkes mutfağının gastronomi kapsamındaki tanınırlığını arttıracaktır. Böylece Düzce ve

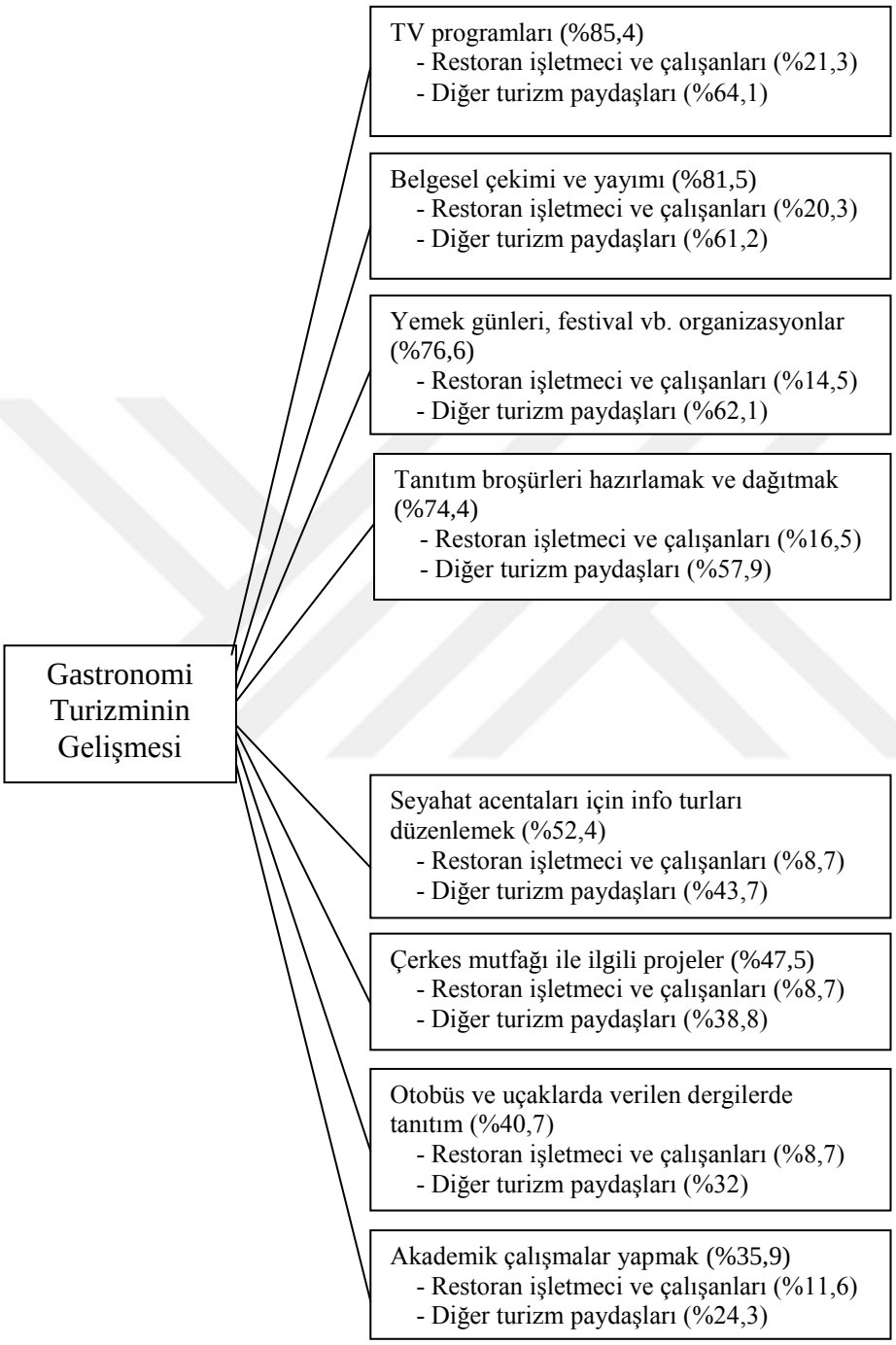
Sakarya illerinde Çerkes yemeklerini tatmak ve Çerkes yemekleriyle ilgili etkinliklere katılmak isteyen turist sayısı artabilir. Bu bölgenin, Ankara-İstanbul metropolleri geçiş güzerganında yer alan iller olması bölgeye turist sayısının artmasında önemli bir ulaşım avantajı sağlamaktadır. Hâlihazırda bu iki il Kültür ve Turizm Bakanlığı 2016 verilerine göre 295170 turist (Sakarya, 208016, Düzce 87154 kişi) ağırlamakta olup toplamda 5348 yatağa (Sakarya 3402, Düzce 1946 yatak) sahiptir.

Restoranlar açısından değerlendirildiğinde, Çerkes mutfağı ile ilgili televizyon programları çekilmesi ve belgesel çekimi yapılması ve yayınlanması Çerkes mutfak kültürünün tanıtımında en etkili olan faktörlerdir. Bunun yanında, restoran işletmeleri verdikleri kaliteli hizmet, sundukları lezzetli yemekler ile müşterilerden olumlu geri dönüş alabilir ve bu şekilde ağızdan ağza reklam yapılması tanıtım açısından oldukça yararlı olabilir. Çerkes mutfağının bilinirliğini sağlamak için sosyal paylaşım sitelerinde Çerkes mutfağı ürünlerinin paylaşılması, çeşitli etkinlikler düzenlenmesi gibi yöntemler hâlihazırda restoran işletmeleri tarafından etkin şekilde kullanılmaktadır.

Diğer turizm paydaşlarının görüşleri incelendiğinde; Çerkes mutfağı ile ilgili TV programlarının çekilmesi, Çerkes yemekleri ile ilgili çeşitli etkinlik ve festivallerin düzenlenmesi, belgesel filmlerin çekilmesi ve yayınlanması, tanıtım broşürleri hazırlanarak tüm paydaşlara dağıtılması ve konaklama işletmelerinde odalara konulması gibi faaliyetlerin Çerkes mutfağının gastronomi turizmi kapsamında geliştirilmesinde yararlı olacağı görülmektedir. Ayrıca, otel restoranlarının belli aralıklarla Çerkes yemekleri yapması, bölgeye gelen turistlere verilmek üzere kitapçıkların hazırlanması ve otel lobilerine konulması bölge turizminin ve Çerkes mutfak kültürünün gelişmesine katkı sağlayacaktır.

Bölgenin tanıtım ve pazarlanmasını sağlayan seyahat acentaları için yemek tattırmak ve info turu yapmak yararlı olabilir. Çerkes yemeği sunan restoranlar ile ortak olarak haftada ya da iki haftada bir Çerkes yemekleri günü düzenlenebilir. Bu etkinlikler seyahat acentaları tarafından organize edilebilir. İşletmelere ait web sitelerinde ve/veya bloglarda Çerkes yemekleri ile ilgili paylaşımlar yapılabilir.

Şekil 5: Çerkes Mutfağının Gastronomi Turizmi Bağlamında Geliştirilmesine Yönelik Yapılabilecek Faaliyetlere İlişkin Katılımcı Görüşleri



Sivil toplum kuruluşları temsilcileri perspektifinden değerlendirildiğinde, bölgede yayın yapan yerel televizyon kanalları ve radyolarda reklam yapılması, turizm işletmeleri için broşür basılarak dağıtılması ve şehir merkezlerinde bulunan reklam panolarına ve toplu taşıma araçlarının üzerine reklam verilmesi v.b. (giydirme reklamlar) çalışmalar gastronomi turizminin gelişmesinde yararlı olabilir.

Bölgede bulunan yerel yönetimler, ürettikleri politikalar ve yaptıkları planlamalar ile gastronomi turziminin gelişmesine yön vererek, gastronomi turizminin gelişmesi için gerekli altyapıyı sağlayarak, konunun tarafları arasında koordinasyonu güçlendirerek ve önderlik ederek gastronomi turizminin gelişmesine yardımcı olabilmektedirler. Bölgenin eğitim kurumları olan üniversiteler tarafından konferans gibi çeşitli etkinliklerin düzenlenmesi ve halkın bilgilendirilmesi, Çerkes mutfağıyla ilgili akademik altyapı oluşturularak ders kitapları içerisinde yer verilmesi, üniversite öğrencilerine yönelik olarak düzenlenen bahar şenliklerinde Çerkes yemeklerinden oluşan stantların açılması gastronomi turizminin gelişmesine ve Çerkes mutfağının bilinirliğinin arttırılmasında etkildir. Benzer biçimdr il kültür ve turizm müdürlüklerinin resmi web sitelerine Çerkes mutfağıyla ilgili bilgilerin eklenmesi bu alanda yapılabilecek diğer çalışmalardır.

Çerkes kültürünün devamlılığını sağlayan yerel halk perspektifinden ise Düzce ve Sakarya'nın İstanbul-Ankara otoyolu üzerinde bulunması nedeniyle yol güzergâhında tanıtıcı reklam panolarının konulması ve il ve ilçe belediyelerinin Çerkes yiyecekleri üreten kişilerin ürünlerini pazarlayabileceği alanlar oluşturularak burada açılan standlarda kişilerin satış yapabilmelerine imkân sağlanması önem taşımaktadır.

Bu araştırmadan ve ilgili literatürdeki kaynak kişilerden elde edilen veriler ışığında gastronomi turizminin gelişmesine ve Çerkes mutfağının tanıtılmasına yönelik olarak aşağıdaki önerilerde bulunulabilir;

- Yörede yaşayan Çerkes halkı teşvik edilerek Çerkes yemekleri yapan restoran sayısı ve hâlihazırdaki restoranların hizmet kalitesi ile menülerindeki Çerkes yemeği sayısı arttırılmalıdır,

- Kamu kuruluşları ve sivil toplum örgütleri destekli projeler üretilerek geleneksel kültürü yansıtan ürünlerin devamlılığı sağlanmalıdır,
- Küçük ölçekli işletmelere düşük faizli, uzun vadeli kredi imkânı sağlanmalıdır,
- Restoran menülerinde yer alan Çerkes yemeklerinin sayısı arttırılarak sunum daha geleneksel biçimde yapılmalıdır,
- Kültür turları organize eden seyahat acenteleri ile iletişim kurularak bölgede gastronomi turizminin gelişmesini sağlayıcı tur programları düzenlenmelidir,
- Ülkemizde gastronomi turizmi ile ön plana çıkan Gaziantep ve Hatay illeri ziyaret edilmeli, bu şehirlerin tecrübelerinden yararlanılarak bu alandaki uzmanların da katkısı ile bir yol haritası çıkarılmalıdır,
- Bölgede turizm master planı oluşturulmalı, bu planda gastronomi turizminin gelişmesine yer verilmeli, bu alanda stratejiler üretilmelidir.
- Çerkes yemeklerinin marka değerlerini arttırmaya yönelik çalışmalar yapılmalıdır,
- Projeler üretilerek Avrupa Birliği fonlarından ve Kalkınma Ajanslarından destek alınmalıdır,
- Çerkes yemekleri için coğrafi işaret alınmalıdır. Özellikle isli peynir ve acıka için coğrafi işaret alınarak bu ürünlerin üretiminde gelenekselliğin korunması ve ürünlerin sürdürülebilirliği sağlanabilir,
- Çerkes kabağı, Çerkes peyniri vb. ürün temalı yöresel festivaller düzenlenmelidir.
- Bölgenin çekiciliğini arttırmak için bölgede bulunan deniz turizmi (Akçakoca, Karasu) ekoturizm (Dadalı köyü, Acarlar longozu), yayla turizmi (Topuk yaylası, Kardüz yaylası), kültür turizmi (tarihi Taraklı evleri, Konuralp antik kenti), akarsu turizmi (Melen rafting alanı) spor turizmi (Sapanca gölü) vb. birçok turizm çeşidi entegre edilerek birlikte pazarlanmalıdır.

Elde edilen sonuçlar ışığında bu çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı ve gelecekte yapılabilecek çalışmalara kaynak oluşturabileceği düşünülmektedir. Benzer çalışmalar bu bölgelerde yaşayan Gürcü, Arnavut, Boşnak, Laz gibi etnik gruplar dikkate alınarak da yapılabilir. Adı geçen etnik grupların mutfak kültürlerinin ön plana çıkarılması ve gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi turizmin çeşitlenmesine ve bölgede turizm endüstrisinin gelişmesine katkı sağlayacaktır. Çerkes mutfağı ile ilgili bir temel oluşturan bu çalışma araştırmacıların gelecekte yapacağı çalışmalar ile geliştirebilir. Bu bağlamda ziyaretçi odaklı araştırmalar yapılarak gastro turistlerin özellikleri ortaya konulabilir. Ayrıca yemek kültürünün unutulmaması ve sürdürülebilirliğini sağlamak için Çerkes yemeklerinin standart reçetelerinin çıkarılması, bu konuda yayınların yapılması yararlı olacaktır.

KAYNAKÇA

Avrupa Birliği (2014) Flash Eurobarometer 392 Preferences of Europeans towards Tourism Report, http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/flash/fl_392_en.pdf (Erişim Tarihi: 17 Temmuz 2017).

Akay, T. (2009) Kafkasya'dan Uzunyayla Havalisine Göçler ve İskân (1859-1876), Kayseri: Yüksek Lisans Tezi.

Akdağ, G., Sezen Kılıç, M. ve Ercan, S. (2014) "Gastronomi Turizmi Açısından Coğrafi işaretlerin Önemi: Doğu Akdeniz Sınırları İçerisinde Bulunan Coğrafi İşaretli Ürünler," *3. Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu,* Mersin: 169-175.

Akdağ, G., Akgündüz, Y., Güler, O. ve Benli, S. (2015) "Bir Seyahat Motivasyon Aracı Olarak Gastronomi: Hatay'ı Ziyaret Eden Yerli Turistlerin Seyahat Motivasyonları, Yiyecek-İçecek Deneyimleri ve Seyahat Memnuniyetleri Üzerine Bir Araştırma," *1. Eurisia International Tourism Congress: Current Issues, Trends and Indicators,* Konya: 448-464.

Akgöl, Y. (2012) Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi, Mersin: Yüksek Lisans Tezi.

Aktaş, A. (2008) *Sakarya'nın Yemek Kültürü,* İstanbul: Melissa Yayıncılık.

Altın, G. ve Gümüş, M. (2011) Çerkeslerde Kaşenlik Âdeti Üzerine sosyolojik Bir İnceleme: Eskişehir Örneklemi, Bursa: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu.

Altınel, H. (2009) Gastronomide Menü Yönetimi, İstanbul: Yüksek Lisans Tezi.

Aslan, C. (2006). "Bir Soykırımın Adı 1864 Çerkes Sürgünü,"*Uluslararası Suçlar ve Tarih Dergisi,* (1).

Aslan, C., Devrim, C., Huvaj, F., Papşu, M., Karaerkek, N., Özbay, Ö., Berzeg, S. E. ve Dağıstanlı, S. S. (2005) *Biz Çerkesler*, Ankara: Nart Dergisi Yayınları.

Aslan, C. (2009) "Türk-Rus-Gürcü ilişkilerinin Merkezindeki Ülke: Abhazya," *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E- Dergisi,* (16).

Atlas Dergisi (2004). Abazalar Kafkasya'daki Canlar Ülkesi Anadolu'daki Abhazya, Sayı: 132, İstanbul: Doğan Burda Rizzoli Dergi Yayıncılık.

Atlas Dergisi (2013). Kafkasya Çerkes Sürgünü 150. Yıl, Sayı: 246, İstanbul: Doğan Burda Rizzoli Dergi Yayıncılık.

Aydın, E. (2015) Gastronomi Turizminin Şehir Markalaşmasına Etkisi: Afyonkarahisar İli Örneği, Afyonkarahisar: Yüksek Lisans Tezi.

Basilico, S. (2015) "The Slow Food challenge: Italian glocalism as a response to globalization," *The Politics of Global Change*, Newcastle Universty.

Baysal A. ve Küçükaslan N. (2003) *Beslenme İlkeleri ve Menü Planlaması,* Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.

Berkok, N. ve Toygar, K. (1994) *Kuzey Kafkas Mutfak Kültürü ve Yemekleri,* Ankara: Volkan Matbaacılık.

Birdir, K. ve Akgöl, Y. (2015) "Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi," *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi,* 3, (29), 57-68.

Boran Art S. (2017) *Çerkes Kızından Tarifler,* İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

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

Bucak, T. ve Ateş, U. (2014) "Gastronomi Turizminin İl Turizmine Etkisi: Çanakkale Örneği," *The Journal of Academic Social Science Studies,* (2), 315-328.

Can, A, Sünnetçioğlu, S. ve Durlu-Özkaya F. (2012) "Füzyon Mutfağı Uygulamalarının Gastronomi Turizminin Gelişimine Etkisi," *13. Ulusal Turizm Kongresi,* Antalya: 873-882.

Ceyhan, D. (2008) Türkiye'de Kültürel Çeşitlilik Olarak Alt Kültürler: Çerkez ve Manav Alt Kültürleri Arasında Mukayeseli Bir Çalışma, Ankara: Yüksek Lisans Tezi.

Cömert, M. ve Durlu Özkaya, F. (2014) "Gastronomi Turizminde Türk Mutfağının Önemi," *Journal of Tourism and Gastronomy Studies,* 2/2, 62-66.

Çağlı, I. B. (2012) Türkiye'de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği, İstanbul: Yüksek Lisans Tezi.

Çam Y. (2002) "Kafkasya'dan Türkiye'ye Göçler ve Kocaeli Yöresine İskânlar,"*İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi,* (1), 265-282.

Çevik, S. ve Saçılık, M. Y. (2011) "Destinasyonun Rekabet Avantajı Elde Etmesinde Gastronomi Turizminin Rolü: Erdek Örneği," *12.Ulusal Turizm Kongresi,* Düzce: 503-515.

Damlapınar, M. (2009) Konya'nın Ilgın İlçesinde Bulgaristan'dan Göçen Orhaniye Köyü İle Kafkasya'dan Göçen İhsaniye Köyünün Sosyo Kültürel ve Dini Hayat Açısından Karşılaştırılması, Konya: Yüksek Lisans Tezi.

Değirmenci, H. (2011) Çerkes Toplumunda Evlilik Pratikleri: Uzunyayla Örneği, Kayseri: Yüksek lisans Tezi.

Deveci, B., Türkmen, S. ve Avcıkurt, C. (2013) "Kırsal Turizm İle Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği," *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi,* 3 (2), 29-34.

Dilsiz, B. (2010) Türkiye'de Gastronomi ve Turizm, İstanbul: Yüksek Lisans Tezi.

Devlet Planlama Teşkilatı (1996) *Dünya Turizminde Gelişmeler ve Beklentiler,* Ankara.

Duman, A. (2015) Diaspora Milliyetçiliği ve Türkiye'de Çerkesler, İstanbul: Yüksek Lisans Tezi.

Durlu Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S. ve Can, A. (2013) "Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Rolü," *Journal of Tourism and Gastronomy Studies,* 1/1, 13-20.

Dünya Turizm Örgütü (2017) UNWTO Tourism Highlights 2016 Edition http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145 (Erişim Tarihi: 17 Temmuz 2017).

Düzenli, T. (2006) Adapazarı ve Civarında Çerkes Muhacirlerin İskânı ve Uyum Problemleri, Sakarya: Yüksek Lisans Tezi.

Eser, M. (1993) Uzunyayla Bölgesinde Yaşayan Çerkes Köylerinde Sosyo-Kültürel Değişme, Sivas: Yüksek Lisans Tezi.

Garba Bako A. (2016) Alternatif Turizm Kapsamında Şarap Turizmi: Kula'yı Ziyaret Eden Şarap Turistlerine Yönelik Bir İnceleme, Mersin: Yüksek Lisans Tezi.

Gide, F. (2011) 1911-1914 Yılları Arasında İstanbul'da Yayınlanan Ğuaze (Rehber) Gazetesi Işığında Osmanlı Devleti'nde Yaşayan Çerkeslerin Siyasi ve Sosyo-Kültürel Faaliyetleri, Nevşehir: Yüksek Lisans Tezi.

Gökdeniz, A., Erdem, B., Dinç, Y. ve Çelik Uğuz, S. (2015) "Gastronomi Turizmi: Ayvalık'ta Yerli Turistler Üzerine Görgül Bir Araştırma," *Journal of Tourism and Gastronomy Studies,* 3/1, 14-29.

Göynüşen, S. E. (2011) Edirne'deki Gastronomik Kültürün Kentin Pazarlama ve Markalaşmasına Etkileri, Edirne: Yüksek Lisans Tezi.

Güzel, B. ve Apaydın, M. (2016) Gastronomy Tourism, Motivations and Destinations, Global Issues and Tends in Tourism, Chapter 30, 394-404.

Güzel, G. (2009) "Gastronomi ve inovasyon," [URL: www.acikarsiv.atilim.edu.tr/ browse/ 25/ goncaguzel.pdf] (Erişim 21 Haziran 2016).

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

Hacısalihoğlu, M. (Ed.), (2013) *1864 Kafkas Techiri Kafkasya'da Rus Kolonizasyonu, Savaş ve Sürgün,* İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Basım ve Yayın Merkezi.

Hall, M. C., Sharples, L., Mitchell R., Macionis N. and Cambourne B. (Ed.), (2003) *Food Tourism Around the World Development, Management and Markets,* Oxford: Butterworth-Heinemann An imprint of Elsevier.

Hatipoğlu, A. (2010) İnançların Gastronomi Üzerine Etkileri: Bodrum'daki Beş Yıldızlı Otellerin Mutfak Yöneticilerinin Görüşlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, Sakarya: Yüksek Lisans Tezi.

Hatipoğlu, A. (2014) Osmanlı Saray Mutfağı'nın Gastronomi Turizmi Çerçevesinde İncelenmesi, Sakarya: Doktora Tezi.

İstanbullu Dinçer, F., Uğurlu, K. ve Çakmak, T. F. (2014) "Ekoturizm ve Gastronomi Turizminin Destinasyon Pazarlamasına Etkisi: Çorum Örneği," *Eko-Gastronomi Dergisi,* (1), 19-35.

Jaimoukha, M., A. (2009) *Circassian Bibliography & Library,* Sanjalay Book Press.

Kafkas Dernekleri Federasyonu (2016) http://www.kaffed.org/Erişim Tarihi: 20 Mayıs 2016.

Kafkasya Raporu (2013) Kafkasya'daki Rus İşgali ve Kafkasya'nın Siyasi-Sosyal Durumu Hakkında Rapor, www.İmkander.org.tr, İstanbul.

Karataş, Ö. (2013) "19. Yüzyılın İkinci Yarısında Osmanlı Devleti'nde İskân Olunan Çerkes Toplumunda Sosyal Sınıflaşma ve Kölelik,"*Cbü Sosyal Bilimler Dergisi,* 11, (1).

Karataş, Ö. (2014) "Kafkas Göçünün Mağdurları,"*Karadeniz Araştırmaları Dergisi,* (42), 121-130.

Kaşlı, M., Cankül, D., Köz, E. N., Ekici, A. (2015) "Gastronomik Miras ve Sürdürülebilirlik: Eskişehir Örneği," *Eko-Gastronomi Dergisi,* (2), 27-46.

Kaya, A. (2012) "Türk Siyasetinde Farklılığa Saygının Önündeki Engeller: Çerkesler," *Accept Pluralism,* (6).

Kemaloğlu, M. (2012) "Kafkasya Tarihi Geçmişi Etnik Dini Yapısı ve Terekeme (Karapapah) Türkleri,"*Akademik Bakış Dergisi,* (32).

Kesici, M. (2012) "Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek İçecek Kültürünün Rolü," *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi,* 14, (23), 33-37.

Kılıç, N. (2010) Türk Mutfağının Ege-Akdeniz Karakterinin Kültürel ve Turistik Açıdan İncelenmesi: Ayvalık Örneği, Ankara: Uzmanlık Tezi.

Kılıçhan, R. ve Birdir, K. (2014) "Lezzetin Peşinde Şarap Turizmi: Kapadokya'nın Eko-Gastronomik Potansiyeli," *Eko-Gastronomi Dergisi,* (1), 103-122.

Köse, B. ve Odabaş, F. (2005) "Bağcılıkta Organik Tarım," *OMÜ Ziraat Fakültesi Dergisi,* 20 (3), 96-104.

Kushabiev A. V. (2012) "Suriye'deki Çatışmalar ve Çerkes Diasporası,"*Ortadoğu Analiz Dergisi,* 4, (48).

Kut, E. (2012) "Kültür Köy Turizm Projesi İle Sürdürülebilir Kırsal Turizm Kalkınmasının Sağlanması, Gökçe Çerkez Kültür Köyü Politika Önerileri," *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi,* 3, (1), 33-41.

Kültür ve Turizm Bakanlığı (2016). http://aregem.kulturturizm.gov.tr/TR,13070/turizmi-gelistirme-calismalari.html Erişim Tarihi (14 Ekim 2016).

Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007) Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013, Ankara.

Mak, A. H. N., Lumbers, M., Eves, A. (2011)"Globalisation and food consumption in tourism,"*Annals of Tourism Research,* 39, (1), 171-196.

Merdan, K. (2014) Türkiye'de Organik Tarımın Ekonomik Analizi: Doğu Karadeniz Uygulaması, Erzurum: Doktora Tezi.

NTV Tarih (2013). Kafkasya ve Kırım Göçleri Ölüme Sürülenler, Sayı: 49, İstanbul: Doğuş Yayın Grubu.

Ortadoğu Stratejik Araştırmalar Merkezi (ORSAM) Raporu. (2012). Suriye Çerkesleri Ortadoğu Stratejik Araştırmalar Merkezi, Rapor No: 130.

Pajo, A. ve Uğurlu, K. (2015) "Cittaslow Kentleri İçin Slow Food Çalışmalarının Önemi," *Electronic Journal of Vocational Colleges*,5, (6), 65-73.

Papşu, M. (2006)"Çerkes-Adiğe Yazısının Tarihçesi,"*Nart, İki Aylık Düşün ve Kültür Dergisi*, (51).

Pratt, M. (2011) "Profiling wine tourists, more than just demographics", 6th AWBR International Conference, 9–10 Haziran 2011, Bordeaux, Fransa

Redl, S. (2013) Culinary Tourism for Young Adult Travellers and its connection to Destination Management, Vienna: Lisans Tezi.

Sarıışık, M. ve Özbay G. "Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Literatür İncelemesi," *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi,* 26, (2), 264-278.

Sirşe J. (2014) "Gastronomic Cities: City Strategy On Gastronomy As A Tool For Tourism And Employment Development," Baseline Study.

Tavkul, U. (2007) "Adiğe (Çerkes) Dilinde Bulgar Türkçesi Alıntı Sözcükler Üzerine,"*Modern Türklük Araştırmaları Dergisi,* 4, (2), 104-115.

Tellström, R., Gustafasson, I. B. ve Mossberg, L. (2006). "Consuming Heritage: The Use of Local Food Culture in Branding," *Place Branding & Public Diplomacy*, 2 (2), 130–143.

Trakya Bağ Rotası (2014) http://www.trakyabagrotasi.com/#about, (Erişim Tarihi: 03 Eylül 2015).

Transforming the Way the World Travels (2016) The Case for Responsible Travel: Trends & Statistics 2016.

Tuna, R. (2014) *Adige Xabze Adige Etiği ve Etiketi*, İstanbul: As Yayıncılık.

Türker, N. (2011) Şarap Turizmi ve Anadolu Şarap Rotası, Proje Raporu, TUBITAK, Ankara.

Türktarım Dergisi (2012) Sürdürülebilir Kalkınma İçin Kırsal Turizm, Sayı: 206, Ankara: Gıda Tarım Hayvancılık Bakanlığı Dergisi.

TÜRSAB (2014) Gastronomi Turizmi Raporu, http://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmi-raporu_12302_3531549.pdf, Erişim Tarihi (20 Mayıs 2016).

Uluslararası Gastronomi Turizmi Derneği Raporu (2007) https://www.google.com.tr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiO Erişim Tarihi (08 Temmuz 2017).

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

World Tourism Organization, (2012) Global Report on Food Tourism: Madrid.

Yaşin, M. (2016). http://www.hurriyet.com.tr/turkiyenin-gastronomi-baskenti-neresi-40063697. Erişim Tarihi (12 Eylül 2016).

Yel, S. ve Gündüz, A. (2008) "19. Yüzyılda Çarlık Rusyası'nın Çerkesleri Sürgün Etmesi ve Uzunyaylaya Yerleştirilmeleri (1860-1865),"*International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic,* 3/4.

Yılmaz, K. (2017) *Çerkes Mutfak Kültürü Yemek Gelenek ve Görenekleri,* İstanbul: Tunç Yayıncılık.

Yolkolu Öksüz, A. (2016) *Hüzün Aş Olunca Geleneksel Çerkes Mutfağı*, İstanbul: Yediveren Yayınları.

Yurtseven, R. H. (2014) "Eko-Gastronomi Dergisi: Gastronomi Bilimine Yeni Bir Bakış," *Eko-Gastronomi Dergisi*, (1), 1.

Yurtseven, R. H. ve Kaya, O. (2010) "Eko-Gastronomi ve Sürdürülebilirlik," *11. Ulusal Turizm Kongresi*, Kuşadası: 57-65.

Yüksel, H. (2011) Bir Etnik Grubun Hayatta Kalma Süreğenliğini Sağlama ve Kültürel Aktarım Pratikleri: 20. Yüzyılda Uzunyayla Çerkesleri Örneği, Kayseri: Yüksek Lisans Tezi.

Yüncü, R. H. (2010) "Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası," *10. Aybastı-Kabataş Kurultayı,* Ankara: 27-34.

İnternet Kaynakları

http://www.hurriyet.com.tr/fuzyon-mutfagi-nedir-bize-ne-kadar-uyar-326530 (Erişim Tarihi: 15 Nisan 2016).

http://cerkesarastirmalari.org/cerkesler (Erişim Tarihi: 13 Mart 2015).

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5993141d4cafc3.27988417 (Erişim Tarihi: 09 Kasım 2016).

http://lezzetler.com/cerkez-yemekleri-vf104 (Erişim Tarihi: 03 Ekim 2016).

http://www.circassiancenter.com/cc-turkiye/yemek/02-mutfakkulturu.htm (Erişim Tarihi: 22 Ağustos 2016).

https://www.slowfood.com/on-the-trail-of-eco-gastronomy/ (Erişim Tarihi: 17 Haziran 2016).

https://tr.wikipedia.org/wiki/Gastronomi (Erişim Tarihi: 10 Mart 2015).

http://en.unesco.org/creative-cities/events/47-cities-join-unesco-creative-cities network (Erişim Tarihi: 20 Haziran 2017).

http://www.coastlearn.org/tourism/introduction.html (Erişim Tarihi: 17 Temmuz 2017).

http://www.corumkulturturizm.gov.tr/ Erişim Tarihi (12 Haziran 2017).

http://www.gaziantepturizm.gov.tr/ (Erişim Tarihi: 14 Haziran 2017).

https://gantep.bel.tr/ (Erişim Tarihi: 15 Haziran 2017).

https://www.atlasdergisi.com/kesfet/gezi/kirklareliden-geliboluya-trakya-bag-rotasi.html (Erişim Tarihi: 24 Haziran 2017).

http://www.onecaribbean.org/content/files/CulinaryCaribbeanNicheMarkets.pdf (Erişim Tarihi: 03 Temmuz 2017).

https://aboutourism.wordpress.com/tag/culinary-tourism/ (Erişim Tarihi: 03 Temmuz 2017).

Kişisel Görüşme Yapılan Kişiler

(Bilgi Öz, kişisel görüşme, Aralık, 2016).

(Elanur Alkış, kişisel görüşme, Nisan 2016).

(Hacer Aksu, kişisel görüşme, Nisan 2017).

(Hanife Ertuğrul, kişisel görüşme, Nisan 2017).

(Havva Aksu, kişisel görüşme, Aralık, 2016).

(Nevzat Aksu, kişisel görüşme, Kasım, 2016).

(Nezahat Aksu, kişisel görüşme, Nisan 2016).

(Nuran Kap, kişisel görüşme, Mayıs 2017).

(Nuray Cengiz, kişisel görüşme, Mayıs 2016).

(Nuray Erkan, kişisel görüşme, Ağustos, 2016).

(Meziyet Var, kişisel görüşme, Aralık, 2015).

(Saadet Şen, kişisel görüşme, Eylül, 2016).

(Sevim Cengiz, kişisel görüşme, Mayıs 2016).

(Şennur Aksu, kişisel görüşme, Mart 2016).

(Tülay Özer, kişisel görüşme, Mayıs 2016).

(Zeynep Özer, kişisel görüşme, Mayıs 2017).

EKLER

Ek:1 RESTORANLAR İLE YAPILAN GÖRÜŞMELERDE KULLANILAN SORU FORMU

Bu çalışmada Çerkes mutfağının gastronomi turizmi çerçevesinde tanıtılması ve geliştirilmesi adına restoran işletmecileri ve çalışanlarından görüşler alınmak istenmektedir.

A. Anketi Cevaplayan ile İlgili Kişisel Bilgiler

1.Cinsiyetiniz:

2. Yaşınız:

3. Eğitim durumunuz:

4. Göreviniz:

5. Bu meslekte kaç yıldır çalışıyorsunuz?

6. Bu işletmede kaç yıldır çalışıyorsunuz?

B. İşletme ile İlgili Bilgiler (işletmenin yapısı, menü, kuver sayısı, satış hacmi, işletmenin müşteri profili, sunulan Çerkes yemekleri)

7. İşletmeniz kaç yıldır faaliyettedir?

8. İşletmenizin kapasitesi ne kadardır? Kaç kuverden oluşmaktadır?

9. İşletmenizin hukuki statüsü nasıldır? Şahıs mı yoksa aile işletmesi mi?

10. Müşteri profilinizi genellikle kimler oluşturmaktadır?

11. Misafirlerinizi genellikle nereden gelenler oluşturmaktadır? Şehir içi mi yoksa çevre iller mi?

12. İşletmenizde hangi menü çeşidi uygulanmaktadır? A la carte, Tabl'd hote, Fix menü?

13. Menünüzdeki en popüler/en çok satılan yemek hangisidir?

14. Çerkes mutfağıyla ilgili bilgilerinizi nereden/kimden öğrendiniz?

15. Menünüzde kaç tane Çerkes yemeği bulunmaktadır? Bu yemekler hangileridir?

16. Misafirleriniz işletmenize Çerkes yemeklerini bilerek mi geliyorlar?

17. Misafirleriniz sizce Çerkes yemeklerinizi beğeniyorlar mı?

18. Yemeklerinizin aylık satış hacmi ne kadardır? Kaç porsiyon?

19. Çerkes yemeklerinin sunumunu geleneksel olarak yapabiliyor musunuz?

C. Çerkes Mutfağının Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi

20. Çerkes mutfağının tanıtılması ve gastronomi turizmi çerçevesinde değerlendirilmesi için aşağıdakilerden hangisi/hangileri yapılabilir?

- Ulusal/Uluslar arası fuarlara katılarak stant açmak

-Belgesel çekimi ve yayınlatma

-Tv programları

-Tanıtım broşürleri hazırlamak ve otellere koymak

-Seyahat acenteleri temsilcilerine info turu ve yemek tattırma

-Otobüs ve uçaklardaki dergilerde tanıtım yazısı yayınlatma

-Çerkes mutfağı ile ilgili projeler

-Akademik çalışmalar (kongre bildiri, makale)

-Yemek günleri ve festival organizasyonları (Yerel ve ulusal)

21. Çerkes mutfağının tanıtılması ve gastronomi turizmi çerçevesinde değerlendirilmesi için işletme olarak sizin yapabilecekleriniz nelerdir?

22. Bunların dışında eklemek istediğiniz herhangi bir düşünceniz var mı?

Ek: 2 PAYDAŞLAR İLE YAPILAN GÖRÜŞMELERDE KULLANILAN SORU FORMU

Bu çalışmada Çerkes mutfağının gastronomi turizmi çerçevesinde tanıtılması ve geliştirilmesi adına turizm paydaşlarından görüşler alınmak istenmektedir.

A. Anketi Cevaplayan ile ilgili kişisel bilgiler

1. Cinsiyetiniz:

2. Yaşınız:

3. Eğitim durumunuz:

4. Göreviniz:

5.Kurumunuz:

6.Kaç yıldır bu görevde çalışıyorsunuz?

B. Çerkes Mutfağının Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi

7. Çerkes mutfağının tanıtılması ve gastronomi turizmi çerçevesinde değerlendirilmesi için aşağıdakilerden hangisi/hangileri yapılabilir?

- Ulusal/Uluslar arası fuarlara katılarak stant açmak
-Belgesel çekimi ve yayınlatma
-Tv programları
-Tanıtım broşürleri hazırlamak ve otellere koymak
-Seyahat acenteleri temsilcilerine info turu ve yemek tattırma
-Otobüs ve uçaklardaki dergilerde tanıtım yazısı yayınlatma
-Çerkes mutfağı ile ilgili projeler
-Akademik çalışmalar (kongre bildiri, makale)
-Yemek günleri ve festival organizasyonları (Yerel ve ulusal)

8. Çerkes mutfağının tanıtılması ve gastronomi turizmi çerçevesinde değerlendirilmesi için kurum olarak sizin yapabilecekleriniz nelerdir?

9. Bunların dışında eklemek istediğiniz herhangi bir düşünceniz var mı?

ÖZ

Gastronomi turizmi, yerel yiyecek ve içecekleri tatmak, gastronomi ile ilgili çeşitli festivallere, yemek organizasyonlarına, yemek pişirme aktivitelerine katılmak ve yerel yemek kültürlerini tecrübe etmek amacıyla yapılan seyahatlerdir. Gastronomi turizmi, yerel kültürlerin, toplumların yaşam biçiminin, yemek adaplarının yiyecek ve içecek yoluyla öğrenilmesini sağlar. Zengin mutfak kültürüne sahip olan toplumlar gastronomi turizmi açısından değerlendirilebilecek önemli bir potansiyele sahiptir. Düzce ve Sakarya illeri doğal güzellikleri yanı sıra sahip oldukları köklü tarihsel geçmiş nedeniyle farklı turizm türlerinin geliştirilebileceği önemli turizm potansiyeline sahip şehirlerdir. Çerkes, Laz, Gürcü gibi farklı etnik grupların yaşadığı Düzce ve Sakarya illeri, mutfak kültürü ile de ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamdazengin ve farklı bir mutfak kültürüne sahip Çerkeslerin yaygın olarak yaşadığı bu iller, gastronomi turizminin geliştirilebileceği yüksek potansiyeli olan şehirlerdir.

Bu çalışma, Çerkes mutfağı temel alınarak Düzce ve Sakarya illerinde gastronomi turizminin geliştirilmesi üzerine odaklanmaktadır. Çalışma üç bölümden oluşmuştur. Çalışmanın ilk bölümünde Çerkeslerle ilgili tarihi ve kültürel bilgilere ve Çerkes mutfağına; yemek türleri, yemek gelenekleri, sofra adabı, yemeğin sosyal yaşamdaki yeri gibi bilgilere yer verilmiştir. İkinci bölümde ise gastronomi, gastronomi turizmi kavramları, dünyada ve Türkiye'de gastronomi turizminin gelişimi incelenmiştir. Son bölümde ise Çerkes mutfağının gastronomi turizmi çerçevesinde değerlendirilmesi, turistik bir ürün olarak sunulabilmesi ve tanıtılması için neler yapılması gerektiği ile ilgili ampirik çalışmadan elde edilen bulgular sunulmuştur. Bu kapsamda Çerkes yemekleri sunan restoran işletmeleri ve bölgedeki turizm paydaşları (oteller, seyahat acenteleri, yerel halk, sivil toplum örgütleri, yerel yönetimler) ile yarı yapılandırılmış bir soru formu kullanılarak yüz yüze görüşmeler

yapılmış, elde edilen veriler frekans, yüzde ve çapraz tablolar halinde yorumlanmıştır. Sonuç bölümünde ise çalışmadan elde edilen sonuçlara ve Çerkes mutfağı kapsamında gastronomi turizminin geliştirilebilmesi için önerilere yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Çerkesler, Çerkes mutfağı, Gastronomi Turizmi, Düzce, Sakarya.

ABSTRACT

Gastronomic tourism is a type of tourism including trips in order to taste local food and beverages, to participate in various gastronomic events such as festivals and cooking activities, and to experience local food cultures. Gastronomic tourism enables visitors to learn local cultures, lifestyle of communities, customs through food and beverages. Societies with rich culinary culture have an important potential that can be used in terms of gastronomic tourism.

Düzce and Sakarya provinces have remarkable tourism potential due to their natural beauties and historical assets which various tourism types can be developed. Düzce and Sakarya provinces where ethnical groups such as Circassians, Lazs, Georgians have been lived, become prominent with their rich and unique food and beverage culture. Therefore, these cities where Circassians who have rich and diverse culinary culture have been lived for centuries, have high tourism potential where gastronomic tourism can be developed.

This study focuses on the development of gastronomic tourism in Düzce and Sakarya provinces based on the Circassian cuisine. The study consists of three parts. In the first part, historical and cultural background of the Circassians and Circassian cuisine; types of food, food traditions and customs, the place of food in social life were investigated. In the second part, terms of gastronomy and gastronomic tourism, and the development of gastronomic tourism in Turkey and in the world were examined. In the third part, findings obtained from the empirical study on the evaluation of the Circassian cuisine in the context of gastronomic tourism and development and promotion of gastronomic tourism product were presented. In this context, face-to-face interviews were conducted with restaurant operators offering Circassian food and tourism stakeholders in the region (hotels, travel agencies, local residents, non-governmental organizations, local governments) using a semi-structured questionnaire, the data obtained from the survey were analyzed and

interpreted by using frequency, percentage methods and cross tabulation.In the conclusion section, the results and the recommendations for the development of gastronomic tourism within the scope of Circassian cuisine in Düzce and Sakarya provinces were presented.

Keywords: Circassians, Circassian cuisine, gastronomic tourism, Düzce and Sakarya provinces

ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ

Tezin Adı	Çerkes (Abhaz, Adige) Mutfağının Gastronomi Turizmi Çerçevesinde İncelenmesi
Tezin Yazarı	Selim AKSU
Tezin Danışmanı	Doç. Dr. Nuray TÜRKER
Tezin Derecesi	Yüksek Lisans
Tezin Tarihi	13 Eylül 2017
Tezin Alanı	Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
Tezin Yeri	KBÜSBE - KARABÜK
Tezin Sayfa Sayısı	135
Anahtar Kelimeler	Çerkesler, Çerkes mutfağı, Gastronomi Turizmi, Düzce, Sakarya.

ARCHIVE RECORD INFORMATION

Name of theThesis	Evaluation of Circassian Cuisine in the context of Gastronomic Tourism
Author of theThesis	Selim AKSU
Advisor of theThesis	Assoc. Prof. Nuray TÜRKER
Status of theThesis	Master Thesis
Date of theThesis	September 13, 2017
Field of theThesis	Tourism Management
Place of theThesis	Karabuk University Institute of Social Sciences-KARABÜK
Total PageNumber	135
Keywords	Circassians, Circassian cuisine, gastronomic tourism, Düzce and Sakarya provinces

ÖZGEÇMİŞ

Selim Aksu, 14.02.1987 Bolu doğumludur. Düzce Lisesi'ni (yabancı dil ağırlıklı) bitirdikten sonra başladığı Gaziosmanpaşa Üniversitesi Zile Dinçerler Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Yiyecek ve İçecek İşletmeciliği bölümünden 2013 yılında mezun oldu. 2017 yılında Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı Turizm İşletmeciliği bölümü yüksek lisans programını bitirdi. Lisans eğitimini tamamladıktan sonra çeşitli turizm işletmelerinde çalıştı. 2014 yılından bu yana Kaynaşlı Şehit Sabri Altınbaş Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Yiyecek İçecek Hizmetleri alanında Usta Öğretici olarak görev yapmakta olan Selim Aksu, İngilizce ve Abhazca bilmektedir. Temel ilgi alanları gastronomi, yiyecek içecek hizmetleri ve yöresel mutfaklardır.