

**T.C.  
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI  
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI BİLİM DALI**

**YENİLEBİLİR OTLAR AÇISINDAN GASTRONOMİ  
ROTASININ BELİRLENMESİ VE ENVANTER  
OLUŞTURULMASI: TRB2 KALKINMA BÖLGESİ**

**AYŞEGÜL DAŞDEMİR KIPÇAK**

**DOKTORA TEZİ**

**DANIŞMAN:  
Doç.Dr. AYŞE BÜŞRA MADENCİ**

**KONYA 2025**





**Bilimsel Etik Sayfası**

Öğrencinin	Adı Soyadı	Ayşegül DAŞDEMİR KIPÇAK		
	Numarası	20810201083		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Gastronomi ve Mutfak Sanatları/ Gastronomi ve Mutfak Sanatları		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans		
		Doktora		X
Tezin Adı	Yenilebilir Otlar Açısından Gastronomi Rotasının Belirlenmesi ve Envanter Oluşturulması: TRB2 Kalkınma Bölgesi			

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Ayşegül DAŞDEMİR KIPÇAK



ÖZET

Öğrencinin	Adı Soyadı	Ayşegül DAŞDEMİR KIPÇAK		
	Numarası	20810201083		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Gastronomi ve Mutfak Sanatları/ Gastronomi ve Mutfak Sanatları		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans		
		Doktora	X	
	Tez Danışmanı	Doç. Dr. Ayşe Büşra MADENCİ		
Tezin Adı	Yenilebilir Otlar Açısından Gastronomi Rotasının Belirlenmesi ve Envanter Oluşturulması: TRB2 Kalkınma Bölgesi			

Bu tez çalışmasının amacı TRB2 Kalkınma Bölgesi'nde bulunan yenilebilir otların envanterini oluşturmak ve bu veriler ışığında bölgeye özgü bir gastronomi rotası geliştirmektir. Bölgenin dağlık yapısı ve zengin flora çeşitliliği, yenilebilir ve endemik otların yaygın kullanımına olanak sağlamaktadır. TRB2 Kalkınma Bölgesi'nde (Bitlis, Hakkâri, Muş ve Van illeri) bulunan yenilebilir yabancı otların envanteri çıkarılmış ve bu veriler doğrultusunda bölgeye özgü bir gastronomi rotası önerilmiştir. Bölgenin mutfak kültürü ağırlıklı olarak hayvansal ürünlere dayansa da yılın belirli dönemlerinde yörede yetişen otlar ile beslenme kültürü de yaygındır. Nitel araştırma yöntemi kapsamında yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmış ve elde edilen veriler içerik analiziyle değerlendirilmiştir. Çalışma verileri MAXQDA nitel analiz programında analiz edilmiştir. Yerel halkla yapılan görüşmelerde 59 farklı yenilebilir ot türü tespit edilmiş olup, bu bitkilerin büyük çoğunluğu yöresel isimlerle anılmakta ve hem yemeklerde hem de geleneksel tıpta yaygın olarak kullanılmaktadır. Otların kullanım alanları arasında taze veya kurutulmuş şekilde yemek, çorba, meze yapımı, Van otları peynir üretimi ve sağlık amaçlı tüketim yer almaktadır. Ekonomik açıdan, otların pazarlanması bölgedeki hane ekonomisine katkı sağlamaktadır. Ayrıca, bu bitkilerin yurtiçi ve yurtdışı talebi bulunmakta, bu da bölge gastronomi turizmi açısından potansiyel sunmaktadır. Önerilen gastronomi rotası, doğal ot toplama deneyimleri, yöresel yemek tadımları ve yerel ürün pazarlarını içeren etkileşimli ve sürdürülebilir bir kırsal turizm modeli sunmaktadır. Çalışmanın özgünlüğü, TRB2 bölgesine yönelik yenilebilir ot envanteri ve gastronomi rotası oluşturma alanında öncü olmasıdır. Bölgesel kültürel mirasın korunması, ekonomik kalkınmanın desteklenmesi ve gastronomi turizminin geliştirilmesi bakımından önemli katkılar sağlaması hedeflenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Gastronomi, Gastronomi rotası, MAXQDA, TRB2, Yenilebilir Otlar



ABSTRACT

Author's	Name and Surname	Ayşegül DAŞDEMİR KIPÇAK		
	Student Number	20810201083		
	Department	Gastronomi ve Mutfak Sanatları/ Gastronomi ve Mutfak Sanatları		
	Study Programme	Master's Degree (M.A.)		
		Doctoral Degree (Ph.D.)	X	
	Supervisor	Doç. Dr. Ayşe Büşra MADENCİ		
Title of the Thesis/Dissertation	Determination of Gastronomy Route in terms of Edible Herbs and Creation of Inventory: TRB2 Development Region			

The aim of this thesis is to create an inventory of edible herbs in the TRB2 Development Region and to develop a region-specific gastronomy route in the light of this data. The mountainous nature of the region and its rich flora diversity allow for the widespread use of edible and endemic herbs. An inventory of edible wild herbs in the TRB2 Development Region (Bitlis, Hakkâri, Muş and Van provinces) was made and a region-specific gastronomy route was proposed in line with this data. Although the culinary culture of the region is predominantly based on animal products, it is also common to eat herbs grown in the region at certain times of the year. Within the scope of qualitative research method, semi-structured interviews were conducted and the data obtained were evaluated by content analysis. The study data were analyzed in MAXQDA qualitative analysis program. Interviews with local people identified 59 different types of edible herbs, most of which have local names and are widely used both in cooking and traditional medicine. Uses of herbs include fresh or dried cooking, soups, appetizers, Van herb cheese production and consumption for health purposes. Economically, the marketing of herbs contributes to the household economy in the region. In addition, there is domestic and international demand for these herbs and the region offers potential for gastronomy tourism. The proposed gastronomy route offers an interactive and sustainable rural tourism model that includes natural herb foraging experiences, local food tastings and local product markets. The originality of the study is that it is a pioneer in the field of creating an edible herb inventory and gastronomy route for the TRB2 region. It is aimed to provide important contributions in terms of protecting regional cultural heritage, supporting economic development and developing gastronomy tourism.

**Keywords:** Edible herbs, Gastronomy, Gastronomy route, MAXQDA, TRB2

## İÇİNDEKİLER

<b>TABLolar DİZİNİ</b> .....	<b>VI</b>
<b>ŞEKİLLER DİZİNİ</b> .....	<b>VII</b>
<b>FOTOĞRAFLAR DİZİNİ</b> .....	<b>IX</b>
<b>KISALTMALAR</b> .....	<b>X</b>
<b>TEŞEKKÜRLER</b> .....	<b>XI</b>
<b>GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>
<b>BİRİNCİ BÖLÜM</b> .....	<b>3</b>
<b>KAVRAMSAL ÇERÇEVE</b> .....	<b>3</b>
<b>1.1. GASTRONOMİ TURİZMİ VE GASTRONOMİ ROTALARI</b> .....	<b>3</b>
1.1.1 Gastronomi ve Turizm İlişkisi .....	3
1.1.2. Rota Kavramı .....	7
1.1. 3. Gastronomi Rotaları .....	11
1.1.4. Gastronomi Rotasının Bileşenleri .....	14
1.1.5. Gastronomi Rotası Türleri .....	15
1.1.5.1. Gastronomi Festivallerine Yönelik Rotalar .....	16
1.1.5.2. Şarap ve Bira Rotaları .....	17
1.1.5.3. Peynir Rotaları .....	20
1.1.5.4. Şehirlere Yönelik Gastronomi Rotaları .....	21
1.1.5.5. Yerel Yemek Rotaları .....	22
1.1.5.6. Zeytin/Zeytinyağı Rotaları .....	25
1.1.4. İlgili Çalışmalar .....	27
<b>1.2. TRB2 KALKINMA BÖLGESİ</b> .....	<b>35</b>
1.2.1. İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması .....	35
1.2.2. Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı .....	40
1.2.3. TRB2 Kalkınma Bölgesi .....	41
1.2.4. TRB2 Bölgesi Gastronomi Kültürü .....	44
1.2.4.1. Bitlis İli Gastronomi Kültürü .....	44
1.2.4.2. Hakkâri İli Gastronomi Kültürü .....	47
1.2.4.3. Muş İli Gastronomi Kültürü .....	49
1.2.4.4. Van İli Gastronomi Kültürü .....	52
<b>İKİNCİ BÖLÜM</b> .....	<b>55</b>
<b>2. YÖNTEM</b> .....	<b>55</b>

2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi .....	55
2.2. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenilirliği .....	57
2.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi .....	59
2.4. Araştırmanın Yöntemi .....	61
2.5. Veri Toplama Aracı, Süreci ve Araştırma Soruları .....	62
<b>ÜÇÜNCÜ BÖLÜM .....</b>	<b>66</b>
<b>3. BULGULAR .....</b>	<b>66</b>
3.1. Katılımcılara Yönelik Bulgular .....	66
3.2. Ana Tema ve Alt Kodlara Yönelik Bulgular .....	68
3.2.1. TRB2 Bölgesi Yenilebilir Ot Envanterine İlişkin Kod Sistemi .....	68
3.2.1.1. Ana Tema ve Alt Kodlara İlişkin Bilgiler .....	69
3.2.2. Yenilebilir Ot Envanterine İlişkin Bulgular .....	70
3.2.2.1. Kelime Bulutu .....	70
3.2.2.2. Bölgede Bulunan Yöresel Otlara İlişkin Bulgular .....	71
<i>Astragalus hamosus L.</i> .....	73
3.2.2.3. Yenilebilir Otların Kullanım Amacına İlişkin Bulgular .....	80
3.2.2.4. Yenilebilir Otların Yetiştigi Zamana İlişkin Bulgular .....	87
3.2.2.5. Yenilebilir Otların Saklama Koşullarına İlişkin Bulgular .....	91
3.2.2.6. Yenilebilir Otlardan Yapılan Yemeklere İlişkin Bulgular ..	102
3.2.2.7. Yenilebilir Otların Bölgesel Kalkınmadaki Rolü .....	124
<b>TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER .....</b>	<b>131</b>
1. Aşama .....	138
2. Aşama .....	139
3. Aşama .....	140
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>145</b>
<b>EKLER .....</b>	<b>166</b>

**TABLULAR DİZİNİ**

<b>Tablo 1.1.</b> Mutfak Turizmi Kaynaklarının Tipolojisi	10
<b>Tablo 1.2.</b> Uluslararası gastronomi rotası örnekleri	13
<b>Tablo 1.3</b> Bira destinasyonlarının tipolojisi	20
<b>Tablo 1.4.</b> T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Gastronomi Rotaları	22
<b>Tablo 1.5.</b> Kalkınma Planlamasında İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması	39
<b>Tablo 2.1.</b> Görüşme Soruları	67
<b>Tablo 2.2.</b> TRB2 Bölgesi Katılımcı Sayısı	67
<b>Tablo 3.1.</b> Katılımcıların Demografik Özelliklerine Yönelik Bulgular	68
<b>Tablo 3.2.</b> Ana Tema, Alt Kodlar ve Açıklamalara İlişkin Bulgular	71
<b>Tablo 3.3.</b> TRB2 Kalkınma Bölgesinde Bulunan Yöresel Otları Gösteren Kod-Alt Kod Modeli	74
<b>Tablo 3.4.</b> TRB2 Kalkınma Bölgesinde Bulunan Otların Yerel İsimlerini Gösteren Kod-Alt Kod Modeli	75

## ŞEKİLLER DİZİNİ

<b>Şekil 1.1.</b> Yiyecek Turizmi	4
<b>Şekil 1.2.</b> Gastronomi Rotasının Bileşenleri	16
<b>Şekil 1.3.</b> Toskana Şarap Rotasına Ait Bir Görsel (Vineyards.com).	18
<b>Şekil 1.4.</b> Peynir Turizmi Döngüsü	21
<b>Şekil 1.5.</b> Zeytinyağı Turizminde Turistlerin Katıldıkları Başlıca Aktiviteler	27
<b>Şekil 3.1.</b> Yenilebilir Ot Envanterine İlişkin Kod Sistemi	71
<b>Şekil 3.2.</b> Sözcük Frekansı Kelime Bulutu	73
<b>Şekil 3.3.</b> TRB2 Kalkınma Bölgesi Yenilebilir Otların Kullanım Amacını Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği	83
<b>Şekil 3.4.</b> TRB2 Kalkınma Bölgesi Yenilebilir Otların Yetiştirme Zamanını Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği	91
<b>Şekil 3.5.</b> TRB2 Kalkınma Bölgesi Yenilebilir Otların Saklama Koşullarını ve Kullanılan Kısımlarını Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği	95
<b>Şekil 3.6.</b> TRB2 Kalkınma Bölgesi Yenilebilir Otlardan Yapılan Yemekleri Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği	107
<b>Şekil 3.7.</b> Kereng Otundan Yapılan Yemekleri Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği	108
<b>Şekil 3.8.</b> Gulik-Çiriş Otundan Yapılan Yemekleri Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği	110
<b>Şekil 3.9.</b> Mende Otundan Yapılan Yemekleri Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği	112
<b>Şekil 3.10.</b> Kari Otundan Yapılan Yemekleri Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği	114
<b>Şekil 3.11.</b> Heliz Otundan Yapılan Yemekleri Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği	115
<b>Şekil 3.12.</b> Soryaz Otundan Yapılan Yemekleri Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği	117
<b>Şekil 3.13.</b> Sirmo Otundan Yapılan Yemekleri Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği	118
<b>Şekil 3.14.</b> Catır Otundan Yapılan Yemekleri Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği	120
<b>Şekil 3.15.</b> Çağ Otundan Yapılan Yemekleri Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği	121
<b>Şekil 3.16.</b> Siyabo Otundan Yapılan Yemekleri Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği	123
<b>Şekil 3.17.</b> Xırtık-Alo Otundan Yapılan Yemekleri Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği	124
<b>Şekil 3.18.</b> Evelik Otundan Yapılan Yemekleri Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği	125
<b>Şekil 3.19.</b> Guhbızın Otundan Yapılan Yemekleri Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği	126
<b>Şekil 3.20.</b> Luş Otundan Yapılan Yemekleri Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği	126
<b>Şekil 3.21.</b> Gezgezok Otundan Yapılan Yemekleri Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği	127

<b>Şekil 3.22.</b> Spidak Otundan Yapılan Yemekleri Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği	128
<b>Şekil 3.23.</b> TRB2 Kalkınma Bölgesi Yenilebilir Otların Bölgesel Kalkınmadaki Rolünü Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği	130
<b>Şekil 3.25.</b> Gastronomi Rotası Oluşturma Aşamaları	143

## FOTOĞRAFLAR DİZİNİ

<b>Fotoğraf 1.1.</b> Chianti Şarap Bölgesine Ait Bir Görsel (Toskana)	19
<b>Fotoğraf 1.2.</b> Türkiye’ de Yerel Yemek Rotaları	25
<b>Fotoğraf 1.3.</b> NUTS- İstatistiksel Amaçlı Bölgesel Birimlerin Adlandırılması	38
<b>Fotoğraf 1.4.</b> Türkiye’de İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması	41
<b>Fotoğraf 1.5.</b> TRB2 Bölgesi Haritası	44
<b>Fotoğraf 1.6.</b> TRB2 Bölgesi Turizm Çeşitliliği Potansiyeli Haritası	46
<b>Fotoğraf 3.1.</b> TRB2 Kalkınma Bölgesi Yenilebilir Otlar	78
<b>Fotoğraf 3.2.</b> Kereng Otu ve Kereng Otundan Yapılan Yemekler	109
<b>Fotoğraf 3.3.</b> Gulik-Çiriş Otu ve Gulik-Çiriş Otundan Yapılan Yemekler	110
<b>Fotoğraf 3.4.</b> Mende Otu ve Mende Otundan Yapılan Yemekler	113
<b>Fotoğraf 3.5.</b> Kari Otu ve Kari Otundan Yapılan Yemekler	114
<b>Fotoğraf 3.6.</b> Heliz Otu ve Heliz Otunun Kullanımı	116
<b>Fotoğraf 3.7.</b> Soryaz Otu ve Soryaz Otundan Yapılan Yemekler	117
<b>Fotoğraf 3.8.</b> Sirmo Otu ve Sirmo Otunun Kullanımı	119
<b>Fotoğraf 3.9.</b> Catır Otu ve Catır Otundan Yapılan Yemekler	120
<b>Fotoğraf 3.10.</b> Cağ Otu ve Cağ Otundan Yapılan Yemekler	122
<b>Fotoğraf 3.11.</b> Siyabo Otu ve Siyabo Otundan Yapılan Yemekler	123
<b>Fotoğraf 3.12.</b> Evelik Otu	125
<b>Fotoğraf 3.13.</b> Yabani Ebegümece	128
<b>Fotoğraf 3.14.</b> Bıtım Turşusu	129
<b>Fotoğraf 3.15.</b> Hegedan Otu ve Pilavı	129
<b>Fotoğraf 3.16.</b> Yöre Halkının Satış Faaliyetleri	135

**KISALTMALAR**

<b>STK</b>	: Sivil Toplum Kuruluşları
<b>DAKA</b>	: Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı
<b>TÜİK</b>	: Türkiye İstatistik Kurumu
<b>EUROSTAT</b>	: Avrupa İstatistik Ofisi
<b>İBBS</b>	: İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması
<b>NUTS</b>	: İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması
<b>CBS</b>	: Coğrafi Bilgi Sistemleri
<b>ÇUKTOB</b>	: Çukurova Turistik Otelciler Birliği
<b>UNWTO</b>	: Dünya Turizm Örgütü
<b>UNESCO</b>	: Koruma Alanları Yönetim Birimi
<b>CIRT</b>	: Üniversitelerarası Turizm Araştırma Merkezi
<b>PDO</b>	: Korunmalı Menşe İsimlendirmesi
<b>AB</b>	: Avrupa Birliği
<b>SEGE</b>	: Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması
<b>EDEN</b>	: Avrupa Birliği Seçkin Destinasyonlar
<b>%</b>	: Yüzde
<b>&amp;</b>	: Ve
<b>Ed.</b>	: Editör
<b>f</b>	: Frekans
<b>Vd.,</b>	: Ve Diğerleri
<b>s.</b>	: Sayfa

## TEŞEKKÜRLER

Doktora öğrenim sürecim boyunca bilgi, deneyim ve sabırla bana rehberlik eden kıymetli danışmanım Doç Dr. Ayşe Büşra MADENCİ'ye sonsuz teşekkür ediyorum. Yapıcı eleştirileri ve desteği sayesinde bu çalışmayı tamamlayabildim. Ayrıca akademik gelişimimde katkısı bulunan jüri üyelerim sayın Doç. Dr. Yeliz PEKERŞEN ve sayın Dr. Öğretim Üyesi Kübra AKTAŞ hocalarıma kıymetli görüşleri ve katkıları için teşekkür ederim. Ayrıca değerli katkılarından dolayı Prof.Dr. Hatice Ferhan NİZAMLIOĞLU ve Doç.Dr. Birsen BULUT SOLAK hocalarıma teşekkür ederim.

Eğitim hayatım süresince her zaman yanımda olan kıymetli ailem sabırları, sevgileri ve verdikleri moral desteği ile beni asla yalnız bırakmadıkları için onlara teşekkür ediyorum. Özellikle annem Belgin DAŞDEMİR ve babam Muhlis DAŞDEMİR' e sonsuz sevgi ve teşekkürlerimi sunuyorum. Veri toplama sürecimde sabır ve emek sarfeden beni yüreklendiren ve destekleyen kıymetli eşim ve arkadaşım Dr. Öğr. Üyesi Fırat KIPÇAK'a teşekkür ediyorum. Bu günlere gelmemde emeği olan abim Emre DAŞDEMİR, ablam Sevgi ONAY ve kardeşim Mücahit DAŞDEMİR'e sevgilerimi ve teşekkürlerimi sunarak bu çalışmayı aileme ithaf ediyorum.

**Ayşegül DAŞDEMİR KIPÇAK**

**VAN-2025**

## GİRİŞ

Gastronomi turizmini, “yeni bir yiyecek ve içecek deneyimi yaşamak için seyahat motivasyonu yaratan ve seyahat davranışlarının güdülenmesine önemli ölçüde yardımcı olan turizm şekli olarak ya da bir tür gastronomik hareketlilik olarak” tanımlamak mümkündür (Gökdeniz vd., 2015, s. 69). Gastronomi turizmi aktiviteleri; fabrika ziyaretleri, restoran, kafeterya, bar ve çay servis eden işletmelerde yemek-içmek, ifti (köylü) pazarlarını ziyaret etmek, workshop (atölye çalışması) ve konferanslara katılmak, şarap veya diğer içeceklerin tadımlarına katılmak ve bağ veya meyve bahçesi ziyaretlerinde bulunmak gibi yiyecek ve yeme-içme kültürü ile ilgili çok çeşitli aktiviteleri kapsamaktadır (Cohen ve Avieli, 2004; Ignatov ve Smith, 2006; Kivela ve Crotts, 2006; Smith ve Costello, 2009; Povey, 2011). Gastronomik rotalar ise, belirli bir coğrafi alanda sınırları çizilmiş, gastronomik etkinlikler, özel bir yiyecek ya da restoran türü işletmeleri içeren turistik ürünler veya birden fazla gzerghtan oluşan, geniş ve tematik bir yapılanmadır (World Tourism Organization, 2012). Bu etkinliklerin çoğunu ziyaretçilere bir paket tur şeklinde sunmak adına rotalar oluşturulmaktadır. Rotalar rn bazında olup bunlar ürünlerin üretimi, hasadı, yapılışı ve tüketimi gibi faaliyetleri içerisinde barındırabilmektedir.

Gastronomi ile turizm arasındaki etkileşim hem karmaşık hem de çok yönlüdür. Gastronomi, destinasyonların marka kimliğini güçlendirerek turist memnuniyetini artıran ve otantik deneyimler arayan gezginlerin taleplerini karşılayan önemli bir araçtır. Mutfak turizmi sektörü büyümeye devam ettikçe, destinasyonların turistlerde güçlü bir etki yaratacak cazip seyahat deneyimleri oluşturmak için gastronominin sunduğu potansiyeli tanıyıp etkin bir şekilde kullanmaları büyük bir önem taşımaktadır. Gastronomi turizmi, destinasyonların çekiciliğini artırmanın ötesinde, kültürel alışverişi ve toplumsal katılımı teşvik etmektedir. Turistlerin otantik mutfak deneyimleri aradıkça, gastronominin yerel kalkınmayı destekleme ve sürdürülebilir turizm uygulamalarını teşvik etme potansiyeli gün geçtikçe daha önemli hale gelmektedir.

Bu alışmada TRB2 Kalkınma Bölgesi’nde var olan yenilebilir otların envanterinin oluşturulması ve bu bitkiler doğrultusunda bir gastronomi rotasının

oluşturulması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda çalışmanın literatür taramasının ilk bölümünde gastronomi ve turizm arasındaki ilişki araştırılmıştır. Gastronomi ve turizm arasındaki ilişki her geçen gün daha önemli hale gelmektedir. Turistler açısından gastronomi bir yeri ziyaret etmenin ötesine geçerek, o bölgenin yiyecek içecekleri, geleneksel pişirme yöntemleri ve gastronomiye yönelik etkinlikleri ile daha derin keşif imkânı sağlamaktadır. Gastronomi ve turizm arasındaki ilişki açıklanırken gastronomi turizminin turistlerin ilgisine göre ne şekilde derecelendirildiği ve gastronomi turizmine kaynak oluşturacak tüm bileşenler konusu üzerinde durulmuştur. Ardından rota kavramının doğuşu ve turizmde rota kavramının çerçevesi aktarılmış devamında ise gastronomi rotaları üzerinde durulmuştur. Daha sonra gastronomi rotaları ile ilgili çalışmalara yer verilmiştir. Literatür taramasının ikinci bölümünde araştırma alanı olan TRB2 bölgesi değerlendirilmiştir. İlk olarak İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflandırması (İBBS) sistemi literatür incelemesi sonucunda aktarılmıştır. Ardından Doğu Anadolu Kalkınma Ajansının (DAKA) yürüttüğü faaliyetlere değinilmiştir. TRB2 Kalkınma Bölgesi'nin kapsama alanı olan Bitlis, Hakkâri, Muş ve Van illerine yönelik coğrafi bilgilere ve şehirlerin gastronomi kültürleri üzerine literatür taraması gerçekleştirilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde ise araştırma metodu veri toplama süreci, çalışmanın geçerliliği ve güvenilirliği, evreni ve örnekleme açıklanmıştır. Yenilebilir otlar rotası için şehirler ayrı ayrı değerlendirilerek veriler toplanmıştır. Yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen veriler MAXQDA Analytics Pro 2020 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Ardından bulgulara yönelik bilgiler aktarılmıştır. Bölgede bulunan yenilebilir otlar kültürel ve gastronomik değerine rağmen yeterince belgelenememiş, sistematik bir envanter çalışmasının ve rota planlamasının yapılmadığı görülmüştür. Bu nedenle çalışmanın özgünlüğü ayrıca dikkat çekmektedir.

## **BİRİNCİ BÖLÜM KAVRAMSAL ÇERÇEVE**

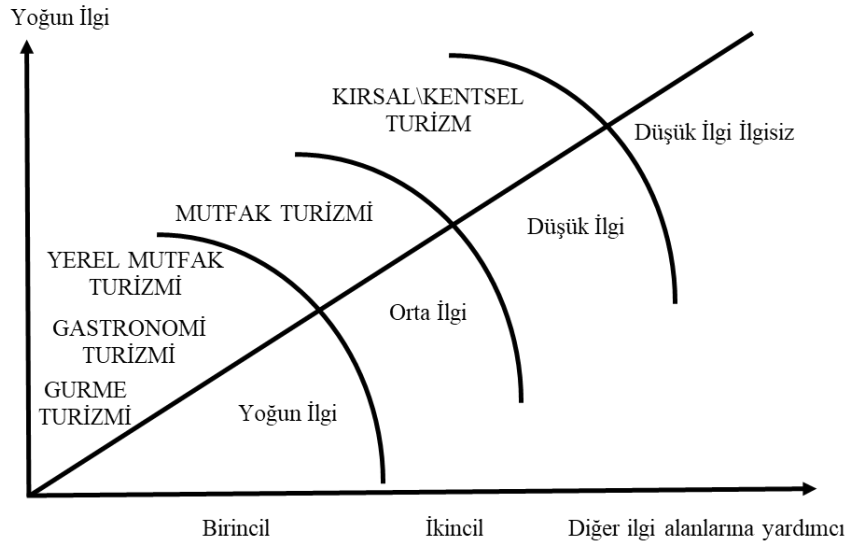
### **1.1. GASTRONOMİ TURİZMİ VE GASTRONOMİ ROTALARI**

#### **1.1.1 Gastronomi ve Turizm İlişkisi**

Bugün, turizm dünya çapında en önemli ve en hızlı büyüyen sektörlerden biri haline gelmiştir. Turizm endüstrisi, ekonomi üzerinde olumlu etkiler yaratmanın yanı sıra, istihdam sağlama ve halkın yaşam kalitesini iyileştirme konusunda da büyük bir rol oynamaktadır (Berbel-Pineda vd., 2019; Zada vd., 2022). Turizm, hemen hemen her ülke tarafından ekonomik büyümenin, ulusal imajın güçlenmesinin ve turizm sektörünün gelişmesinin başlıca itici güçlerinden biri olarak görülmektedir. Turizm, özellikle sektörden gelir elde edenler için en önemli gelir kaynağını oluştururken, aynı zamanda diğer hizmet sektörlerini ve küresel ekonomiyi de desteklemektedir. Bu nedenle pek çok ülke, turizm sektörüne yatırım yapmaya ve bu sektörü desteklemeye devam etmektedir (Ullah vd., 2022). Son yıllarda gastronomi ile turizm arasındaki ilişki giderek daha fazla dikkat çekmektedir; çünkü mutfak deneyimleri, gezginlerin seyahat motivasyonlarını ve memnuniyet düzeylerini önemli ölçüde etkilemektedir. Gastronomi, seyahatin sadece yardımcı bir unsuru değil, aynı zamanda destinasyonların çekiciliğini artıran ve turistlerin tercihlerini etkileyen önemli bir bileşeni haline gelmiştir. Gastronomi turizminin hızlı yükselmesi, değişen turist talepleri ve tüketim alışkanlıklarından da kaynaklanmaktadır. Yemek tüketiminin duygusal ve duyusal yönleri, kalıcı anılar oluşturarak gastronomi ile turizm arasındaki bağları güçlendirebilmektedir (Stone vd., 2021, s. 797).

Gastronomi turizmi; turistlerin seyahatleri sırasında yiyecek, içecek ve bunlara bağlı etkinliklerle etkileşim kurarak gastronomik deneyimler yaşadıkları bir turizm türüdür. Bu turizm biçimi; otantik, geleneksel ya da yenilikçi mutfak deneyimlerinin yanı sıra, yerel üreticilerin ziyaret edilmesi, yemek festivallerine katılım ve yemek pişirme atölyeleri gibi çeşitli etkinlikleri de kapsamaktadır. (UNWTO, 2025). Gastronomi turizmi, yıl boyunca sürdürülebilir bir şekilde gerçekleştirilebilmesi, diğer turizm türlerine göre daha fazla harcama ve konaklama süresi sağlama, yerel kalkınmaya katkıda bulunması, çevre dostu bir şekilde gelişmesi ve bölgeye özgü, otantik ve benzersiz ürün çeşitliliği sunmasıyla destinasyonların pazarlanmasında önemli bir etki yaratmaktadır (Güzel Şahin, 2015, s. 98). Mutfak deneyimleri,

turistlerin yerel kültürlerle etkileşime girmesini sağlayarak destinasyona yönelik daha derin bir takdir ve anlayış oluşturmalarına imkân tanımaktadır (Hjalager ve Richards, 2002).



Şekil 1.1. Yiyecek Turizmi (Hall ve Sharples, 2003, s. 11).

Şekil 1.1’de, yiyecek turizminin turistin ilgisine göre nasıl derecelendirildiği gösterilmektedir. Buna göre, turistik aktivitelerin neredeyse tamamının yiyecek odaklı olması ve belirli bir restoran, pazar ya da şarap evini ziyaret etme amacıyla bir bölgeye seyahat edilmesi, yiyecek turizmine duyulan yoğun ilgiyi ortaya koymaktadır. Bu tür yiyecek odaklı turizm faaliyetleri; gastronomi turizmi, gurme turizmi ve yerel mutfak turizmi olarak adlandırılmaktadır (Hall ve Sharples, 2003, s. 11). Britannica ansiklopedisinde gastronomi, "iyi yiyecekleri seçme, hazırlama, sunma ve bunlardan zevk alma sanatı" şeklinde ifade edilmektedir (Kivela ve Crotts, 2005, s. 41). Gastronomi, belirli bölge ve ülkelerin mutfak gelenek ve göreneklerini de kapsayan, iyi yiyeceklerin ve yemenin bilim ve sanatı olarak tanımlanabilir (Hatipoğlu, 2010, s. 5). Ayrıca, gastronominin yemek pişirme süreçlerini kapsayan kimya ve fizik gibi bilimleri içeren, insan hayatına katkı sağlayan derin ve karmaşık bir yapıya sahip olduğu vurgulanmıştır (Brillant- Savarin, 1994). Gastronomi turizmine yapılan bir yatırım, yalnızca turizm sektörüyle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda tarım ve gıda gibi

ilgili sektörlerde de olumlu etkiler yaratmaktadır (Büyükipekçi, 2019; Plummer vd., 2005).

Gastronomi, sadece fizyolojik ihtiyaçların karşılanması için yiyecek ve içecekleri kapsamakla kalmaz, aynı zamanda turizm endüstrisini geliştirerek yerel ekonomiyi ve bölgesel geliri artırmada önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca, kültürel bir öge olarak bölgesel mutfak perspektifini derinlemesine inceleyerek, o bölge için bir değer oluşturmaktadır (Gregorash, 2018). Mutfak turizmi, farklı kültürleri ve yerel üretimi bir araya getirerek destinasyonların cazibesini artıran bir köprü işlevi görür. Yemek kültürü, sadece bir gelenek olmanın ötesinde, turistleri cezbedebilecek ve seyahat deneyimlerini daha anlamlı hale getirebilecek dinamik bir etkidir (Sujood vd., 2023). Gastronomi, destinasyonların markalaşmasında ve pazarlama stratejilerinde önemli bir rol oynamaktadır. Araştırmalar, mutfak deneyimlerinin bir destinasyonun imajını ve çekiciliğini büyük ölçüde etkilediğini, yerel mutfağın ise seyahat kararlarında genellikle ana motivasyon kaynağı olduğunu ortaya koymaktadır (Vázquez-Martínez vd., 2019; Correia vd., 2008, s. 171; Queeling vd., 2017, s. 584; Pérez-Priego vd., 2019). Örneğin, yemek kültürünün turizmi teşvik etmek amacıyla kullanıldığı farklı küresel örneklerde olduğu gibi, bir bölgenin mutfak mirası, o bölgenin çekiciliğini artırma potansiyeline sahiptir (Brisson ve Luppicini, 2015; Cunha, 2018). Yerel mutfağın turizm tanıtımına dahil edilmesi, yalnızca kültürel özgünlükleri ön plana çıkarmakla kalmaz, aynı zamanda destinasyonları rekabetçi bir pazarda ayırt eden özel satış avantajları da oluşturur (Jalis, Chea ve Markwell, 2014, s. 103). Turist memnuniyeti, genellikle gastronomik deneyimlerle güçlü bir şekilde ilişkilidir ve bu deneyimler, genel seyahat deneyimini önemli ölçüde iyileştirebilir. Araştırmalar, mutfak turizmine katılan turistlerin, yemekle ilgili etkinliklerin etkileşimli doğası sayesinde genellikle daha yüksek memnuniyet seviyeleri yaşadıklarını ortaya koymaktadır (Björk ve Kauppinen-Räsänen, 2014, s. 304; Bukharov ve Berezka, 2018, s. 455).

Gastronominin turistlerin algıları ve davranışları üzerinde önemli bir etkisi olduğu ortaya koyulmaktadır. Queeling ve diğerleri (2017, s. 574), popüler hale gelen gastronomi turizminin, destinasyon imajı ve turist memnuniyeti üzerindeki etkisini

inceleyen çalışmalarla birlikte, gastronominin turizm ve konaklama çalışmalarında başlıca odak noktalarından biri haline geldiğini belirtmiştir. Küresel turizm sektörü geliştikçe, gastronomi turizminin önemi de muhtemelen artacaktır. Yemek festivalleri, mutfak etkinlikleri ve yerel yemek deneyimlerinin artan popülaritesi, turistlerin destinasyonlarla daha derin bağlar kurmaya çalıştığı deneyim odaklı seyahat eğilimini yansıtmaktadır. Csapody (2024, s. 6) gastronomi turizmi etkinliklerinin bu eğilimin önemli bir parçası haline geldiğini ve turistlere yerel mutfak geleneklerini keşfetme ve gittikleri bölgelerin kültürel kimliğiyle bağ kurma fırsatları sunduğunu ifade etmektedir. Gastronomi turizminin ekonomik etkileri de son derece büyüktür. Rachão ve diğerleri (2019, s. 33), gastronomi turizminin yemekle ilgili deneyimler için harcama yapan ziyaretçileri çekerek yerel ekonomiye katkıda bulunabileceğini ve böylece yerel kalkınmayı destekleyebileceğini vurgulamaktadır. Bu ekonomik etki, ziyaretçilerin benzersiz gastronomik deneyimler arayarak destinasyonların cazibesini artırdığına dikkat çeken Nicoletti ve diğerlerinin (2019, s. 1) bulguları ile de doğrulanmaktadır. Gastronominin ekonomik büyümeyi teşvik etme potansiyeli, özellikle mutfak miraslarından faydalanarak geniş turizm pazarlarında niş alanlar oluşturan bölgelerde belirgin bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Gastronomi turizmine karşı artan ilgi, gastronominin turistlerin seyahat algılarını ve anılarını şekillendirmede merkezi bir rol oynayarak daha derin ve anlamlı seyahat deneyimlerine doğru bir yönelimi işaret etmektedir.

Ayrıca tüketici davranışlarındaki değişim, politika yürütücülerini gastronomi turizminin yerel markalaşma ve kimlik oluşturma açısından sunduğu fırsatları keşfetmeye yönlendirmiştir. Mutfak deneyimlerinin turizm stratejilerine dahil edilmesi, destinasyonların çekiciliğini artırmanın yanı sıra, yerel gıda üreticilerini ve geleneksel tarım yöntemlerini destekleyerek sürdürülebilir turizm uygulamalarına katkı sağlar (Zarębski ve Zwięglińska-Gałecka, 2020). Gastronomi turizmi deneyiminin geliştirilmesinde iletişimin önemi yadsınamaz. Mwangi ve Mwalongo (2023, s. 28), etkili iletişimin turistler ile yerel topluluklar arasındaki etkileşimi artırdığını, genel deneyimi daha zengin hale getirdiğini ve sürdürülebilir uygulamaları teşvik ettiğini belirtmektedir. Bu etkileşim, turistlerin yerel mutfaklara olan ilgisini artırmakla kalmaz, aynı zamanda yerel gıda üreticileri ve tedarikçilerini de

destekleyerek gastronomi turizminin sürdürülebilirliğine katkıda bulunur. Sorumlu tüketimin ön plana çıkarılması ve yerel kaynaklardan elde edilen malzemelerin teşvik edilmesi, mutfak turizmi projelerinin uzun vadeli sürdürülebilirliği için kritik öneme sahiptir.

Gastronomi turizminin yükselişi beraberinde bazı zorluklar da getirmektedir. Zoirova (2023), mutfak turizminin özgünlüğünü ve sürdürülebilirliğini tehdit eden aşırı ticarileşme, kültürel sahiplenme ve çevresel sürdürülebilirlik endişeleri gibi farklı sorunları ele almaktadır. Bu zorluklar, yerel kültürlere ve geleneklere saygı gösterilmesini ve bunların korunmasını sağlayarak gastronomi turizminin geliştirilmesine yönelik dikkatli bir yaklaşım gerektirmektedir. Horng ve Tsai (2011, s. 52), gastronomi turizminde sürdürülebilir uygulamaların önemini vurgulamış, mutfak kaynaklarının verimli kullanımı ve destekleyici hükümet politikalarının uygulanmasının, mutfak turizminin gelişimi için kritik başarı faktörlerini oluşturduğunu belirtmiştir. Gastronomi turizminin bir diğer bileşeni ise gastro turlar ya da yemek turlarıdır. Bu turlar, destinasyonların yerel kimliklerini ve mutfak kültürlerini sürdürülebilir bir şekilde koruyarak önemli katkılar sağlamaktadır (Kızılırmak, Ofluoğlu ve Şişik, 2016). Gastronomi turizmi açısından gastronomi rotaları modernleşme çağında toplumun yaşantısını yansıtan somut olmayan kültürel bir mirastır. Bu kültürün gelecek nesillere aktarılması ve sürdürülmesi giderek zorlaşmakta ve mutfak kültürünün yok olma tehlikesi göz ardı edilmemelidir (Cheung, 2013, s. 357).

### **1.1.2. Rota Kavramı**

Rota kavramı, İtalyanca “rotta” kelimesinden Türkçeye geçmiştir ve genellikle izlenen veya gidilen yol olarak tanımlanmaktadır (Kıran ve Kızılırmak, 2022, s. 53). Turizmde “rota” kavramı, gezginlerin bir bölgeyi tutarlı bir şekilde keşfetmelerine olanak tanıyan, çeşitli cazibe merkezlerini, etkinlikleri ve deneyimleri bir araya getiren yapılandırılmış bir yol anlamına gelmektedir. Rotalar, belirli bir tema etrafında şekillenebilmektedir. Kültür, tarih veya doğa gibi ilgi alanlarına odaklanarak, bir destinasyon boyunca anlamlı bir yolculuk deneyimi sunmaktadırlar. Bu kavram, turizm kaynaklarının etkin bir şekilde organize edilmesi ve pazarlanmasına yardımcı

olmakta, böylece ziyaretçilerin ilgisini çekerek yerel ekonomilere katkı sağlamakta ve turizmin gelişimine önemli bir rol oynamaktadır (Rogerson, 2007; Alkan, 2018, s. 1017; Zakariya vd., 2020, s. 430). Turistik rotalar, genellikle turizm rotaları olarak bilinir ve farklı cazibe merkezlerini tek bir güzergâh altında birleştiren özel olarak tasarlanmış yollardır. Bu rotalar, tarihi mekanlar ve yerel gelenekleri ön plana çıkaran kültür ve miras rotalarından, açık hava etkinlikleri ve doğal güzellikleri vurgulayan macera rotalarına kadar geniş bir çeşitlilik sergileyebilmektedir. Bu tür rotaların oluşturulması, ziyaretçi deneyimini iyileştirmek ve sürdürülebilir turizm uygulamalarını desteklemek adına giderek daha yaygın bir strateji haline gelmektedir. Örneğin, küçük yerleşim yerlerini birleştirip yerel mirası tanıtan kültür rotaları geliştirilerek hem bölgesel kalkınmaya hem de sürdürülebilir turizme katkı sağlanmaktadır (Sheng ve Tang, 2015, s. 10265; Lin, 2024). Genel olarak, çoğu rota, aşağıdaki hedeflerden bir veya birkaçını göz önünde bulundurularak belirlenir:

- Turistleri farklı bölgelere yönlendirmek ve turizm gelirlerini adil bir şekilde dağıtmak,
- Daha az bilinen cazibe merkezlerini ve özelliklerini turizm sektörüne/ürünlerine entegre etmek,
- Bir destinasyonun genel çekiciliğini artırmak,
- Turistlerin konaklama sürelerini ve harcamalarını artırmak,
- Yeni turistler çekmek ve tekrar ziyaretçi sağlamak,
- Turizm ürününün sürdürülebilirliğini sağlamak (Meyer, 2004, s. 3).

2000'li yıllardan itibaren, turizm gelirlerinin ülke genelinde daha eşit bir şekilde dağıtılması, kırsal bölgelerde ekonomik kalkınmanın desteklenmesi ve turizmin yıl boyu sürdürülmesi amacıyla turizm çeşitlendirilmiştir (Tunç ve Yıldırım, 2024, s. 502). Özellikle rota kavramının geliştirilmesiyle, sınırlı zamana ve bütçeye sahip turistlere seyahatlerini daha etkin planlama, kısa sürede daha fazla çekicilik keşfetme, ilgilendikleri turizm türüne odaklanma ve seyahat bütçelerini verimli

kullanma konusunda önemli bir katkı sağladığı açıktır (Kıran ve Kızılırmak, 2022, s. 54). Özetle, turizmde rota kavramı, ziyaretçi katılımını artırmak ve yerel ekonomileri desteklemek için önemli bir araçtır ve turistik rotalar aracılığıyla cazibe merkezlerini ve deneyimleri birbirine bağlamayı amaçlayan sistematik bir yaklaşımı ifade etmektedir. Bu alandaki süregelen araştırma ve geliştirme çalışmaları, turistlerin beklentilerine daha iyi uyum sağlamak ve turizm endüstrisinde sürdürülebilir uygulamaları teşvik etmek için bu rotaların sürekli olarak iyileştirilmesini hedeflemektedir (Velazquez vd., 2021; Zakariya vd., 2020, s. 430). Turizm rotalarının optimizasyonu, turistlerin tercihlerine uygun ve memnuniyetlerini artıracak en iyi tasarımları oluşturmak adına önemli bir araştırma alanı haline gelmiştir. Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS) gibi teknikler ve farklı algoritmik yaklaşımlar, manzara değeri, seyahat süresi ve turistlerin ilgi alanları gibi faktörler doğrultusunda en uygun rotaları analiz etmek ve önermek için kullanılmaktadır (Han vd., 2014, s. 1). Rota kavramı turizm içerisinde yer alan alternatif turizm türlerine entegre edilmektedir. Kültürel rotalar, eko-turizm rotaları, gastronomi rotaları şeklinde kategorize edilebilmektedir. Gastronomi rotaları da kendi içerisinde farklı dallara ayrılarak rotaların alternatiflerini sunmaktadır.

Tablo 1.1'de gastronomi turizmi kaynaklarına ilişkin bir tipoloji sunulmaktadır. Tipolojinin mimarisi tesisler, faaliyetler, etkinlikler ve organizasyonlardan oluşmaktadır. Tesisler, gıda üretimi veya hazırlığının yanı sıra dağıtım ile ilgili binaları ve arazi kullanımlarını ifade etmektedir. Buradaki ortak unsur, bu bina veya yapıların mutfak ürünleri hakkında bilgi edinmek, bunları tüketmek veya satın almak isteyen ziyaretçilere açık olmasıdır. Arazi kullanımı, halkın araziye erişimini içerebilir veya ziyaretçiler tarafından gezilebilen ve takdir edilebilen bir manzara şeklinde ortaya çıkabilir. Dolayısıyla, mutfak alanları boyunca belirlenmiş rotalar da bir mutfak kaynağıdır (Smith ve Xiao, 2008, s. 290).

**Tablo 1.1.** Mutfak Turizmi Kaynaklarının Tipolojisi

<b>Tesisler</b>	<b>Faaliyetler</b>	<b>Etkinlikler</b>	<b>Organizasyonlar</b>
<u><i>Binalar/Yapılar</i></u> <ul style="list-style-type: none"> <li>Gıda işleme tesisleri</li> <li>Şarap İmalathaneleri</li> <li>Bira Fabrikaları</li> <li>Çiftçi pazarları</li> <li>Yiyecek mağazaları</li> <li>Gıda ile ilgili müzeler</li> <li>Restoranlar</li> </ul>	<u><i>Tüketim</i></u> <ul style="list-style-type: none"> <li>Restoranlarda yemek</li> <li>Yerel olarak yetiştirilen ürünlerin kullanıldığı etkinlikler</li> <li>Perakende yiyecek ve içecek alımı</li> <li>Diğer</li> </ul>	<u><i>Tüketici gösterileri</i></u> <ul style="list-style-type: none"> <li>Yemek ve şarap gösterileri</li> <li>Pişirme ekipmanları, mutfak gösterileri</li> <li>Ürün tanıtımları</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Restoran sınıflandırma veya sertifikasyon sistemleri (Michelin)</li> <li>Gıda/şarap sınıflandırma sistemleri</li> <li>Dernekler (Slow Food)</li> </ul>
<u><i>Arazi kullanımları</i></u> <ul style="list-style-type: none"> <li>Çiftlikler</li> <li>Meyve Bahçeleri</li> <li>Üzüm Bağları</li> <li>Kentsel restoran bölgeleri</li> </ul>	<u><i>Turlar</i></u> <ul style="list-style-type: none"> <li>Şarap bölgeleri</li> <li>Tarımsal bölgeler</li> <li>Şehirdeki gıda bölgeleri</li> </ul>	<u><i>Festivaller</i></u> <ul style="list-style-type: none"> <li>Yemek festivalleri</li> <li>Şarap festivalleri</li> <li>Hasat festivalleri</li> </ul>	
<u><i>Rotalar</i></u> <ul style="list-style-type: none"> <li>Şarap rotaları</li> <li>Yemek rotaları</li> <li>Gurme rotaları</li> </ul>	<u><i>Eğitim/Gözlem</i></u> <ul style="list-style-type: none"> <li>Aşçılık okulları</li> <li>Şarap tadımı/eğitimi</li> <li>Şarap imalathanelerini ziyaret</li> <li>Şef yarışmalarını izleme</li> <li>Gastronomi dergileri ve kitaplar</li> </ul>		

**Kaynak:** Smith ve Xiao, 2008, s. 290.

Turizm literatüründe “tur” ve “rota” kelimeleri genellikle birbirinin yerine kullanılsa da kapsayıcılık ve anlam bakımından farklılıklar taşımaktadır. Gastronomi turları ise, coğrafi olarak birbirine yakın destinasyonların yemek kültürünü yansıtan lezzetleri tanıtmak ve bu lezzetleri turistik bir ürün olarak sunmak amacıyla düzenlenmektedir (Kızılırmak, Ofluoğlu ve Şişik, 2016, s. 261; Üzülmöz ve Akdağ, 2020). Gastroturlar, coğrafi işaretli gastronomik ürünlere yönelik turlar şeklinde oldukça çeşitlidir (Kargiglioğlu, Erkol Bayram ve Çetin 2019). Pedrosa vd., (2022), çalışmalarında, turizm rotalarıyla ilgili olarak rota temelli turizm, turizm rotası ve turist rotası gibi farklı terminolojiler ele alınmış; ayrıca turizm rotalarının kültürel miras, şarap, gastronomi ve Saint James gibi tematik kategorilerde olabileceği vurgulanmıştır. Gastronomi rotaları, turist rehberleri eşliğinde yerel çiftçi pazarları,

gastronomi fuarları, gastronomik faaliyetlerde uzmanlaşmış fabrikalar ve restoranlar gibi çeşitli ürünler veya turizm bölgelerinin ziyaret edilmesini kapsamaktadır (Patterson ve Turaev, 2020, s. 144). Gastronomi rotalarının amacı, bir bölgeyi ziyaret eden gezginlerin, o bölgede yer alan gastronomik etkinlikler, yiyecek ve içecekler ile diğer gastronomik ürünler hakkında tüm bilgileri bir arada, toplu olarak sunmaktır (Çavuşoğlu ve Çavuşoğlu, 2018, s. 356).

### **1.1.3. Gastronomi Rotaları**

Gastronomi turları, ziyaretçilerin bir destinasyonun kültürünü ve mirasını yerel mutfak kültürü ve gelenekleri aracılığıyla deneyimlemelerini sağlayan, seyahat acenteleri tarafından organize edilen bir turizm etkinliği olarak tanımlanabilir (Ko, 2015, s. 9; Ko vd., 2018, s. 835). Kırsal bölgelerde turistik ve ekonomik ilerlemeyi destekleyecek, yöreye ait yeme içme unsurları ile ilgili faaliyetlere ve rotalara duyulan ilgi doğrultusunda farklı çalışmalar yürütülmektedir (Millán Vázquez de la Torre, Morales Fernández ve Agudo Gutiérrez, 2010). Gastronomi rotaları, yerel kültürler ve geleneklerle zenginleşen mutfak deneyimlerine olan ilgi ile birlikte hem Türkiye'de hem de dünyada turizmin önemli bir parçası haline gelmiştir. Türkiye'deki yöresel mutfakların çeşitliliği, çeşitli gastronomi festivalleriyle kutlanmakta; bu etkinlikler sadece yerel tatları tanıtmakla kalmayıp, aynı zamanda turizmi destekleyerek yerel ekonomilerin gelişimine de katkı sağlamaktadır. Ayrıca, bu festivaller, ortak mutfak mirası aracılığıyla uluslararası ilişkileri güçlendiren bir kültürel diplomasi platformu işlevi görmektedir (Gündüz, Rezaei, Quaglia ve Pironti, 2024, s. 2633; Solunoglu ve Orgun, 2024, s. 468). Bu etkinliklerin önemi, hem turist çekerek mutfak geleneklerini koruma hem de ev sahibi bölgelerin ekonomik canlılığını destekleme kapasitesiyle öne çıkmaktadır (Şahin, 2015, s. 80). Dünya genelinde gastronomi turizmi, ülkelerin kendilerine özgü mutfaklarını tanıtarak marka değerlerini oluşturmasıyla popülerlik kazanmıştır. Örneğin, Türkiye'nin yanı sıra İtalya ve Yunanistan gibi Akdeniz ülkeleri de kültürel gezginleri cezbetmek için mutfak miraslarından faydalanmaktadır (Dündar, 2015, s. 377).

Yöre halkı, gelir elde etmek için turist sayısına odaklanmak yerine yerel kültürel mirasa önem vermeyi daha ön planda tutmakta ve bu tutum ile turizmin

sürdürülebilirliğine büyük katkı sağlamaktadır (Moira, Mylonopoulos ve Konstantinou, 2021). Türkiye'de UNESCO'nun Yaratıcı Gastronomi Şehirleri ağında yer alan Gaziantep, Hatay ve İstanbul gibi bazı bölgeler, gastronomik açıdan büyük öneme sahiptir. Bu bölgeler, ülkenin genel gastronomi kültürüne katkı sağlayan özgün mutfak gelenekleri ve yerel malzemeleriyle tanınmaktadır (Kaman, 2024, s. 782; Yıldırım ve Kırıcı-Tekeli, 2022). Özellikle Güneydoğu Anadolu Bölgesi hem yerel gelenekleri hem de tarihi mirası yansıtan zengin mutfak çeşitliliğiyle öne çıkmaktadır (Aydın, Sarı Gök ve Şalvarcı, 2022, s. 366).

Gastronomi turlarının sınıflandırılmasına dair farklı görüşler bulunmaktadır. Bunlar arasında yemek pişirme turları, yerinde yemek yeme turları, yiyecek ve içecek üreticileriyle doğrudan tanışma turları (Shenoy, 2005), yemek pişirme eğitimi turları, ünlü şefleri ziyaret etme turları, yemeğin hazırlanış süreçlerinin (özellikle tarımsal boyutlarıyla) gözlemlendiği turlar (Yüncü, 2009) ve festival turları (Çalışkan, 2013) değerlendirilmektedir. Yemek turları, yedi temel hizmet bileşeninden oluşmaktadır. Araştırmacılar bu bileşenleri şu şekilde tanımlamaktadır:

- Yemek hizmetleri (yemek kültürü ve sunumunun temel unsurları),
- Turist rehberi (rehberlerin taşınması gerektiği çeşitli yetkinlikler),
- Otantiklik/özgünlük (tur kapsamındaki yemeklerin ve mekanların doğruluğu),
- Ürün esnekliği (rehberlerin katılımcıların farklı ihtiyaçlarına uyum sağlama becerisi),
- Ürün çeşitliliği (gastronomi turunda sunulan yiyecekler ve mekanların çeşitliliği),
- Eğitimsel değer (gastronomi turunun öğrenme açısından sunduğu fırsatlar),
- Güvenilirlik (turist rehberlerinin yerel restoranlar hakkında önerilerdeki güvenilirlik ve güven duygusu) (Ko, 2015, s. 9; Ko vd., 2018, s. 835).

**Tablo 1.2.** Uluslararası Gastronomi Rotası Örnekleri

ROTA	ÜLKE
Pizza Rotaları ve Turları	İtalya
Makarna Rotaları	İtalya
Peynir Rotaları ve Turları	Fransa, İtalya, İspanya, İsviçre, Hollanda, İngiltere
Noodle/Ramen Rotaları	Çin, Japonya
Hamburger/ Sandviç Rotaları	Amerika, Almanya
Tapas/Paella Rotaları ve Turları	İspanya
Sashimi/Sushi Rotaları	Japonya
Mantar Rotaları ve Turları	Fransa, İtalya, Amerika
Çikolata Rotaları ve Turları	Meksika, İspanya, Fransa, Almanya, Belçika, İsviçre
Baharat Rotaları ve Turları	Hindistan, Fas, Mısır, Cezayir, Çin, Japonya
Zeytin ve Zeytinyağı Rotaları	İspanya, İtalya, Yunanistan, Portekiz, Suriye, Fas, Fransa
Tuz Rotaları ve Turları	Fransa, Portekiz, Hindistan, Amerika
Vanilya Rotaları ve Turları	Meksika, Madagaskar, Endonezya, Filipinler
Kahve Rotları ve Turları	Etiyopya, Brezilya, Kolombiya, Endonezya, Kenya,
Çay Rotaları ve Turları	Türkiye, Hindistan, Çin, İngiltere, Japonya, Rusya
Şarap Rotaları ve Turları	Fransa, İtalya, İspanya
Bira Rotaları ve Turları	Almanya, Avusturya, İngiltere
Viski Rotaları ve Turları	İskoçya, İrlanda, Kanada, Amerika
Votka Rotaları ve Turları	Polonya, Rusya

**Kaynak:** Deveci ve Deveci, 2021.

Tablo 1.2'de, farklı gastronomi ürünleriyle oluşturulan rota ve turların dağılımı gösterilmektedir. Bu rotalar, tarımsal üretim kaynakları, ülkelere özgü içecekler, yemekler, baharatlar ve yiyecekler üzerine kurulmuştur. İtalya, gastronomi rotası oluşturma konusunda en başarılı ülkelerden biri olup, İtalya'daki turların 3-8 gün sürdüğü ve zengin gastronomi deneyimleri sunduğu belirlenmiştir (Yücel Güngör vd., 2021). Gastronomi turizminin başarılı olabilmesi için, öncelikle kaliteli hammaddelere sahip olmak ve ardından bu malzemelerden bölgeye özgü tariflerle hazırlanan lezzetli yemekler sunmak gerekmektedir. Bu başarı, yalnızca hammadde üreten yerlerin (üzüm bağları, zeytinlikler, kür tesisleri, yağ değirmenleri, şarap üretim tesisleri vb.) varlığıyla sağlanmaz; aynı zamanda turistlerin bölgenin geleneksel yemeklerini ve

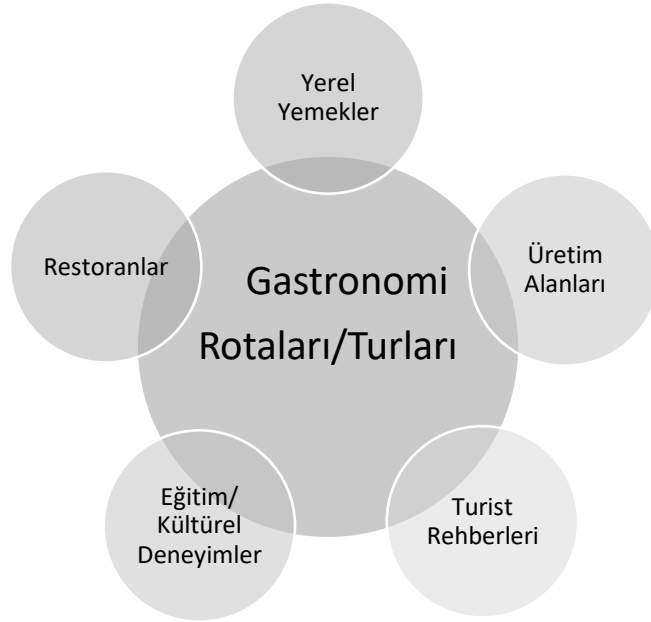
kültürel öğelerini deneyimleyebilecekleri restoranlar, konaklama alanları, satış yerleri gibi unsurları barındıran kapsamlı bir gastronomi rotasına sahip olmak gerekir. Ayrıca, bu rotanın bir parçası olan, iyi planlanmış ve zengin içerikli bir teklif de büyük önem taşımaktadır (Zvirbule vd., 2023, s. 6).

Gastronomi rotalarının gelişimi, genellikle ülkelerin turistik destinasyonlar olarak çekiciliğini artırmaya yönelik kullandıkları markalaşma stratejileriyle ilişkilidir. Etkili çevrimiçi pazarlama ve yerel mutfak deneyimlerinin tanıtımı, uluslararası ziyaretçileri cezbetmeye yönelik güçlü bir imaj yaratmak açısından büyük önem taşımaktadır (Uçkan Çakır ve Özbay, 2022, s. 42; Long vd., 2024). Bu markalaşma, yalnızca geleneksel mutfakları tanıtmakla kalmayıp, aynı zamanda yerel tarım uygulamalarını da dahil ederek sürdürülebilir turizm girişimlerini teşvik etmektedir (Privitera, Štetić, Baran ve Nedulcu, 2020). Gastronomi rotaları, bir bölgenin mutfak kültürünü, geleneksel yemeklerini ve yerel üretim alanlarını tanıtmak amacıyla tasarlanmış, özellikle yiyecek ve içecek üzerine odaklanan turistik turlardır. Bu rotalar, turistlerin sadece gezip görmekle kalmayıp, aynı zamanda bölgenin yemek kültürünü deneyimleyerek, yerel mutfaklar hakkında derinlemesine bilgi edinmelerini sağlar. Türkiye ve dünya genelindeki gastronomi rotaları, kültür, ekonomi ve turizmin dinamik bir birleşimini yansıtmaktadır. Yerel mutfakların festivaller, markalaşma çabaları ve benzersiz mutfak deneyimleri aracılığıyla stratejik olarak tanıtılması, ziyaretçilerin dikkatini çekmek ve kültürel etkileşimi desteklemek açısından önemli bir rol taşımaktadır. Ülkeler, gastronomi turizmi potansiyellerini keşfetmeyi ve geliştirmeyi sürdürürken, yerel unsurların modern pazarlama stratejileriyle harmanlanması, bu niş pazarın sürdürülebilirliği için önemli bir faktör olmaktadır.

#### **1.1.4. Gastronomi Rotasının Bileşenleri**

Gastronomi rotaları birçok unsuru içerisinde barındırmaktadır. Seyahatlerinde rotaları deneyimlemek isteyen kişiler için gastronomi rotasının bileşenleri; *yerel yemekler* (yöreye ait geleneksel yemekler, tarifler), *üretim alanları* (yerel üreticiler, üzüm bağları, zeytinlikler, süt çiftlikleri, şarap imalathaneleri, peynir üreticileri vb.), *restoranlar* (turistlerin yöresel yemekleri deneyimledikleri mekanlar), *eğitimsel/kültürel deneyim* (yemek pişirme kursları, geleneksel yemek hazırlama

teknikleri, müzeler vb.) ve *turist rehberleri* (ziyaretçilere yörenin mutfak kültürü hakkında bilgi veren rehberler). Şekil 1.2.'de gastronomi rotasının bileşenleri yer almaktadır;



Şekil 1.2. Gastronomi Rotasının Bileşenleri

Gastronomi rotaları yöresel mutfak kültürünün korunmasını, yerel mutfak kültürünü tanıtmaya ve korumayı, yöresel yemeklerin üretim yöntemlerinin unutulmamasını amaçlamaktadır. Aynı zamanda yerel üreticileri destekleyerek küçük çaplı işletmeler maddi destek sağlamakta ve ekonomik kalkınmayı desteklemektedir. Rotalar ile farklı kültürlerden gelen ziyaretçiler geldikleri yörenin mutfak kültürünü ve geleneklerini tecrübe ederek kültürel etkileşim yaşamaktadır. Tüm bunların yanında yerel yemek üretimini destekleyerek doğal kaynakları korumakta ve sürdürülebilir turizm anlayışını geliştirmektedir.

### 1.1.5. Gastronomi Rotası Türleri

Gastronomi rotaları ~~ın~~ oluşturuldukları ilk zamanlarda, genellikle destinasyonun belli bir yiyecek/içecek ürününe yönelik ortaya çıkmıştır. Ürünün ne şekilde yetiştiği, hasatı ve nihai haline dönüşme süreci, hazırlanışı ve sunumu, başka

ürünlere eşlik etmesi ve hangi mekanlarda servis edildiğiyle alakalı çekiciliklerin ziyaretçilerin ihtiyaç ve beklentilerine göre gastronomi rotaları zamanla revize edilerek çeşitlenmiştir. Yiyecek temalı rotalar ziyaretçiler ile özel yiyecekler arasında bağ kurarak turizm ürününü zenginleştirmektedir (Boyne, Hall ve Williams, 2003, s. 132). Gastronomi rotaları farklı şekillerde gerçekleştirilmektedir. İçeriğinde yemek turları, festivaller, yemek pişirme ve eğitim turları, üretim turları veya bir ürüne yönelik turlar olabilmektedir.

### **1.1.5.1. Gastronomi Festivallerine Yönelik Rotalar**

Festivaller süre gelen zaman zarfında adetlerine bağlı olarak yaşayan toplumların ihtiyaçları doğrultusunda yavaş yavaş şekil alan ve nesilden nesle aktarılan etkinliklerdir (Congcong, 2014, s. 53). Gastronomi festivalleri yöreye özgü yeme-içme ve mutfakla ilgilenilen, yerel yemeklerin detaylarını vurgulayan yiyecek temalı aktivitelerdir (Lee ve Arcodia, 2011, s. 357). Festivaller arasında en ilgi çekenlerden biri gastronomi festivalleridir. Bu festivaller sunum, üretim, tadım, reçeteler, yemek ritüelleri ve törenler ve mutfağa yönelik gelenek görenekler gibi çoğu unsuru bünyesinde barındırmaktadır (Davras ve Özperçin, 2021). Festivaller ayrıca destinasyonun tanıtılmasında ve ilgililerine pazarlanmasında önemli bir kaynaktır (Çetin, Demirel ve Çetin, 2019).

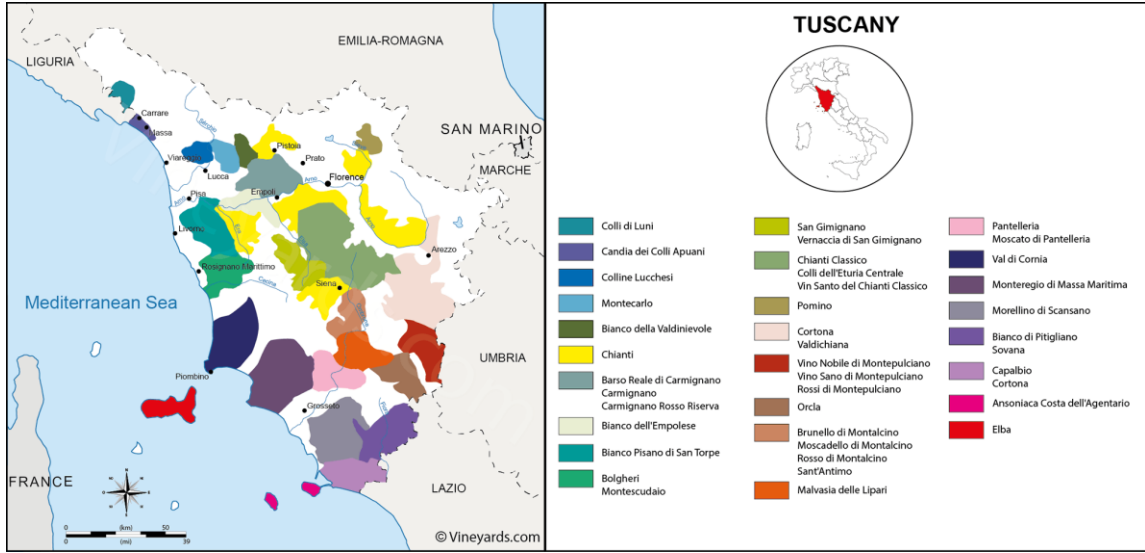
Dünya Gurme Zirvesi (Singapur), Chicago Tadı/Taste of Chicago (Chicago-Illinois, ABD), Epcot Uluslararası Yemek ve Şarap Festivali (Orlando-Florida, ABD), Hokitika Vahşi Yaşam Yemek Festivali (Hokitika, Yeni Zelanda), Mantı Festivali (Hong Kong), Pizza Festivali (Napoli, İtalya), Melbourne Yemek ve Şarap Festivali (Victoria, Australia), Çikolata Salonu/Salón del Chocolate (Kito, Ekvador), Phuket Vejeteryan Festivali (Phuket, Tayland), Ulusal Kiraz Festivali (Traverse City-Michigan, ABD), Ekim Festivali/Oktobertfest (Münih, Almanya), Shediak Istakoz Festivali (Shediak-New Brunswick, Canada), Domuz Pastırması Festivali (Sacramento-California, ABD), Ekmek Festivali/La Fête du Pain (Paris, Fransa), Kestane Festivali (Ardèche, France), Ringa Balığı Festivali (Hvide Sande, Danimarka), Dev Omlet Festivali (Bessières, Fransa), Domates Festivali/La Tomatina (Buñol, İspanya) ve Waikiki Konserve Jambon Festivali (Honolulu- Hawaii, ABD)

Dünya çapında gerçekleştirilen bazı gastronomi festivalleridir (Özgen, 2020). Türkiye’de ise gastronomi festival kültürü özellikle güney bölgede daha fazla yerleşmiştir (Erciyas ve Yılmaz, 2021, s. 91).

### **1.1.5.2. Şarap ve Bira Rotaları**

Şarap taze üzüm şirasının fermente edilmesi ile yapılan alkollü bir içecektir. İçeriğindeki temel bileşenler su, şeker ve alkoldür. Fakat şaraba tat ve koku sağlayan neredeyse dört yüz bileşenin olduğu söylenmektedir (Aktaş ve Özdemir, 2012, s. 98). M.Ö. 6 bin yılına ait üzerinde üzüm salkımı bulunan şarap testisindeki kalıntılar şarabın 7 bin yıldır içilen bir içki olduğuna dair kanıt sunmaktadır (Gürsoy, 2014, s. 31). Şarap turizmi şarapların tadımına yönelik gerçekleştirilen aktivitelerdir (Carlsen ve Dowling, 2001, s. 46). Bu turizm türü kültürel turizm, kırsal turizm, agroturizm ve ekoturizm niteliklerini gösteren kapsayıcı bir bölgesel turizm türüdür (Yıldız, 2009, s. 52). Şarap rotaları ise şaraba yönelik tüm faaliyetlerin düzenlendiği ve imalatçılar ile müşterilerin bulunduğu güzergahlardır (Yıldız, 2022, s. 57). Bu rotalarda gerçekleşen etkinlikler şarabın yapım aşamaları gibi süreçleri içerisinde barındırmaktadır. Ayrıca ziyaretçilere farklı deneyimler sunarak beş duyuya hitap edebilmektedir (Akkuş, 2017).

Şekil 1.3’ de İtalya’nın Toskana şehrinde yer alan şarap rotaları ve şarap tadımlarının yapıldığı haritada renkli şekilde gösterilmektedir. Ayrıca bu rotada önemli şarap rotaları yer almaktadır.



Şekil 1.3. Toskana Şarap Rotasına Ait Bir Görsel (Vineyards.com).

Bugün şarap rotaları gastronomi rotaları arasında en önemli temsilci olsa da diğer rotalara olan ilgi her geçen gün artmaktadır. Bu rotalar turistlere kültürel ve coğrafi açıdan birçok unsuru barındıran etkinlik, kaynak ve ürün sunabilmektedir (Lignon-Darmaillac, 2009). Dünya’da gerçekleştirilen bazı şarap rotaları şunlardır: Alsace Şarap Rotası (Fransa), Toskana Şarap Rotası (İtalya), Rioja Şarap Rotası (İspanya), Douro Vadisi Şarap Rotası (Portekiz), Valais Şarap Rotası (İsviçre), Alman Şarap Rotası (Almanya), Napa Vadisi Şarap Rotası (ABD), Uco Vadisi Şarap Rotası (Arjantin), Stellenbosch Şarap Rotası (Güney Afrika), Mornington Peninsula Şarap Rotası (Avusturalya) (Yıldız, 2022).

Fotoğraf 1.1. Chianti şarap bölgesine ait bir görsel (Toskana)



**Kaynak:** Vineyards.com

Türkiye’de gerçekleştirilen şarap rotaları ise Trakya Bağ Rotası, Bozcaada Bağ Rotası, Urla Bağ Rotası, Denizli Bağ Rotası, Kapadokya Bağ Rotası, Tokat Bağ Rotası, Elâzığ ve Malatya Bağ Rotası ve Diyarbakır ve Mardin Bağ Rotasıdır (Yıldız, 2022).

Bira turizmi temelde bira deneyimi yaşamak isteyen turistler bira üretim tesislerini gezmek festival ve faaliyetlere katılmak amacıyla gerçekleştirilen ziyaretlerdir (Plummer vd., 2005, s. 449). Bu aktivitelerde, biraların yerel halkın kültürü ile sıkı ilişkisi, eşsiz, otantik ve yöreye özgü lezzetler içeren farklı üretim yöntemleri ile yapıldığı gözlemlenmektedir (Işıldar ve Yıldız, 2020, s. 212). Tablo 1.3’de bira destinasyonların tercih eden ziyaretçilerin tipolojisine yönelik bilgiler verilmiştir.

**Tablo 1.3** Bira Destinasyonlarının Tipolojisi

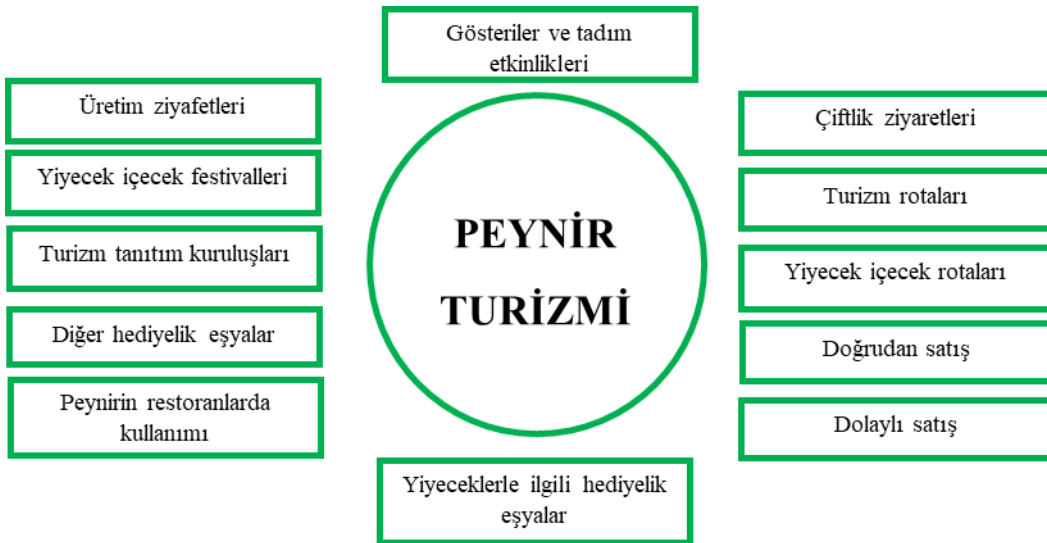
<b>Kategori</b>	<b>Örnekler</b>
Ziyaretçi çekmek amacıyla tasarlanmamış çekicilikler	Bira üretim tesisleri ve alanları
Ziyaretçi çekmek amacıyla tasarlanmış çekicilikler	Bira müzeleri ve sergi salonları, barlar ve kafeler, bira bahçeleri, kendi biranı yap etkinlikleri
Özel etkinlikler ve festivaller	Bira festivalleri, bira rotaları, bira gezmeleri, bira turizmi

**Kaynak:** Plummer vd., 2005.

Bira rotaları çeşitli bira türlerinin tadıldığı, bira ve bar kültürünün tecrübe edildiği, bira temalı müzelerin seyahat edildiği ve birayla ilgili festivallerin yapıldığı güzergahlar şeklinde ifade edilmektedir. Dünya’da gerçekleştirilen bira temalı rotalar şu şekildedir; Bira ve Kale Rotası (Almanya), Geleneksel Londra Bira Turu (İngiltere), Guinness Storehouse ve Dublin Bira Rotası (İrlanda), Brugge Bira Rotası (Belçika), Prag ve Pilsen Bira Rotası (Çekya), San Diego Bira Rotası (ABD-Kaliforniya), Vancouver Bira Rotası (Kanada). Türkiye’de ise bira rotaları geliştirilmese de bira temalı etkinlikler ve festivaller düzenlenmektedir (Yıldız, 2022).

### 1.1.5.3. Peynir Rotaları

Peynir, kendi yöresinde otlayan hayvanların sütlerinden yapılan, meradan tüketime kadar orijinalliğini sürdüren bir üründür. Coğrafi bölgelere özgü peynirlerin üretiminde, her üreticinin kullandığı yöntemler farklılık göstermektedir (Fusté-Forné, 2016). Peynire yönelik faaliyetler ilk olarak Fransa, İtalya, İspanya ve Yeni Zelanda gibi ülkelerde turistlerin dikkatini çekmiştir. Peynir turizmi, gastronomi turizmi içerisinde farklı bir kaynak olarak yer edinmektedir (Ermolaev, Yashalova ve Ruban, 2019). Peynir turizmi sütün üretim aşamasından peynir yapımına kadar olan süreci kapsamaktadır. Bu nedenle peynir temalı turizm etkinlikleri kırsal alanlarda ve hayvancılık geleneğini sürdüren bölgelerde gelişim gösterebilmektedir. Ayrıca sadece peynir tadımları değil aynı zamanda peynirle ilgili yemek turları, rotaları, etkinlikleri, yerel mağazaları ve bunlara yönelik seyahatleri içermektedir. Bu hususta Fransa'daki Camembert köyü, Hollanda'daki Gouda peyniri pazarı ya da ABD'deki Wisconsin peynir rotası peynirin turistik çekim unsuru olarak kullanılmasına örnektir (Fusté-Forné, 2020). Peynir rotaları geleneksel ve el yapımı peynir çeşitleriyle özellikle son yıllarda yapılan çalışmalarla gastronomi rotaları arasında önemli bir noktaya gelmiştir (Aksakallı Bayraktar, 2022, s. 96).



Şekil 1.4. Peynir Turizmi Döngüsü (Fusté-Forné, 2015).

Peynir rotaları ile peynirin üretim ve satış noktaları dışında çiftlikler, meralar, peynir temalı müzeler ve tadım merkezleri saptanarak işaretlenmektedir. Ardından tüm bu alanların dahil olduğu güzergâh saptanarak rota bütüncül bir yaklaşımla oluşturulmaktadır (Aksakallı Bayraktar, 2021). Dünya kapsamında peynir rotaları ürüne yönelik veya ziyaret edilen bölgeye yönelik gerçekleştirilebilir. Dünya çapında gerçekleştirilen peynir rotalarından bazıları; Schleswig-Holstein Peynir Rotası, Bregenzerwald Peynir Rotası, Emmental Peynir Rotası, Vermont Peynir Rotası, California Peynir Rotası, WNC Peynir Rotası. Türkiye’de ise peynirleri ile ünlü olan Kars ili için 2021 yılında geliştirilen Kars Peynir Rotasıdır (Aksakallı Bayraktar, 2022).

#### **1.1.5.4. Şehirlere Yönelik Gastronomi Rotaları**

Ulusal ve uluslararası düzeyde organize edilen etkinlikler, yiyecek içeceğe yönelik fuarlar, festivaller, yöresel yemek günleri, yarışmalar ve gastronomi rotaları gibi faaliyetler gastronomi turizminin ilerlemesinde büyük etki göstermektedir (Ağlamaz Susup, 2018, s. 46; Özersin, 2019, s. 107). Gastronomi turizmi açısından öne çıkan destinasyonlar başta Türkiye olmak üzere İtalya, İspanya, Fransa, Belçika, İsviçre, ABD, Kosta Rika, Japonya, Tayland, Sri Lanka ve Malezya’dır. Tüm bu ülkeler gastronomi konusunda ön planda olup ülkelere bu alanda yatırımlar yapılmaktadır. Ülkelerin tarihi ve kültürel zenginlikleri gastronomi turizmini desteklemektedir. Dünya çapında gastronomi turları için en fazla ziyaretçi çeken bu ülkeler turistler tarafından gastronomi rotaları ve yeme içme etkinlikleri için tercih edilmektedir (Kivela ve Crots, 2006, s. 356; Şahin, 2016, s. 73-74; Ağlamaz Susup, 2018, s. 30; Özersin, 2019, s. 96).

Dünya çapında gastronomi rotası yönünden zengin ülke ve şehirler; California Napa Vadisi (ABD), Avustralya, Şili, Toskana (İtalya), Champagne Burdunгы (Fransa), Güney Afrika’dır. Bu rotaların ortak özellikleri şarap turizmine yönelik gerçekleştirmeleridir. Türkiye’de ise UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı’nda olan Gaziantep ve Hatay gastronomi rotaları yönünden ilk sıralarda yer almaktadır (Kıran ve Kızılırmak, 2022).

**Tablo 1.4.** T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Gastronomi Rotaları

Rota Adı	Güzergahta Yer Alan Destinasyonlar
Marmara Türkiye	Rota 1-Edirne-Keşan-Malkara-Tekirdağ-Çorlu-Lüleburgaz-Kırklareli
Ege Türkiye	Rota 1-Assos-Adatepe-Edremit-Ayvalık-Cunda-Bergama Rota 2-İzmir-Urla-Çeşme-Alaçatı
Akdeniz Türkiye	Rota 1-Antalya-Elmalı-Korkuteli-Manavgat-İbradı-Akseki
Karadeniz Türkiye	Rota 1-Bolu-Karabük-Kastamonu Rota 2-Giresun-Trabzon-Rize
Merkez Türkiye	Rota 1-Konya-Beyşehir
Güneydoğu Türkiye	Rota 1-Gaziantep-Halfeti-Rum Kale-Göbeklitepe-Şanlıurfa-Harran
Doğu Türkiye	Rota 1-Tatvan-Ahlat-Adilcevaz-Erciş-Muradiye-Van-Gevaş

**Kaynak:** Gastronomy GoTürkiye Experiences, 2021.

Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023 Turizm Stratejisi'nde rota kelimesinin yerine koridor kelimesi kullanılarak yedi tane turizm koridoru değerlendirilmiştir. Bakanlık bu rota çalışmalarını Ocak 2021'de revize etmiştir (Gogastorturkiye, 2021).

#### 1.1.5.5. Yerel Yemek Rotaları

Destinasyon pazarlamasında üzerine dikkat çeken konulardan biri yerel yemek kültürüdür (Henderson, 2016, s. 56). Gastronomi, bir turistik destinasyonun benzersizliğini sağlayan en önemli faktörlerden biridir. Bir bölgenin mutfağını turizmde öne çıkarabilmek için, yerel yiyecek ve içeceklerin yanı sıra, bu lezzetlerin hazırlanma yöntemleri, toplumsal değerleri, hikayeleri ve tarihleri de ziyaretçilere aktarılmalıdır (Şimşek ve Yıldız, 2020: 687). UNWTO (2012, s. 4) Küresel Raporuna göre ziyaretçilerin yeme içmeye verdiği değer ve yerel yemekleri deneyimleme arzusu her geçen gün artmaktadır. Gastronomi turizmi bağlamında, yemek rotaları, modernleşme ve küreselleşme döneminde insanların yaşam tarzını yansıtan somut olmayan kültürel miraslar olarak değerlendirilmektedir. Nitekim mutfak kültürünün gelecek nesle aktarılıp sürdürülebilirliğinin sağlanması her geçen gün zorlaşmaktadır (Cheung, 2013, s. 357). Yemek kültürü, çeşitli yiyeceklerin belirli tat profilleri, hazırlanma yöntemleri, tüketim alışkanlıkları ve gıdaların tarladan sofraya ulaşım

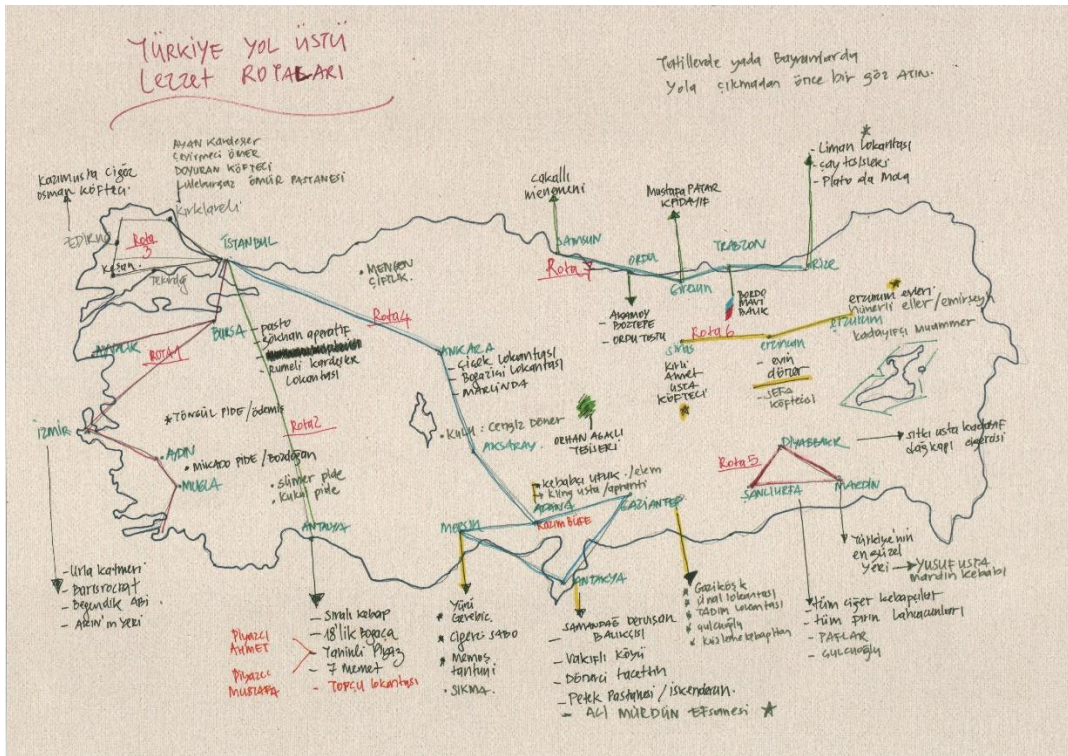
süreciyle şekillenmektedir (Belasco, 2008, s. 34). Yerel yemekler, aynı zamanda tarımsal ürünlerin değerinin artırılmasında ve yerel halkın ekonomisinin canlanmasında önemli bir rol üstlenmektedir. Yerel yemekler hem geçmişle olan kültürel bağları hem de sağlık açısından taşıdıkları faydalarla öne çıkmaktadır; ancak bu yemeklerin büyük çoğunluğunun resmi olarak kayıt altına alınmış tarifleri bulunmamaktadır (Adikari ve Lakmalı, 2016, s. 61).

Turistik alanlarda yerel mutfakların tanıtılması ve bunu yaparken belirli rotalar veya planlar doğrultusunda hareket etmesi büyük önem taşımaktadır (Zainal, Zali ve Kassim, 2010, s. 15). Turistlerin bir bölgede yaşayacakları deneyimler ve yapacakları seçimlerde etkili olan, destinasyonun yemeklerini ve yemek kültürünü tanıtan gastronomi turları, bölgenin öne çıkmasına katkı sağlamaktadır (Sormaz, Akmeşe, Güneş ve Aras, 2016, s. 727). Turistlerin yerel yemekleri tercih etmesi, gıda taşımacılığında kaynaklanan karbon ayak izini azaltırken; aynı zamanda hem yerel halk hem de ziyaretçiler için çeşitli faydalar sağlayarak kırsal destinasyonların ekonomik, kültürel ve çevresel sürdürülebilirliğine önemli katkılarda bulunmaktadır (Zhang, Chen ve Hu, 2019, s. 1) İtalya, İspanya, Fransa, Avustralya ve Amerika (Napa Vadisi) gastronomi turlarının en popüler düzenlendiği destinasyonlar arasında yer almaktadır. Toskana bölgesine ait şarap, zeytinyağı, trüf mantarı ve peynir gibi ürünleri tanıtan turlar düzenlenmektedir. Benzer şekilde, Fransa'da da şarap ve peynir odaklı turlar düzenlenmekte, bu tür etkinlikler ziyaretçilere üretim süreçlerini yerinde deneyimleme fırsatı sunarak, bölgeye özgü eşsiz lezzetleri ön plana çıkarmakta ve turistlerde derin bir farkındalık yaratmaktadır (Türkay ve Genç, 2017, s. 228-229). Yerel yemeklere yönelik turlar özellikle İtalya, İspanya, Fransa, Avustralya ve Amerika gibi ülkelere düzenlenmektedir.

İtalya'da gerçekleştirilen youtooscan.com projesi, Üniversitelerarası Turizm Araştırma Merkezi (Centro Interuniversitario di Ricerca sul Turismo (CIRT)) ve Floransa Üniversitesi gibi araştırma kuruluşlarının yanı sıra, Maiano Çiftlik Evi (Farmhouse of Maiano) gibi işletmeler ve Fiesole şehri dâhil yerel kamu yönetimlerini içeren bir paydaş grubu ile hayata geçirilmiş ve Toskana bölgesinde yerel yemeklerin nasıl yapılacağı ile ilgilenmektedir (Meacci ve Liberatore, 2015, s. 6-7). Ayrıca

pandemi süreciyle birlikte Porto'nun Taste Porto isimli yemek şirketi online yerel yemek tariflerinin yapıldığı kurslar düzenlemiştir (Taste Porto, 2025). Benzer şekilde Culinary Backstreets şirketi yerel yemeklerin tariflerinin yapıldığı kurslar düzenleyerek bu uygulamayı bir turistik seyahat olarak sunmaktadır. Dünyanın çoğu şehrinde bu turlar düzenlenmektedir. Atina, Barcelona, Pekin, Lizbon, Marsilya, Meksika, Napoli, Oaxaca, Porto, Queens, Sangay, Tiflis ve Tokyo bu şehirlerden bazılarıdır. Ayrıca şirket Türkiye'de de İstanbul ilinde turlar düzenlenmektedir (Culinary Backstreets, 2025).

Fotoğraf 1.2. Türkiye'de Yerel Yemek Rotaları



Kaynak: Akkor, 2021.

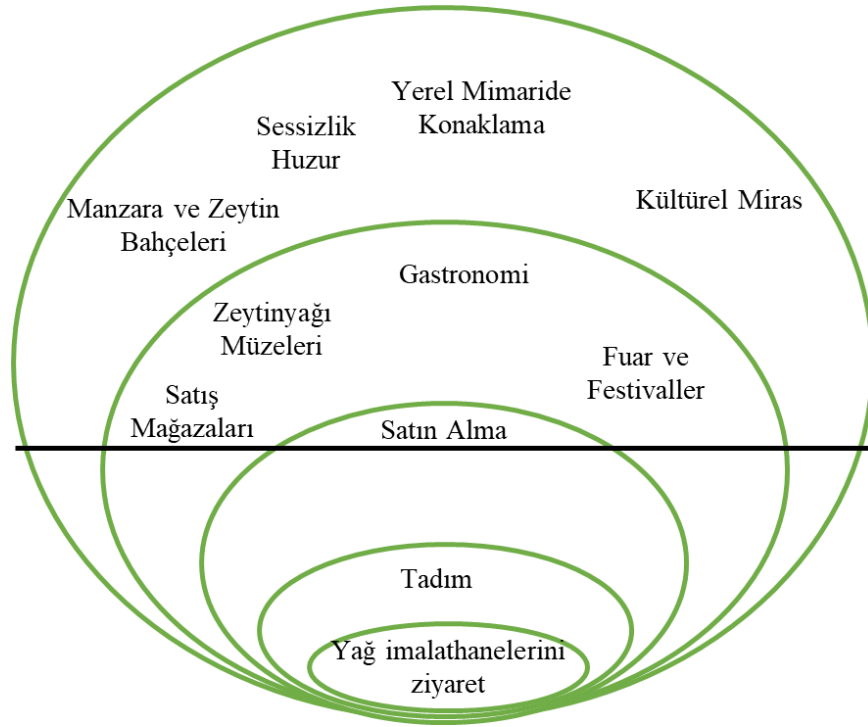
Fotoğraf 1.2'de Ömür Akkor'un kendi deneyimlerinden yola çıkarak hazırlanmış olduğu harita yer almaktadır. Bu harita doğrultusunda yerel yemeklerin deneyimlenebileceği yedi rota önerisi sunulmaktadır. Türkiye'nin yedi bölgesinde hangi yemeklerin tüketilebileceği, bu lezzetlerin nerelerde deneyimlenebileceği ve

aynı zamanda bölgelerin sahip olduğu farklı turistik değerlerin de keşfedilmesi gerektiği vurgulanmaktadır.

#### **1.1.5.6. Zeytin/Zeytinyağı Rotaları**

Zeytinyağı, vücuda enerji sağlamanın yanı sıra, bünyesinde yer alan monosatüre yağ asitleri ve minör bileşenler sayesinde başta kalp-damar hastalıkları, hipertansiyon, kanser, sindirim sistemi ve sinir sistemi rahatsızlıklarına karşı koruyucu bir etki gösteren bir yiyecektir. Ayrıca, büyüme dönemindeki çocuklar için en sağlıklı yağın zeytinyağı olduğu da bilinmektedir (Durlu Özkaya ve Cömert 2011, s. 440; Durlu-Özkaya ve Özkaya 2017, s.401). Gastronominin yanı sıra zeytin turizmi, ziyaretçilerin belirli destinasyonlarda üretilen zeytin, zeytinyağı ve sabunları satın almayı, üretim tesislerini ziyaret etmeyi içeren etkinliklerle şekillenen bir turizm anlayışıdır (Beames, 2003, s. 205). Zeytin turizminin yaygınlaşması, zeytinyağının imajını güçlendirmektedir. Ayrıca, zeytinyağıyla ilgili bilgi birikiminin artmasına ve bu ürünün üretildiği destinasyona ekonomik katma değer sağlanmasına katkı sağlamaktadır (Alebaiki ve Iakovidou, 2010, s. 32). Antik çağlara kadar uzanan geçmişle tarım alanında önemli bir yer tutan zeytinciliğin turizm çerçevesinde ele alınması, “tarım endüstrisi turizmi” kavramı altında “zeytin ve zeytinyağı turizminin ortaya çıkmasına neden olmuştur. İspanya ve İtalya, zeytin ve zeytinyağının başrolde olduğu bu tür aktivitelerde en gelişmiş ülkelerden biri olarak öne çıkmaktadır (Murgado, 2013, s.101).

Şekil 1.5'de görüldüğü üzere, zeytin/zeytinyağı turizminde turistlerin katıldıkları başlıca aktiviteler şunlardır: zeytin sıkım atölyelerini, tarihi zeytinyağı imalathanelerini, mahzenleri, zeytinyağı satış noktalarını ve müzeleri ziyaret ederek üretim süreci hakkında bilgi edinmek; zeytin bahçelerindeki manzarayı seyretmek ve yoga gibi rahatlatıcı sağlık etkinliklerine katılmak; zeytinyağı fuarları ve festivallerine katılmak; tadım etkinlikleri ve diğer gastronomik aktiviteler gerçekleştirmek; zeytin ve zeytinyağına dair yerel kültür hakkında bilgi almak; zeytin ve zeytinyağı ile ilgili diğer sektörlere (kozmetik, konserve, ağaç oymacılığı vb.) dair bilgi edinmek (Millán Vázquez De La Torre vd., 2017; Murgado vd., 2011).



Şekil 1.5. Zeytinyağı Turizminde Turistlerin Katıldıkları Başlıca Aktiviteler (Murgado vd., 2011).

Zeytin ve zeytinyağı üretimi ile tesislerine olan turist ilgisini artırmak amacıyla, tarım ürünlerinin satışının da yer aldığı farklı turizm etkinlikleriyle entegre edilmesi gerekmektedir (Alonso ve Northcote, 2010, s. 697). Zeytinyağı Rotası, 2007 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından oluşturulan Türkiye'nin resmi gastronomi rotalarından biridir. Bu rota, Aydın, İzmir, Muğla, Balıkesir, Çanakkale, Adana, Mersin, Hatay ve Antalya illerini kapsamaktadır. Zeytinyağı Rotası, Türkiye'deki zeytinyağı üretiminin kültürel ve tarihi mirasını tanıtmayı, aynı zamanda bölgelerin gastronomik ve turistik potansiyelini ön plana çıkarmayı amaçlamaktadır (Özkaya vd., 2018). Dünya'da zeytin/zeytinyağına yönelik rotalar İspanya, İtalya, Yunanistan, Portekiz, Suriye, Fransa ve Fas'ta düzenlenmektedir (Deveci ve Deveci, 2021). Türkiye'de ayrıca zeytin ve zeytinyağına yönelik düzenlenen festivaller de özellikle Ege ve Marmara bölgelerinde düzenlenmektedir. Ege bölgesinde düzenlenen festivaller; Kuşadası Zeytin festivali (Aydın) ve Akhisar Zeytin Hasat Şenlikleri (Manisa)'dir. Marmara bölgesinde düzenlenen festivaller ise; Edremit Zeytin Hasat Sonu Şenliği (Balıkesir), Ayvalık Zeytin Hasadı Festivali (Balıkesir), Uluslararası Burhaniye Zeytin ve Zeytinyağı Hasat Festivali (Balıkesir), Orhangazi Zeytin Festivali (Bursa), Uluslararası Gemlik Zeytini Festivali (Bursa), Şimdi Mudanya Zamanı

(Bağbozumu Şenliği-Kara İncir Şenliği-Zeytin Şenliği) (Bursa), Zeytin Kurtuluş Şenlikleri (Çanakkale), Geleneksel Geyikli Belediyesi Yağlı Güreş, Kültür Etkinlikleri ve Zeytin Festivali (Çanakkale) şeklindedir.

#### **1.1.4. İlgili Çalışmalar**

Gülbay (2007) çalışmasında, Fethiye'nin turizm güzergahlarını belirlemek için Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS) kullanımının avantajlarını incelemiştir. Çalışma, 12 farklı turizm türü (gastronomi, doğa, sağlık, tarih vb.) ve 40 turistik alt faaliyet türünü kapsamaktadır. Ayrıca, konaklama tesislerinin kalitesi, turistik potansiyellere yakınlık, farklı ulaşım yöntemleri gibi faktörlerin güzergâh çeşitliliğine etkisi araştırılmış ve bir turizm güzergahı planlayıcısı tasarlanmıştır. Çalışmanın faydaları arasında turistlere esnek güzergahlar sunulması, turizm türlerinin yaygınlaştırılması, etkili planlama, turistik tesis alanlarının tespiti, envanterin korunması ve tanıtım, alternatif turizm alanlarının belirlenmesi ve kültür varlıklarının kayıt altına alınması yer almaktadır.

Rogerson (2007) çalışmasında, Güney Afrika'daki Magaliesberg Meander turizm rotasının yerel kalkınma üzerindeki etkilerini incelemiştir. Rota, bölgenin turizm potansiyelini artırırken, yerel yönetimlerin turizm planlamasındaki eksiklikler nedeniyle çevredeki topluluklar üzerindeki etkilerinin sınırlı kaldığını vurgulamıştır. Magaliesberg bölgesindeki rota turizmi, turizmin büyüme potansiyelini artırırken, çevredeki topluluklar üzerindeki etkileri sınırlı kalmıştır. Bu etki, daha çok yerel turizm işletmelerinde istihdam yaratılmasıyla sınırlıdır.

Kızılırmak, Ofluoğlu ve Şişik (2016) çalışmalarında, Türkiye'deki mevcut gastronomi turlarını ve bu turların rotalarını incelemeyi amaçlamaktadır. 3 Şubat 2015-18 Mart 2015 tarihleri arasında yapılan web tabanlı tarama ile 46 farklı gastronomi rotası analiz edilmiştir. Bu turlar, Türkiye'nin farklı bölgelerindeki gastronomi deneyimlerini kapsamaktadır. İncelenen rotaların 14 tanesi, Akdeniz Bölgesi'nin doğusunda yer alan Adana, Hatay ve Kahramanmaraş illeri ile birlikte Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ni içermektedir. Özellikle Gaziantep, Şanlıurfa ve Antakya gibi şehirler, bu rotaların çoğunda yer almakta olup, Gaziantep 10, Şanlıurfa 7, Antakya ise 5 turda destinasyon olarak belirlenmiştir. Araştırmada, bu bölgelerdeki

gastronomi turlarının içerikleri değerlendirilmiş ve farklı alternatif rota önerileri geliştirilmiştir.

Çakır, Çiftçi ve Çakır (2017) çalışmalarında Trakya Kalkınma Ajansı tarafından desteklenen ve 2016'da tamamlanan projenin Lezzet Rotası verileri değerlendirmiştir. Elde edilen veriler, doküman incelemesi yöntemiyle analiz edilmiştir. Değerlendirmelerin sonucunda Lezzet Rotası'nda bulunan bazı ürünlerin detaylarında bilgi eksiklikleri saptanmıştır. Bununla birlikte rota oluşturulurken, yöreye yönelik gerçekleştirilen çalışmaların yeterince değerlendirilmediği gözlemlenmiştir.

Akdu ve Akdu (2018) araştırmalarında, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na dahil olan gastronomi şehirlerinin (26 şehir) web sitelerinin, gastronomi turizmi tanıtımı ve pazarlaması için ne kadar etkili kullandığını incelemiştir. Sonuçlara göre, çoğu şehir web sitelerinde UNESCO gastronomi şehri logosu ve temasına yer vermemiş, sadece bir şehirde gastronomi rotası ve haritası bulunmuştur. 23 şehirden 22'sinde ise gastronomi rotası ve haritası yer almamaktadır. Bu eksiklik, şehir yöneticilerinin turizm paydaşlarıyla iş birliği yaparak gastronomi rotalarını belirlemeleri gerektiği şeklinde değerlendirilmiştir.

Çavuşoğlu ve Çavuşoğlu (2018) çalışmalarında, Gökçeada'nın gastronomik potansiyelini keşfetmeyi, adayı gastronomi turizmi için cazibe merkezi haline getirmeyi ve gastro turistlere yönelik bir referans kaynağı sunmayı amaçlamaktadır. Gökçeada'ya özgü yiyecek ve içeceklerin listesi hazırlanarak, adanın merkezi ve köylerinde hangi lezzetlerin tadılacağına dair bilgiler sunulmuştur. Gökçeada Lezzet Rotasında yer alan yöresel yemekleri adanın çeşitli bölgelerinde bulunan özel lezzetleri içermektedir, örneğin Merkez ilçesinde bademli kurabiye ve şarap, Tepeköy'de ahtapot yahnisi, Kaleköy'de ise oğlak çevirme ve karides güveç gibi çeşitli yöresel tatlar bulunmaktadır.

Özkaya vd., (2018) çalışmalarında Türkiye'deki yöresel tescilli zeytin çeşitlerinin Marmara Bölgesi'nden başlayarak Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ne uzanan coğrafi dağılımını ve bu çeşitlerin yolculuğunu ele almıştır. Zeytin çeşitleriyle

birlikte yöresel zeytinyağlı yemekler tanıtılarak, zeytinyağlı yemeklerin sağlıklı yaşam üzerindeki etkisi vurgulanmıştır. Çalışmada, 13 ilde 11 zeytin/zeytinyağı çeşidi ve 29 farklı zeytinyağlı yemeği kapsayan bir “Zeytinyağlı Yemekler Rotası” oluşturulmuş ve bu rota, zeytinyağlarının markalaşmasına katkı sağlamayı amaç edinmiştir.

Acar ve Karaosmanoğlu (2019) yapmış oldukları çalışmada, gastronomi turlarının genellikle Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde yoğunlaştığını belirterek, Batı Karadeniz Bölgesi’ne alternatif bir tur programı oluşturmayı amaçlamaktadır. Düzce ilinde, Çerkez mutfağı ve kültürünü deneyimlemeye yönelik bir tur önerisi geliştirilmiş ve bu turun, literatüre katkı sağlaması beklenmektedir. Araştırma, Çerkeslerin Anadolu’ya göçü ve mutfaklarındaki önemli tatlar hakkında bilgi sunmakta ve Düzce ilinde iki gece konaklamalı bir tur programı önermektedir.

Kargiglioğlu, Bayram ve Çetin (2019) araştırmalarında, coğrafi işaretli ürünler ve gastronomi turlarını birleştiren bir model geliştirmeyi amaçlamaktadır. Batı Karadeniz Bölgesi’nde, coğrafi işaretli ürünler ile bir tur programı oluşturulmuş ve 74 coğrafi işaretli ürünle ilgili rota önerisi hazırlanmıştır. Bu rota, Ankara, Bolu, Düzce, Zonguldak, Bartın, Kastamonu ve Sinop illerini kapsayarak 2 gece 3 gündüz süren bir program sunmaktadır.

Yazar (2019) araştırmasında Gökçeada’da gastronomi turizmi, slow food ve gastronomi rotalarını incelemeyi amaçlamıştır. Nicel araştırma yöntemiyle, 2017 yılı Ekim-Aralık döneminde 367 kişi üzerinde anket uygulanmıştır. Anket, katılımcıların demografik özellikleri, Gökçeada’daki yaşamları ve Cittaslow markasına ilişkin görüşlerini içeren dört bölümden oluşmuştur. Sonuç olarak Gökçeada’nın gastronomi turizminin temel ürünleri olarak keçi peyniri, zeytin, zeytinyağı, sebze yemekleri, et yemekleri, kahvaltı, köy ekmeği, unlu mamuller ve yöresel içecekler belirlenmiştir. Bu ürünler üzerinden gastronomi turizmi rotaları oluşturulmuş ve rota detayları açıklanarak, ziyaretçilere köydeki lezzetleri keşfetme imkânı sunulmuştur. Rotalarda mekân ve işletme isimleri yer almazken, ziyaretçilerin keşif yapması teşvik edilmiştir.

Bayar (2020) Gaziantep’teki yerli ve yabancı turistlerin yıl boyu yoğun talep gösterdiği restoranları haritalandırmış ve bu restoranlar arasındaki güzergâha “Gastro-

rota” adı vermiştir. Gaziantep’in gastronomi turizmi gelişimi, literatür taraması, gözlemler ve anketlerle değerlendirilmiş, en popüler mekanlar ve mimari özellikleri belirlenmiştir. Sonuç olarak, literatüre “gastroharita”, “gastrorota” ve “gastrota” terimlerinin kazandırılması hedeflenmiştir. Çalışma, Gaziantep’in kendine özgü mutfağına sahip tek şehir olduğunu ancak gastronomi turizmi açısından mekânsal ve kentsel beklentilerin tam olarak karşılanmadığını ortaya koymuştur. Son olarak bir gastronomi rotası oluşturulmuş ve gelecekteki benzer çalışmalara veri sağlanması öngörülmüştür.

Ekerim (2020) çalışmasında, Türkiye’nin yiyecek ve içecek türlerine göre bir gastronomi haritası oluşturmak ve gastronomi turizmine katkı sağlayacak rotalar belirlemeyi amaçlamıştır. Türkiye’nin farklı bölgelerindeki yiyecek ve içecek türlerine dair gastronomi haritası oluşturulmuştur. İkincil verilerle yapılan analizde, 334 gastronomi festivali, 144 coğrafi işaretli ürün ve 207 mahreç işaretli ürün incelenmiştir. Ayrıca, Türkiye genelinde popüler olan 367 çorba, 44 kebab, 260 et yemeği, 127 deniz ürünü, 76 tatlı, 18 süt ürünü, 47 içecek, 37 şarap ve 114 sebze-meyve ürünü ele alınarak yoğunluk haritaları ve rotalar oluşturulmuştur. Çalışma, toplamda 21 tablo ve 19 harita ile uygulamaya yönelik öneriler sunmuştur.

Guzmán (2020) Meksika’da yürütülen bu araştırmada, “Sıralı Keşifsel Tasarım” adı verilen karma bir yaklaşım kullanılmıştır. Bu yaklaşım, türevsel ve karşılaştırmalı olmak üzere iki yöntemden oluşmaktadır; bu çalışmada ise nitel veri toplamak için türevsel yöntem tercih edilmiştir. 80 görüşme ve anket aracılığıyla elde edilen sonuçlar, yerel sakinlerin gastronomi rotasının oluşturulmasını desteklediklerini, çünkü bunun mutfak kültürleri hakkında bilgi yayılmasına katkı sağlayacağını umduklarını göstermektedir. Ayrıca, rotanın oluşturulması, yerel kalkınma için bir strateji olarak ele alınmış ve yerel nüfusun gerçekliğiyle uyumlu hale getirilmiştir. Bu stratejinin, tanıtım yoluyla yerel kimliği güçlendirmesi, turistleri çekmesi, sosyal, kültürel ve ekonomik açıdan ortak bir kalkınma yaratması ve böylece yerel işletmelere fayda sağlaması hedeflenmiştir.

Mutlu (2022) çalışmasında, Afyonkarahisar’ın gastronomi envanterini oluşturmayı ve gastronomi rotalarını belirlemeyi amaçlamaktadır. 9 belde ve 40 köyde

yapılan görüşmelerle 87 yeni gastronomi ürünü tespit edilmiştir. Afyonkarahisar mutfak kültürünün etnik köken, tarım ve hayvancılıkla şekillendiği belirlenmiş, farklı bölgelerdeki geleneksel yemekler ve pişirme yöntemleri incelenmiştir. Ayrıca, lokum, haşhaş, et ürünleri ve peynir gibi yerel ürünlere dayalı gastronomi rotaları belirlenmiştir.

Üzülmez ve Akdağ (2020) yapmış oldukları çalışma, 3 A Lezzet Bölgesi projesini incelemeyi amaçlamıştır. Adana, Antep ve Antakya'yı kapsayan bu proje, bu bölgelerin yöresel mutfaklarını ve gastronomik çekiciliklerini ön plana çıkaran bir turistik ürün olarak tasarlanmıştır. Veriler, Çukurova Turistik Otelciler Birliği (ÇUKTOB) Başkanı ile yapılan e-posta görüşmeleriyle elde edilmiştir. Çalışma, 3 A Lezzet Rotası'nın tanıtılması için çok dilli bir "3 A Lezzet Rotası Haritası" web sitesi yapılması ve sürekli güncellenmesi önerisiyle sona ermektedir.

Zakariya vd., (2020) çalışmalarında Kuala Selangor, Tanjung Karang, Sekinchan, Sungai Besar ve Sabak Bernam kırsal alanları boyunca bulunan peyzaj unsurlarını incelemiştir. Çalışmada yerel halk ve yabancı turistlere anket yapılmıştır. Anketlere 125 yerli ve 125 yabancı olmak üzere toplam 250 katılımcı yanıt vermiştir. Turizm rotaları için kırsal peyzaj özelliklerini dokuz kriter üzerinden ve bunların niteliklerini, önem sırasına göre incelenmiştir. Rota boyunca en belirgin kriterler arasında tarım, doğa ve peyzaj özellikleri ile geleneksel yapıyı çevre yer almaktadır. Bölgedeki ana tarımsal ürünler, kırsal peyzajın belirleyici unsurlarındandır ve kırsal turizm ile agroturizm, tarım arazilerinin sürdürülebilirliğini destekleyebilecek alternatif yöntemler sunabileceğini ifade etmişlerdir. Sekinchan ve Sungai Besar'daki çeltik tarlaları, bölgenin önemli simgelerinden biri haline gelmiştir. Çalışma alanında, geceleyin ateş böceklerini izlemek, ziyaretçilerin nehir boyunca gerçekleştirebileceği doğa odaklı etkinliklerden biridir. Ayrıca, camiler, tapınaklar ve diğer dini yapılar gibi yerel simgeler, özellikle yerel mimarinin bir yansıması olduklarında, kırsal peyzajın bir parçası olarak korunmalı ve sürdürülebilir şekilde muhafaza edilmesi gerektiğini ifade etmektedir.

Hastaoğlu, Erdoğan ve Işık (2021) Türkiye'deki bölgelere göre farklılık gösteren peynir çeşitlerinin özelliklerini belirlemeyi ve peynir rotaları oluşturarak iç

turizmde yeni destinasyonlar yaratmayı amaçlamıştır. Türkiye'nin yedi bölgesinde 75 peynir çeşidi incelenmiş, endüstriyel olarak en çok üretilen peynirlerin teknik özellikleri araştırılmıştır. Çalışma, peynirlerin çeşitlenmesinde sütün cinsi, yağ ve tuz oranı, kullanılan otlar ve baharatlar gibi etkenlerin rolünü ortaya koymuş ve gastronomi turizmi kapsamında turistler için peynir rotaları oluşturulmuştur.

Ocak vd., (2021) çalışmalarında, Van şehrini gastronomi turizmi açısından bir cazibe merkezi haline getirmeyi ve yerel lezzetlerin sürdürülebilirliğini sağlamayı amaçlamaktadır. Van mutfak kültürüne ait çeşitli yemekler ve ürünler, doküman analizi yöntemiyle belirlenerek sunulmuştur. Çalışmada, Van'a özgü yerel mutfak ürünlerinin tanıtılması ve bir gastronomi rotası oluşturulması gerektiği vurgulanmıştır. Sonuç olarak, Van şehrine ait bir gastronomi rotası önerilmiştir.

Onur (2021) çalışmasında, Hatay'ın zengin mutfak kültürünün tanıtılması ve gastronomi turizminin geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Doküman analizi ve literatür taraması yöntemi ile Hatay'a özgü yiyecek ve içeceklerin tanıtılması için lezzet rotaları oluşturulması önerilmektedir. Ayrıca gastronomik yürüyüş rotaları düzenlenerek, bölgedeki yiyecek ve içeceklerin tanıtımının yapılabileceği tavsiye edilmektedir.

Velazquez vd., (2021) Meksika'nın Tenancingo belediyesini örnek olay incelemesi yaparak, turizm rotalarının oluşturulması ve değerlendirilmesi için bir metodolojik yaklaşım önermişlerdir. Uygulanan metodoloji üç aşamadan oluşmaktadır; 1) Kaynakların tespiti ve sınıflandırılması, 2) Kaynakların niteliksel değerlendirilmesi, 3) Uygunluğu belirlemek amacıyla bir rota değerlendirme endeksinin kullanılması. Çalışma, bu metodolojinin, farklı konfigürasyonları değerlendirerek, her birinin özelliklerine göre en yüksek potansiyele sahip turizm rotasının belirlenmesine imkân tanıdığını göstermektedir. Tenancingo Belediyesi'ndeki kaynakları belirlemek için envanterlere ve monografilere başvurulmuş ve görüşmeler yapılmıştır. Listelendikten sonra, her bir kaynak, özelliklerini ve kaynak koşullarını ilk elden görmek için ziyaret edilmiştir. Kaynaklar potansiyel kullanımlarına göre belirlenmiştir. Buna göre altı rota önerilmiştir: Doğal ibadethaneler, Merkezde dağılım, Tenancingo'nun kıyısı, Zanaatkârlar Rotası,

Gastronomi Rotası ve Anıtlar Rotası. Sonuçlar en iyi potansiyele sahip rotaların belirlenmesini sağlamıştır.

Yücel vd., (2021) çalışmalarında, Türkiye ve İtalya'daki seyahat işletmelerinin gastronomi turlarının içerikleri karşılaştırmıştır. Literatür taramasıyla, her iki ülkedeki 21 tur programı incelenmiş ve Türkiye'deki turların daha çok kültürel odaklı, tadım etkinliklerine dayalı olduğu; İtalya turlarının ise daha uzun süreli (3-8 gün) ve daha fazla gastronomik deneyim sunduğu bulunmuştur. Türkiye'deki turlarda hasat ve pişirme etkinlikleri gibi deneyimlerin daha az olduğu tespit edilmiştir. İtalya'daki gastronomi turlarında, zeytinyağı, şarap, peynir ve pizza gibi ürünlerin tadımı ve peynir, makarna, pizza gibi yemeklerin pişirilmesi gibi etkinlikler yer almaktadır. Tur süresine göre iki ila beş kez arası pişirme dersleri yapılırken, üzüm bağları, yerel çiftlikler, mantar toplama ve peynir üretim dersleri gibi etkinlikler de düzenlenmektedir.

Millán ve Torre (2022) tarafından Córdoba (İspanya) ilinde yedi Korumalı Menşe İsimlendirmesi (PDO) analiz edilmiştir. Bu PDO'lar zeytinyağı, şarap veya jambon üretmektedir. Córdoba'da bir gastronomi rotasını veya bir PDO'yu ziyaret eden 315 gastronomi turistinin katıldığı bir saha çalışması gerçekleştirilmiştir. Amaç, ziyaret eden turistlerin profilini karakterize etmek ve ARIMA modellerini kullanarak gelecekteki talebi tahmin etmektir. Sonuçlara göre Córdoba'daki gastronomi turizmindeki büyümenin düşük olduğunu ve kısmen turistlerin çoğunun yakın bölgelere seyahat etmesi nedeniyle farklı profiller arasında önemli bir fark olmadığını göstermektedir. Bu çalışmanın önemi, üç ürünün analiz edilmesi ve bu turizm türünü mevsimselleştirmek için stratejiler önerilmesidir; örneğin, Córdoba'yı temsil eden bir gastronomi markası yaratarak ve bu marka altında ürünler satarak (özellikle uluslararası pazarlarda), hammaddeleri ve hazırlanan yemekleri vurgulayarak ve gastronomiyi şehirdeki miras turizminin ve ildeki kırsal turizmin bir tamamlayıcısı haline getirmektedir.

Sucu (2022) çalışmasında, Nevşehir Merkez İlçesi'nden 3 saatlik mesafedeki turizm destinasyonlarını Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS) yazılımlarıyla tespit etmiştir. Rotalar, ulaşım zamanı üzerinde etkili faktörler dikkate alınarak haritalandırılmıştır.

Yapılan analizler sonucunda, 1, 2 ve 3 saatlik mesafelerde toplam 745 turizm destinasyonu bulunmuş ve 15 il ile 102 ilçeye ulaşım sağlanabilmiştir. En fazla destinasyona sahip ilçeler Nevşehir Merkez (46), Aksaray Merkez (44) ve Adana Seyhan (42) olmuştur.

Yıldırım ve Kırıcı Tekeli (2022), seyahat acenteleri perspektifinden gastronomi turizminin destinasyon pazarlamasındaki yeri ve önemini ortaya koymak için Nevşehir'de coğrafi işaretli ve coğrafi işaretli olmayan ürünlerin tespit edilmesi, gastronomi rotası oluşturulması, gastronomi etkinlikleri düzenlenmesi ve Nevşehir'in gastronomi şehri olarak tanıtılmasını hedeflemektedir. Ölçüt örnekleme yöntemi kullanılarak on beş kişi ile görüşülmüştür. Görüşmelerden elde edilen veriler sonucunda üç ana tema belirlenmiştir: gastronomik ürünler, gastronomik rotalar ve gastronomik etkinlikler. Coğrafi işaretli, coğrafi işaretli olmayan, yerel restoranlar, yerel ürün satış noktaları, yerel ürünlerin hasat edildiği yerler, ev yemekleri turları, yiyecek ve içecek temalı festivaller ve yemek kursları belirlenen alt temalardır. En sık kodlanan ana tema gastronomik ürünler ana teması olmuştur. Nevşehir'de kültür ve balon turizminin yanı sıra gastronomi turizminin gelişmesinin destinasyona gelen ziyaretçi sayısını artırması ve turizm paydaşları için daha yüksek gelirlere katkı sağlaması beklenmektedir.

Könez Ağzıküçük (2023) yapmış olduğu çalışmada, Giresun'daki su değirmenlerinin gastronomi rotası olarak kullanılabilirliğini araştırmayı amaçlamaktadır. Özellikle Karadeniz mutfağının önemli bir bileşeni olan mısır unuyla yapılan yemeklerin, gastro turistler için deneyim sunacağı düşünülmüştür. Araştırma, 101 turist, 8 turizm sektörü çalışanı ve 8 su değirmeni işletmecisiyle yapılan röportajlar aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak, Giresun'daki su değirmenlerinin gastronomi rotası olarak değerlendirilebileceği belirlenmiştir.

Akgöz, Varol ve Öksüz (2023) tarafından yürütülen araştırmanın amacı, Konya'nın coğrafi işaretli ürünleri temel alarak çeşitli gastronomik tur rotalarının belirlenmesidir. Bu amaçla, belirlenen rotaların uygunluğunu değerlendirmek için, ilk kez 2006 yılında kullanılan ve çok kriterli karar verme süreçlerinde etkili bir yöntem olarak kabul edilen MULTIMOORA (Multi-Objective Optimization on the Basis of

Ratio Analysis) yöntemi uygulanmıştır. Sonuç olarak, Konya için en uygun gastronomi tur rotalarının Meram, Selçuklu, Karatay, Akşehir ve Çumra ilçeleri olduğu belirlenmiştir.

Aydemir (2023) Kapadokya bölgesindeki gastronomi rotalarını oluşturmak amacıyla yapmış olduğu çalışmada, rotalarda yer alacak yerel mutfak ürünlerini belirlemiştir. Araştırmada ilk olarak, Kapadokya'nın yerel mutfağına ait ürünler seçilmiş ve bu ürünlerin üretim ve satışını yapan işletmeler belirlenerek gastronomi rotaları oluşturulmuştur. Araştırmada, Aksaray, Kayseri, Niğde ve Nevşehir illerine ait toplam 81 ürün, Arjantin Cumhuriyeti Tarım Bakanlığı'nın kriterlerine göre analiz edilmiştir. Çalışmanın ilk aşamasında Kapadokya bölgesindeki mutfak kültürü uzmanlarıyla nitel bir araştırma yapılmış, ikinci aşamada ise çevrimiçi yüksek değerlendirme puanına sahip yerel yiyecek işletmeleri analiz edilmiştir. Analizler sonucunda ürünler, “muhteşem”, “üstün”, “uygun” ve “sıradan” olarak sınıflandırılmış ve bu ürünleri sunan işletmelerin coğrafi koordinatları alınarak ArcGIS Pro CBS'ye aktarılmıştır. Sonuç olarak, Kapadokya bölgesine yönelik üç farklı gastronomi rotası oluşturulmuştur.

Atoche-Silva vd., (2024) çalışmalarında gastronomi turizminin sürdürülebilir bir turizm kaynağı olarak önemini vurgulamak ve bu alandaki bilimsel kanıtları ulusal ve küresel bir perspektiften belirlemek istemişlerdir. Dünya çapında farklı üniversitelerden indeksli dergi ve havuzlardan 50 dokümandan elde edilen bilgiler örneklem olarak seçilmiştir. Elde edilen veriler, son beş yılda yapılan bilimsel çalışmalara göre, turistlerin gastronomik ilgi alanlarının turistik gezilerle yönlendirildiğini ve gastronomi turizminin sürdürülebilirlik açısından önemli bir turizm faktörü olarak öne çıktığını göstermektedir.

## **1.2. TRB2 KALKINMA BÖLGESİ**

### **1.2.1. İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflandırması**

1970'li yıllarda Avrupa Topluluğu İstatistik Ofisi (Eurostat) tarafından geliştirilen İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflandırması (İBBS) (**The Nomenclature of Territorial Units for Statistics (NUTS)**), bölgelerin istatistiksel verilerini tek bir sınıflandırmaya uygun şekilde sağlamak amacıyla 1988'den

bu yana Avrupa Birliği mevzuatında yer alan istatistiki sınıflandırma metodudur (Kalkınma Ajansları, 2025). AB, NUTS bölgelerinin belirlenmesini ve verilerin bu bölgelere uygun şekilde oluşturulmasını gerekli kılmaktadır. Üye ülkeler kriterlere uygun şekilde bölgeleri oluşturmalı, aday ülkeler ise kriterlere uygun olması için düzenlemeler yapmalıdır. Avrupa Birliği'ne aday ülkelerin uyum sürecinin ilk aşamasında, NUTS bölgelerinin belirlenmesi gerekmekte olup, bu bölgelerin belirlenmesinde kullanılan kriterlerin üye ülkelerle uyumlu olması zorunludur. (Brakman, Garretsen ve Schramm, 2006, s. 17). NUTS sınıflandırması, 3 temel kural baz alınarak belirlenmektedir. Bunlardan ilki ülkelerin var olan bölge ayrımlarının NUTS sınıflandırmasına temellendirilmesidir. Burada amaç bölgelerin mevcut coğrafi potansiyellerinin baz alınmasıdır. İkinci kural aynı potansiyele sahip olan yerlerin ortak bir paydada birleştirilmesi düşüncesine dayanmaktadır. Son olarak belirlenen kural ise nüfustur. Nüfusta Düzey 3 için 150 000, Düzey 2 için 800 000 ve Düzey 1 için 3 000 000 nüfus sınırı saptanmıştır (Taş, 2006, s. 190). Uygulanacak olan kalkınma planları Düzey 2 bölgeleri temel alınarak gerçekleştirilmektedir. AB üyesi ülkeler, Düzey 2 bölgelerini dikkate alarak kalkınma ajanslarını geliştirmişlerdir. Kalkınma ajansları bölgelerin potansiyellerini açığa çıkarması adına faaliyetler yürütecek en önemli kurumdur. Avrupa'da bu faaliyetleri yürütmesi adına EURADA (European Association of Regional Development Agencies) kurulmuş ve Avrupa ülkelerinde kalkınma ajanslarının ilerlemesi için destek olmuştur. NUTS Düzey 2 bölgeleri göz önünde bulundurularak kalkınma planları geliştirilmektedir (Brakman, Garretsen ve Schramm, 2006, s. 1-2).



Düzyey 2 bölgeleri AB ile uyumlu olması için aynı zamanda planlama bölgeleridir ve bu bölgelerde Kalkınma Ajansları kurularak çalışma alanlarının ölçeğini küçültmektedir. Düzyey 3 bölgeleri ise Türkiye'nin en büyük mülki idari bölgesi olan şehirlerden meydana gelmektedir. Türkiye için henüz İBBS sistemi nihai haline ulaşmamıştır. İlerleyen dönemlerde bölge ayırımında yaşanacak birtakım sorunlarda bölge sınırları revize edilerek AB'ye üyelik durumunda son halini alacaktır (Taş, 2006, s. 191-193).

**Tablo 1.5.** Kalkınma Planlamasında İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflandırması

Düzyey 1 Kod	Düzyey 1 Bölge Adı	Düzyey 2 Kod	Düzyey 2 Bölgelerinin Kapsadığı İller (Düzyey 3)
TR1	İstanbul	TR10	İstanbul
TR2	Batı Marmara	TR21	Tekirdağ, Edirne, Kırklareli
		TR22	Balıkesir, Çanakkale
TR3	Ege	TR31	İzmir
		TR32	Aydın, Denizli, Muğla
		TR33	Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya,
TR4	Doğu Marmara	TR41	Bursa, Eskişehir, Bilecik
		TR42	Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova
TR5	Batı Anadolu	TR51	Ankara
		TR52	Konya, Karaman
TR6	Akdeniz	TR61	Antalya, Isparta, Burdur
		TR62	Adana, Mersin
		TR63	Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye
TR7	Orta Anadolu	TR71	Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir
		TR72	Kayseri, Sivas, Yozgat
TR8	Batı Karadeniz	TR81	Zonguldak, Karabük, Bartın
		TR82	Kastamonu, Çankırı, Sinop
		TR83	Samsun, Tokat, Çorum, Amasya

TR9	Doğu Karadeniz	TR90	Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane
TRA	Kuzeydoğu Anadolu	TRA1	Erzurum, Erzincan, Bayburt
		TRA2	Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan
TRB	Ortadoğu Anadolu	TRB1	Malatya, Elâzığ, Bingöl, Tunceli
		TRB2	Van, Muş, Bitlis, Hakkâri
TRC	Güneydoğu Anadolu	TRC1	Gaziantep, Adıyaman, Kilis
		TRC2	Şanlıurfa, Diyarbakır
		TRC3	Mardin, Batman, Şırnak, Siirt

**Kaynak:** Kalkınma Ajansları, 2025

Bölgelerarası gelişmişlik seviyesinin farklılıklarına bağlı olarak devletler, bölgelerin ve şehirlerin gereksinimlerini ön plana çıkartmıştır. Bu nedenle Doğu ve Güneydoğu illeri başta olmak üzere sosyo-ekonomik yönden geri kalan bazı yöreler “Kalkınmada Öncelikli Yörelere” şeklinde adlandırılmaktadır (Poroy, 2004, s. 4). Ülkenin batısı ile doğusu arasında gözle görülür ekonomik ve sosyal farklılıklar gözlemlenmektedir. Uzun vadede uygulanacak olan kalkınma planları var olan farklılıkları en alt seviyeye çekebilir. Düzey 2’ de kurulacak “Kalkınma Ajansının” oluşan bu farklılıkları azaltmada önemli bir yer tutacağı düşünülmektedir (Taş, 2006, s. 194).

**Fotoğraf 1.4.** Türkiye’de İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflandırması



**Kaynak:** EUROSTAT, 2025

### **1.2.2. Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı**

Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı (DAKA) “Kalkınma Ajanslarının Kuruluşu, Koordinasyonu ve Görevleri Hakkında Kanun” ile 22.11.2008 tarihinde Bakanlar Kurulu kararı ile faaliyete başlamıştır. DAKA TRB2 bölgesinde (Bitlis, Hakkâri, Muş ve Van) kamu sektörü, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları (STK) arasında köprü görevi görerek, bölge kaynaklarının etkin kullanımını desteklemek, yörenin mevcut potansiyelini hareketlendirmek, ulusal kalkınma planlarında bölgenin gelişmesini hızlandırmak ve bölgede olan kalkınmışlık farkını en aza indirmek için faaliyet yürüten bir kurumdur (DAKA, 2025).

Kalkınma ajanslarının temel görevleri şunlardır;

- Yörenin gelişmesine yönelik stratejiler hazırlamak,
- Yörenin imkanlarını saptamayı, ekonomik ve sosyal gelişmeyi arttırarak rekabeti arttıracak çalışmalar yapmak,
- Yörenin gelişmesi adına kamu, özel sektör ve STK arasında iş birliğini desteklemek,
- Yörenin iş ve yatırım imkanlarını incelemek ve bir fon oluşturulmasını sağlamak,
- Yerel ve kırsal alanların kalkınma etkinliklerine destek vermek,
- Girişimcilik faaliyetlerini desteklemek,
- Belediyelerin ve yöredeki kurumların teknik kapasitelerinin iyileştirilmesine katkı sağlamak,
- Yöreye gelen yatırımcıların izin ve ruhsatlarının tek elden kontrolünü sağlamak,

- Uluslararası sermayenin bölge paydaşları tarafından harcanmasında koordinasyon yürütmektir (Kalkınma Ajansları, 2025).

### 1.2.3. TRB2 Kalkınma Bölgesi

Coğrafi konumu dikkate alındığında TRB2 bölgesi çoğunlukla engebeli arazi yapısına sahiptir. Yükselti ortalama 2 bin metre üstünde olup Çaldıran, Muş Ovaları, Yüksekova, Van Gölü kıyıları ve Malazgirt-Bulanık alanları hariç dağlık bölgelerden oluşmaktadır. Arazi koşulları dikkate alındığında eğimli arazi tarım faaliyetlerine uygun olmaması nedeniyle kırsal faaliyetler hayvancılık çerçevesinde şekillenmiştir (Ertaş, 2019, s. 13). Doğu Anadolu Bölgesi'nde, özellikle hayvancılığa elverişli arazi koşullarına sahip olan Muş ve Van Gölü çevresi, geçimlerini sağlamak için hayvancılığa büyük ölçüde bağımlıdır (Belli, 1982, s. 149). İstihdam oranlarına bakıldığında, işgücüne katılım ve istihdam düzeyleri Türkiye ortalamasının altında kalmaktadır. Alan içinde işgücü katılım oranı %46,5 ile en fazla olan Bitlis, %45,2 ile en düşük olan ise Hakkâri olmakta ve Van ili %46,2 ile Bitlis ile benzer düzeyde olup Türkiye ortalamasının altında kalmaktadır. İşsizlik oranları ise tüm illerde ülke ortalamasının üstünde seyretmektedir (Alaeddinoğlu ve Samırkaş Komşu 2017, s. 433).

Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması (SEGE)'nin 2011 yılında yayınladığı rapora göre sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyi olarak Bitlis 76, Hakkâri 80, Muş 81 ve Van 75. sıradadır. Türkiye genelinde TRB2 bölgesi en gelişmemiş illerden meydana gelmektedir. Aynı zamanda girişimcilik faaliyetlerinin düşük düzeyde olması kalkınmayı önleyen unsurlardan biridir. Yıllık açılan işletme sayısı Türkiye ortalamasının üstünde olmasına rağmen kapanan işletme sayısı açılan işletme sayısından fazla olması nedeniyle Türkiye ortalamasının altında kalmaktadır. Sanayi sektöründe istenilen düzeyde gelişim gösteremeyen Bitlis, Hakkâri, Muş ve Van illeri tarım sektörüne yönelerek burada daha iyi bir gelişme göstermişlerdir. Patates üretiminin büyük çoğunluğunu Bitlis, Muş ili ise sebzeçilik faaliyetlerinin çoğunu karşılamaktadır. Hakkâri ve Bitlis illeri arıcılık faaliyetlerinde ön plandadır (DAKA, 2023, s. 36-38). TRB2 bölgesi, enflasyon, işsizlik, net göç hızı, boşanma, intihar, suç ve genel seçimlere katılım oranları göz önüne alınarak “bölgesel hoşnutsuzluk

endeksine” bakıldığında 2007-2010 yıllarında Türkiye’de Batman, Mardin, Siirt ve Şırnak (TRC3) illerinden sonra ikinci sırada yer almaktadır (Samırkaş, 2014, s. 103). TRB2 bölgesinin yabancı turist potansiyeline bakıldığında, gelen ziyaretçilerin çoğunlukla; Ermenistan, Almanya, Azerbaycan, İran, Irak, ABD, Uzakdoğu ülkeleri ve Avrupa ülkeleri uyrukludur (DAKA, 2014, s. 14).

**Fotoğraf 1.5.** TRB2 Bölgesi Haritası

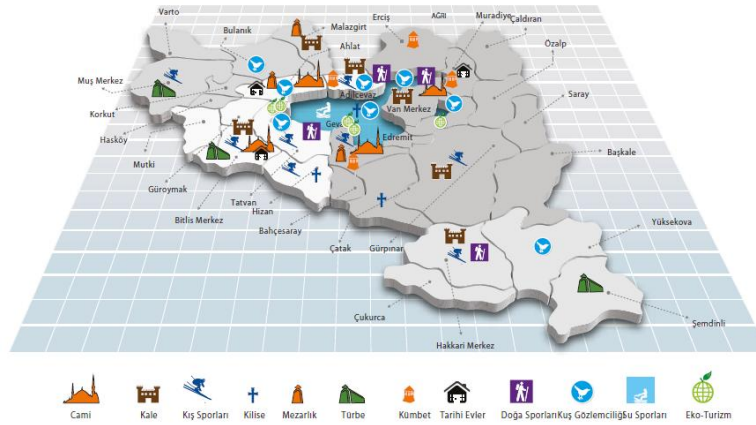


**Kaynak:** DAKA, 2025

Van Gölü bu bölge için önemli bir turistik değerdir. Dünya’nın en büyük sodalı gölü olma niteliği taşımaktadır. Kapalı bir göl olmasından dolayı kirlilik bir tabaka halini almakta, gölün flora ve faunasına ciddi zarar vermektedir. Bu kirliliğin temel nedeni yerleşim yerleri ve endüstri işletmelerinin gölün kıyısında konumlanmış olmasıdır (DAKA, 2014, s. 36). Van Gölü, bölgenin genelinde hâkim olan karasal iklimi etkisi olarak ılıman karasal iklime dönüştürmektedir. Gölün havayı yumuşatması ile yaz aylarında yüksek sıcaklıktan bunalan insanlar yüzmek amacıyla değerlendirmektedir.

Bölgede birçok alternatif turizm imkânı yer almaktadır. Kış turizmi, doğa turizmi, kültür ve tarih turizmi ve suda yapılan turizm çeşitleri için dünya çapında büyük bir potansiyele sahiptir. Bu olanaklara rağmen turizmden istenilen gelir elde edilememektedir. Bunun nedenleri arasında TRB2 bölgesinde yıllardır süregelen sorunlar, turizme yönelik tanıtımların yetersiz kalması, bölgeye yönelik negatif tutum yer almaktadır (DAKA, 2023, s. 122). Kültür turizmine ilgi duyanlar için bölgede bu turizm çeşidine yönelik çok fazla önemli eser bulunmaktadır. 2023 Türkiye Turizm Stratejisi verilerine göre Van ve Bitlis illeri Urartu Kültür ve Turizm Gelişim Bölgesi olarak ilan edilmiştir. Van Gölü ve civarının yerel ve evrensel boyutta bir varış noktası olarak belirlenecektir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023, s. 48 -74). TRB2 bölgesi var olan turistik potansiyelinin ortaya çıkarılması için bir takım ürün geliştirmelidir. Ürünlerin geliştirilmesi için turistik destinasyonların pazara girmesi gerekmektedir. Alternatif rotaların keşfi ve bu rotaların iyileştirilmesi için birtakım çalışmalar yapılmalıdır (DAKA, 2023, s. 122). Bitlis ilini ziyaret eden turistler inanç turizmi amacıyla seyahat etmektedir. Şehre gelen yabancı turist sayısında istikrar görülmemektedir. Nemrut Krater Gölü'nün 2011 yılında reklam filminin Avrupa Birliği Seçkin Destinasyonlar (EDEN) resmî sitesinde yayınlanmasının ardından o yıl yabancı turist sayısında artış görülmüş fakat sonraki yıllarda bu sayı korunamamıştır. Hakkâri ilinde yerli ve yabancı turist sayısında sürekli bir artış gözlenmektedir. Muş ilinde ise yerli turist sayısında bir istikrar olmadığı görülmektedir. Van ili 2014 yılında yerli ve yabancı turist sayısında kayda değer bir sayıya ulaşmıştır. Özellikle yabancı turist sayısı önceki yıla göre üç katına ulaşmıştır. İran, Irak ve Ermenistan uyruklu turistler için oldukça önemli turistik destinasyon konumundadır (DAKA, 2014, s. 13-14). Bölgede Ahlat Eski Yerleşimi ve Mezar Taşları (Bitlis), Akdamar Anıt Müzesi/Kilisesi (Van), Van Kalesi (Van) Unesco Dünya Miras Geçici Listesi'nde yer almaktadır.

**Fotoğraf 1.6.** TRB2 Bölgesi Turizm Çeşitliliği Potansiyeli Haritası



**Kaynak:** DAKA, 2025

Bölgenin turistik değerlerine bakıldığında 842 adet tescilli kültür varlığı ve tarihi değerleri, doğal sit alanları, bölgeye özgü bitki ve hayvan türleri, göl ve akarsuları, dağları ile turizm potansiyeli yüksek bir bölgedir. Türkiye'nin en büyük gölü olan Van Gölü'nün ve en büyük krater gölü olan Nemrut Gölü'nün bu bölgede olması turizm faaliyetlerini önemli derecede etkilemektedir. (DAKA, 2014, s. 13). Gölün doğal güzelliğinin yanı sıra güney tarafı tarihi ve kültürel miras bakımından zengindir. Yalnızca Reşadiye, Bağ, İnköy ve Altınsaç köylerinin bulunduğu alanlar içerisindeki eserlerin sayısı 20'ye yakındır (Deniz, 2008, s. 191). TRB2 bölgesinin daha önce ev sahipliği yaptığı toplulukların eserleri günümüzde hala yer almaktadır. Bu eserler aynı zamanda yabancı turist potansiyeli açısından oldukça büyük önem arz etmektedir.

#### 1.2.4. TRB2 Bölgesi Gastronomi Kültürü

Bölgenin mutfağı Doğu Anadolu bölgesinde zengin bir mutfak kültürüne sahiptir. Coğrafi konumu, geçmişte farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmış olması bölge mutfağını da etkilemiştir. Bölge farklı ülkelere olan sınırlarından dolayı bir köprü görevi görerek mutfak kültürünü sentezlemiştir.

##### 1.2.4.1. Bitlis İli Gastronomi Kültürü

Bitlis çevresi, Doğu Anadolu Bölgesi'nde yer alan ve Neolitik Çağ'dan başlayarak pek çok medeniyetin izlerini taşıyan bir bölge konumundadır. Urartular, Asurlar, Medler, Persler, Makedonlar, Roma, Bizans, Anadolu Selçukluları ve

Osmanlılar gibi farklı imparatorluklar ve devletler, bu topraklarda önemli izler bırakmışlardır. Bu tarihi katmanlar, Bitlis'in zengin kültürel ve arkeolojik mirasını oluşturmaktadır (Saydam, 2013, s.15). Bitlis, Dicle'nin kollarından biri olan Botan Çayı'nın suyuyla birleşen Bitlis Çayı'nın, Güneydoğu Toroslar arasında dar ve derin bir vadide, deniz seviyesinden yaklaşık 1400-1450 metre yükseklikte kurulu bir şehir olarak konumlanmaktadır. Şehrin tarihi boyunca önemini kaybetmemiş olmasının nedeni, bulunduğu bölgenin coğrafi özelliklerine dayanmaktadır. Çünkü Bitlis, Doğu Anadolu ile Güneydoğu Anadolu'yu birbirinden ayıran Güneydoğu Toroslar'ın oluşturduğu zorlu geçiş engeline çok yakın bir noktada yer almaktadır ve bu da bölgenin stratejik önemini artırmıştır (Tuncel, 1992, s. 225).

Bitlis ilinin kimliğini simgeleyen Bitlis Kalesi'nin ilk olarak kimler tarafından yapıldığı ve şehrin adının nereden geldiği konusunda kesin bilgiler bulunmamakla birlikte, eski kaynaklara göre Bitlis Kalesi, Büyük İskender'in emriyle kumandanı Badlis tarafından inşa edilmiştir. Bu nedenle, şehrin günümüzdeki adı da kalenin inşasına öncülük eden kumandanın adı olan Badlis'ten türetilmiştir (Ertaş, 2017, s. 218). Bitlis'in yerleşim alanının topografyası, şehrin şekillenmesinde ve gelişiminde en önemli etken olmuştur. Şehir, sadece kuzey-güney doğrultusunda büyüebilmişken, doğu ve batı yönlerinde yerleşim alanı oluşturmak zordur çünkü bu bölgelerdeki eğimler, yerleşimin genişlemesine engel olmuştur. Cumhuriyet'in ilk yıllarında, 19. yüzyıldaki görkemli geçmişini geride bırakmış olan Bitlis, Taş, Zeydan, İnönü ve Hersan isimli yalnızca dört mahalleye sahipti. Bu mahallelerin sayısı, 19. yüzyıl sonlarına ait kaynaklarda da dört olarak belirtilmektedir ve şehrin içinden geçen derelerin, taş köprülerle aşılarak bu mahalleleri birbirinden ayırdığı belirtilmektedir. Bu mahalle düzeni, 1968 yılına kadar devam etmiştir. Ancak, nüfus artışı ile birlikte mahalleler bölünmeye başlamış ve 1968'den sonra mahalle sayısı on bire çıkmıştır. Zamanla bu sayı on ikiye yükselmiştir (Tuncel, 1992, s. 228). Turizmde alternatif seçeneklere de sahip olan şehirde birçok turistik ürün yer almaktadır. Kalesinin yanı sıra İhlasiye Medresesi, Etnografya Müzesi, Beş Minare, Gökmeşan, Ulu Cami, Meydan Cami, Kalealtı ve Şerefiye Camileri, Bitlis evleri, Nemrut Krater Gölü, Ilık Göl, Soğuk Göl, Ahlat Selçuklu Mezarlığı, Ahlat Müzesi, Ahlat Kümbetleri, Harabe Şehir, Adilcevaz Kaleleri (Kef Kalsei ve Adilcevaz Kalesi) ve ilçelerinin sahilleri

Bitlis'in turizm açısından değerlendirilebilecek yapılarıdır. Aynı zamanda Ahlat Eski Yerleşimi ve Mezar Taşları (2000) Unesco Dünya Geçici Miras Listesi arasında yer almaktadır.

Bitlis ili, sahip olduğu doğal çevre koşulları sayesinde zengin bir gastronomiye sahiptir. Paleozoik döneme ait toprak yapısı, gelişmiş arazi yapısı ve nemli iklimi, bölgedeki bitki çeşitliliğini artırmıştır. Bu doğal özellikler, yerel mutfağın temel malzemelerini oluşturan jağ, fındık yaprağı, pıttım, kari, kenger, peynir otu ve sirno gibi aromatik bitkilerin yetişmesine olanak sağlamıştır. Sonuç olarak, Bitlis'te bu benzersiz bitkiler kullanılarak çok özel ve özgün yöresel tatlar ortaya çıkmıştır (Arınç, 2017, s. 99). Bitlis'in geleneksel mutfağında, dağlarda, vadilerde ve yaylalarda yetişen yerel sebze ve bitkilerle hazırlanan yemekler büyük bir öneme sahiptir. Bu bağlamda, Bitlis mutfağının en tanınmış yemeklerinden biri olan Büryan Kebabı, bölgenin en sevilen et yemeklerinden biridir. Ayrıca, gebol ve afşor çorbaları da bölgeye ait özgün lezzetler arasında öne çıkarak, Bitlis'in gastronomik kimliğini şekillendiren değerler arasında yer almaktadır (DAKA, 2025).

Bitlis'te kış aylarının sert geçmesi, bölgenin çeşitli tarım ürünleri yetiştirmesine olanak tanımamaktadır. Mayıs ayında kış mevsiminin sona ermesiyle birlikte, özellikle tahıl, meyve ve sebze üretimi sınırlı kalmaktadır. Bu nedenle, Bitlis mutfağında daha çok fermentasyon yöntemleri ve et ürünlerine dayalı yiyecekler öne çıkmaktadır. Bu iklim koşulları, bölgedeki gıda üretiminin şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Şimşek ve Çelik Yeşil, 2022, s. 281). Bitlis'in bir diğer önemli ve kadim ürünü, "keşk" veya "şjir" adı verilen kurutlardır. Kurut, süzme yoğurt veya yayıkta çalkalanmış yoğurdun yağı alındıktan sonra geriye kalan ayranın kaynatılmasıyla elde edilen çökeltiden yapılmaktadır. Bu çökeltinin üzerine tuz eklenir, istenilen şekil verilir ve güneşte kurutulur. Yüksek protein içeriği ve kurutma işlemi sırasında laktik bakterileri oluşmakta ayrıca kurut, önemli miktarda kalsiyum, potasyum ve fosfor da içermektedir. Bu özellikleriyle, kurut, çiğ süt veya yoğurttan daha besleyici bir gıda maddesi olarak öne çıkmaktadır (Işın, 2019, s. 94). Evliya Çelebi, Bitlis'in mutfağını anlatırken özellikle et yemekleri ve pilavlarının ününden bahsetmektedir. Arkeolojik kazılarda ise, günümüzde hala tüketilen yoğurtlu

yemeklerden erik çorbasına kadar pek çok geleneksel tarifin izlerine rastlanmaktadır. Bitlis mutfağı, Van Gölü Havzası'ndaki en zengin mutfaklardan biri olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca Evliya Çelebi, seyahatnamesinde Bitlis'te yapılan 28 farklı pilav çeşidini kaydetmiştir. Yöresel mutfağın temel bileşenlerini et, tahıl ve sebzeler oluşturmaktadır (DAKA, 2025). Bunun yanı sıra Bitlis'in beş (Bitlis Büryan Kebabı, Bitlis Ciğer Taplama, Bitlis Katıklı Dolma, Bitlis İçli Köfte ve Bitlis Balı) adet coğrafi işaretli ürünü bulunmaktadır. Ayrıca toplam nüfus Bitlis'te 359.8008'dir.

#### **1.2.4.2. Hakkâri İli Gastronomi Kültürü**

Hakkâri, Türkiye'nin güneydoğusunda yer alan ve Doğu Anadolu Bölgesi'nin Hakkâri Bölümü'ne bağlı bir ildir. Doğusunda İran, güneyinde ise Irak ile kara sınırına sahiptir. Kuzeyde, geçmişte bağlı olduğu Van ili, batıda ise Şırnak ili ile sınır komşusudur. Hakkâri, 1936 yılında il statüsü kazanmış ve 1990 yılında günümüzdeki idari yapısına ulaşmıştır. Şu anda Merkez ilçe dahil olmak üzere toplamda 4 ilçe ve 131 köyden oluşmaktadır (Şahin ve Kahraman, 2017, s. 2). Hakkâri ili, denize uzak ve yüksek dağlarla çevrili bir konumda olduğundan, genellikle karasal iklimin etkisi altındadır. Fakat, güneyden gelen hava akımlarının etkisiyle, ilin güney kesimlerinde sıcaklık ortalamaları biraz daha yüksek olup, bu bölge kuzey kesimlere göre daha ılıman bir iklime sahiptir (Alaedinoğlu, 2010, s. 17).

Hakkâri, tarih boyunca Urartu, Med, Pers, Roma, Selçuklu ve Osmanlı gibi büyük medeniyetlere ev sahipliği yapmış, Türk, Kürt, Ermeni ve Arap topluluklarını uzun süre barındırmıştır. Bölgenin çok kültürlü yapısı, Müslümanların yanı sıra Hristiyan (Nasturi, Keldani, Gregoryan), Yahudi ve Yezidi inançlarının da burada etkili olmasına olanak tanımıştır (Özgen, 2016, s. 35). Hakkâri, İran ve Irak ile kara sınırına sahip olması nedeniyle ticaret açısından önemli bir konumda olsa da mevcut altyapı ve mevzuat eksiklikleri nedeniyle sınır ticareti yeterince gelişmemiştir. Ancak, coğrafi avantajları sayesinde bu ticaretin artırılması potansiyeli yüksektir. Şu anda Esendere Sınır Kapısı aktif olup, Çukurca ve Şemdinli ilçelerinde yeni sınır kapılarının açılması için çalışmalar devam etmektedir. Derecik Sınır Kapısı için Bakanlar Kurulu kararı alınmış, diğer işlemler ise sürmektedir (Alaedinoğlu, 2010, s. 133-134).

Hakkâri'de farklı kültürlerin etkisi hem mutfağa hem de beslenme alışkanlıklarına yansımıştır. Özel günlerde belirli beslenme gelenekleri ortaya çıkmıştır. Kız isteme merasimlerinde hâlâ başlık parası alınmakta ve bu süreçte "şeker kırma" ve "başlık parası" gibi önemli aşamalar yer almaktadır. Başlık parası konusunda anlaşmaya varıldıktan sonra, işin sona erdiğini simgeleyen bir gelenek olarak "tatlılık" (şirinahi) yenmektedir. Düğün gününde ise sağdıç, davetlilere "Sağdıç Kahvaltısı" sunmaktadır. Ayrıca, düğün sırasında yöresel yemekler olan Haris (Qırıs) ve Doğaba (Doxeba) birlikte yenerek bu özel gün kutlanır (Yalçın, 2011, s. 176). Hakkâri'nin geçim kaynağı büyük ölçüde hayvancılıkla sağlanmaktadır. Tarım ve ticaretin şehirde yeterince gelişmemesi nedeniyle bölge, göç alan bir yerleşim yeri değildir. Bu durum, Hakkâri mutfağının geleneksel yapısını ve yöresel özelliklerini büyük ölçüde korumasına olanak tanımaktadır (Şahin ve Kahraman, 2017, s. 16). Hakkâri'nin yüksek rakımlı olması ve yerel iklim koşullarının elverişsizliği, başta tarım olmak üzere sanayi ve ticaret gibi ekonomik faaliyetlerin gelişmesini engellemektedir. Bu durum, bölgeye uygun bir gelişim stratejisi belirlemeyi zorlaştırmaktadır. Ancak, ilin doğal ve coğrafi şartlarına uygun turizm türlerinin geliştirilmesi, diğer ekonomik sektörlere destek sağlayacak bir potansiyel taşıırken, aynı zamanda emek yoğun bir sektör olması nedeniyle istihdam yaratma ve ekonomik kazanç sağlama açısından önemli bir fırsat sunmaktadır (Alaedinoğlu, 2010, s. 140). Türkiye'de ve özellikle Hakkâri bölgesinde morfolojik yapısı nedeniyle önemli bir dağ turizmi potansiyeli bulunmaktadır. Ancak ülke genelinde dağlar henüz profesyonel düzeyde turizm açısından değerlendirilememiştir. Dağlık alanlar ve yaylalar, birçok alternatif turizm faaliyetleri için destinasyonlar oluşturmakta ve bununla birlikte sağlık açısından da ciddi bir etkiye sahip olmaktadır (Şahin ve Kahraman, 2017, s. 5). Ayrıca Yüksekova yöresindeki zengin flora, yerel halkın bitkileri çeşitli alanlarda kullanabilmesine olanak tanımıştır. Bitkiler, gıda tüketiminden tıbbi amaçlara kadar farklı alanlarda değerlendirilmiştir (Oğuz, 2017, s. 2). Step formasyonunun hâkim olduğu bölgede, geven, yavşan otu, keçi kulağı, çoban yastığı, deve diken, kuzu dili, yabani yonca ve yabani korunga gibi bitkiler yer almaktadır. Dağlık alanlarda ise bu bitkilerden bazıları, örneğin geven, 3000 metreye kadar olan yüksekliklerde yetişme imkânı bulabilmektedir (Alaedinoğlu, 2010, s. 46-47). Yöre bitkileri arasında sadece Türkiye'de değil, dünya genelinde ün kazanan endemik bir tür olan "Hakkâri Ters

Lalesi" (*Fritillaria imperialis*), yöresel olarak sernuhin olarak bilinirken, ülkemizde Şemdinli Ters Lalesi, Kral Tacı ve Ağlayan Gelin isimleriyle de tanınmaktadır. Zambakgiller (*Liliaceae*) ailesine ait olan bu bitki, Mart-Mayıs ayları arasında çiçeklenir ve turuncu, kırmızı, sarı gibi renklerin yanı sıra alaca renklere de sahip olabilir. Özellikle Yüksekova ve Şemdinli'de yerel olarak görülebilen Hakkâri Ters Lalesi, Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu tarafından koruma altına alınarak, yörede botanik turizminin sembolü olabilecek bir öneme sahiptir (Şahin ve Kahraman, 2017, s. 10-11). Hakkari'nin 11 (Hakkâri Kırıs, Hakkâri Doleme, Hakkâri Doğaba, Gayle Zengil, Hakkâri Girara Huluga, Hakkâri Gulol, Hakkâri Kadesi, Hakkâri Kepaye, Hakkâri Lalaped Tatlısı, Yüksekova Çirek Peyniri ve Çukurca Tahini) adet coğrafi işaretli ürünü bulunmaktadır. Toplam nüfus Hakkari'de 282.191'dir.

#### **1.2.4.3. Muş İli Gastronomi Kültürü**

Muş ili, Doğu Anadolu Bölgesi'nin Yukarı Murat-Van Bölümü'nde yer almakta olup, yüzölçümü yaklaşık 8116 km<sup>2</sup>'dir. Kuzeyde Erzurum, güney ve güneybatıda Bitlis, Diyarbakır ve Batman, batıda Bingöl, doğuda ise Ağrı ve Bitlis illeriyle sınır komşusudur. Bölge, 3000 metreyi aşmayan engebeli dağlık alanlar ve 1200-1500 metre yükseklikteki ovalardan meydana gelmektedir. Şehirde, gündüz ile gece arasındaki sıcaklık farkının belirgin olup, uzun ve soğuk kışların yaşandığı, don olaylarının sık yaşandığı karasal iklim özelliklerine sahiptir. Kış aylarında sıcaklıklar ortalama -10 °C olup yazın ise 25 °C'nin üzerine çıkmaktadır. Yıllık yağışlar ise 765 mm civarındadır (Sönmez, 2010, s. 45-46). Muş, Kurtik Dağı'nın kuzey yamaçlarında, Çar ve Karni derelerinin aktığı vadiler arasında konumlanmaktadır (Kaştan ve Alpaslan, 2022, s. 45). Muş ve çevresindeki zengin su kaynakları ve verimli ovalar, bölgenin çok eski zamanlardan itibaren önemli bir yaşam alanı olduğunu ortaya koymaktadır. Tarihsel süreçte, bu alanda pek çok farklı medeniyet hüküm sürmüştür (Uzun, 2018, s. 40). İlin Muş Merkez olmak üzere altı ilçesi bulunmaktadır. Bunlar; Bulanık, Hasköy, Korkut, Malazgirt ve Varto'dur. Şehrin nüfusu TÜİK 2023 verilerine göre 399.879'dir (TÜİK, 2025).

Muş'un tarihi, ilk çağlarda Urartulara kadar uzanmaktadır. Bölgenin çevresindeki geniş alanlar ise Hurriler, Mitaniler, Urartular, Asurlular, Kimriler, Medler, Ermeniler, Makedonyalılar, Frigyalılar, Persler, Romalılar, Bizanslılar, Karakoyunlular, Akkoyunlular ve Büyük Selçuklu Devleti gibi birçok uygarlığın egemenliği altına girmiştir (San, 1966, s. 127-203; Tiryaki, 2019, s. 81-108). Yakın bölgelerdeki Türkler ve Ermeniler arasında yemek kültürleri açısından birçok benzerlik bulunmaktadır. Keşkek, her iki kültürde de ortak bir yemektir. Ayrıca, Doğu Anadolu mutfağında sıkça tüketilen kete, Ermeniler tarafından "khorsovhats" adıyla hazırlanıp yenmektedir. İstanbul'da yaşayan farklı etnik kökenli insanlar da benzer mutfak kültürüne sahiptir. Türklerin "aşure" olarak adlandırdığı tatlı, Ermenilerde "anuşabur", Rumlarda "koliva" ve Yahudilerde "trigo koço" olarak bilinse de bu tatlılar içerik ve kültürel anlam açısından birbirine oldukça benzerdir (Döner, 2019, s. 56). Muş'un Malazgirt Bölgesi, Türklerin Anadolu'ya girdiği yer olarak bilinir. Bu sebeple, uzun süre bir geçiş bölgesi olmuş ve özellikle göçebe Türkler için önemli bir uğrak noktası haline gelmiştir. Muş çevresine göç ederek yerleşen Terekeme-Karapapak Türkleri, hem kendi mutfak kültürlerini bölgeye taşımış hem de bölgenin mutfak kültürünün etkisinde kalmıştır (Kemaloğlu, 2011, s. 248). Muş ilinin uzun bir tarihe sahip olması, bölgedeki geleneksel yemeklerin yapılaş şekillerinden isimlerine kadar pek çok alanda etkisini göstermektedir. Çorti, Hazüt, Kırçık ve Kenger gibi yemek isimleri, farklı kültürlerin izlerini taşımaktadır (Muslu ve Şensoy, 2020, s. 25). Muş'un turizm gelirleri, Türkiye ortalamasının gerisindedir. Şu anki turizm sektörünün durumu, il ekonomisi üzerinde kayda değer bir etki yaratmamaktadır. Fakat Muş, sahip olduğu doğal ve kültürel zenginlikler açısından, turizm potansiyelini geliştirebilecek önemli bir fırsata sahiptir (Dölek ve Şaroğlu, 2017, 2).

Muş ilinde konvansiyonel tarımın uzun süre uygulanmamış olması, bölgenin organik tarım için uygun koşullara sahip olduğunu göstermektedir (Arslan, 2018, s. 76). Muş ilinin iklimsel ve coğrafi koşulları dikkate alındığında, bölge her zaman yüksek tarımsal verimlilik ve çeşitlilik göstermemektedir. Bu nedenle, tarımsal besin çeşitliliği de sınırlıdır. Bölgede başlıca tarım ürünü tahıllardır ve bu özellik, geleneksel yemeklere de yansımaktadır. Tahıllar aynı zamanda ekmek olarak da mutfakta yer almaktadır. Türkiye'nin diğer bölgeleriyle kıyaslandığında, sebze yemekleri Muş

mutfağında önemli bir yer tutmamaktadır. Lahana, bölgedeki en önemli sebze kaynağı olup, coğrafi işaretli yemekleri “Muş Çortı Aşı” ve “Muş Çortı Turşusu”nun temel malzemesidir (Muslu ve Şensoy, 2020, s. 24). Muş ilindeki tarım ve hayvancılık faaliyetleri gastronomi turizmi açısından bir çekici unsurdur. Muş'un ekonomisi, büyük ölçüde tarım ve hayvancılıkla şekillenmekte olup, özellikle hayvancılık sektörü, meraya dayalı üretimle il ekonomisine önemli katkılarda bulunmaktadır (Şeker, Tasalı ve Güler, 2012, 10). Muş'un mutfak kültürü incelendiğinde eski dönemlerde evin alt katında bulunan mutfak yapısının, modernleşmeyle birlikte yer değiştirdiği görülmektedir. Mutfakta kullanılan araç gereçler, diğer mutfaklarda da yaygın olarak bulunan türdendir ve genellikle bakır ve demirden yapılmaktadır. Kullanılan bazı araçların isimleri ise; guşgane, gazık (tencere), sitil(kazan), sahan (servis tabağı) ve teyfık(tabak) gibi adlarla anılmaktadır (Şeker, 2022, s. 15). Bölgede ayrıca, besin olarak tüketilen çeşitli endemik otlar da bulunmaktadır (İyigün ve Özer, 2001, s. 66).

Muş'un da yer aldığı Doğu Anadolu Bölgesi, Türkiye'nin yedi idari bölgesinin en geniş yüzölçümüne sahip olmakla birlikte, nüfus yoğunluğunun en düşük olduğu coğrafi bölgedir. Bu bölge, 487 endemik bitki türüyle Akdeniz Bölgesi'nden sonra Türkiye'nin ikinci en zengin endemik bitki çeşitliliğine sahip bölgesidir (Ertuğ, 2019). Muş ili İran-Turan fitocoğrafik bölgesinde yer almaktadır. Bu nedenle yabancı bitkiler hem beslenme hem de tıbbi amaçlarla yaygın olarak kullanılmaktadır (Güneş, 2021, s. 5). Otların kullanım alanları oldukça çeşitlidir. Bazı otlar beslenme maksadıyla salamura (kereng, cağ, mendik, heliz vb.), kurutma (spink, spidark, kari vb.) yöntemiyle veya olan dondurucularda saklanarak, bir sonraki yıl tüketilmek üzere korunabilmektedir. Yabancı bitkiler ise halk hekimliğinde taze olarak, kurutularak ya da kurutulup toz haline getirilerek kullanılmaktadır. Bu bitkiler, çay olarak, demlenerek, haşlanarak, kızartılarak veya çiğ olarak tıbbi amaçlarla tedavi için kullanılabilir. Anadolu'nun farklı bölgelerinde yabancı bitkilerin kullanım biçimleri genel olarak benzerlik göstermektedir (Polat vd., 2012, s. 158-159; Baytop, 1984; Kardaş, 2019, s. 94). Muş'un 4 (Muş Eski Kaşarı, Muş Köftesi, Muş Çortı Aşı ve Muş Çortı Turşusu) adet coğrafi işaretli ürünü bulunmaktadır. Toplam nüfus ise Muş'ta 392.301'dir.

#### 1.2.4.4. Van İli Gastronomi Kültürü

Doğu Anadolu Bölgesi'nde yer alan ve tarihi boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmış, dahası bir dönem başkentlik yapmış olan Van İli, yüksek dağlarla çevrili Van Gölü Ovası'na kurulmuştur. 1725 metre rakıma sahip olan bu il, 38° 28' enlem ve 43° 21' boylam dereceleri arasında yer almakta olup, karasal iklimin etkisi altındadır. Kışları sert ve kar yağışlı, yazları ise sıcak ve kurak geçmektedir (Gazioğlu Şensoy ve Tutuş, 2017, s. 58). Van ili Urartu hâkimiyetinin sona ermesinin ardından, bölge sırasıyla Persler, Romalılar, Araplar, Bizans İmparatorluğu, Selçuklu Devleti ve daha birçok devletin egemenliğine girmiştir. Nihayetinde, 1548 yılında Osmanlı İmparatorluğu'nun yönetimi altına girmiştir (Deniz, 2009, s. 178). Urartular tarafından inşa edilen barajlar, göletler ve sulama kanalları, günümüzde olduğu gibi Orta Çağ ve Osmanlı dönemlerinde de aynı amaca hizmet etmiştir. Tuşba (Van) şehrinin su ihtiyacını karşılamak için, şehir merkezine 50 km mesafede bulunan Hoşap Vadisi'nde açılan sulama kanallarında yer alan yazıtlarda, Tariria için, babası Kral Menua (M.Ö. 810–786) tarafından üzüm bağları kurulduğundan bahsedilmektedir (Lloyd, 1989).

Van, bölgede eski çağlarda hüküm süren Urartu, Pers, Makedonya ve Bizans medeniyetleri ile Büyük Selçuklu ve Osmanlı İmparatorluklarının mutfak kültürlerinin izlerini taşımaktadır (Samsa, 2019, s. 33; Ocak vd., 2021, s. 2658). Ayrıca bölgedeki coğrafi, iklimsel, ekonomik ve sosyal faktörlerin etkisiyle, zengin bir mutfak kültürü oluşmuştur (Çakır, 2017, s. 23). Urartular döneminde yetiştirilen ve çeşitli arkeolojik kazılarda bulunan buluntularla bilinen Erciş üzümü, antik çağlardan günümüze kadar bölge mutfak kültüründe önemli bir yer tutmaktadır (Gökçe, 2016). Van ilinin de yer aldığı bölge, dünyanın en eski bağcılık alanlarından biri olarak kabul edilmektedir (Gleisberg, 1938). Van bölgesinde şimdiye kadar bulunan ve en eski üzüm kalıntılarını oluşturan örnekler, 1995 yılında Bakraçlı (Yedikilise) Köyü, Yoncatepe Kalesi ve nekropolünde yapılan kazılarda Erken Demir Çağı'na ait şehir ve mezarlarda ortaya çıkan üzüm çekirdekleridir (Belli, 2000). Van ili ve Van Gölü Havzası, yüksek rakıma rağmen etrafındaki yüksek dağlar ve gölün ılımanlaştırıcı etkisi sayesinde bir mikro-iklim alanı oluşturmaktadır. Bu özellik, birçok bitkinin bu bölgede yetişmesine olanak sağlamıştır. Bölge, uzun yıllar ve farklı medeniyetler boyunca üzüm yetiştiriciliği

yapılan ve hem üzümünden hem de üzüm ürünlerinden faydalanılan bir alan olmuştur (Yılmaz, 1985; Oybak Dönmez, 2002).

Van Gölü Havzası'nda genellikle mera otlatmasına dayalı hayvancılık yapıldığı için yörede tarımsal faaliyetler sınırlıdır. Bu nedenle, küçükbaş ve büyükbaş hayvancılık yapılarak önemli bir sayıda hayvan yetiştirilmektedir. Ayrıca, Van Gölü'nde yılda yaklaşık 15.000 ton inci kefali üretilmektedir (Çiftçi vd., 2008, s. 47). Van ilinde zamanla sebze çeşitliliği artmış, fakat Van'ın kuru ve soğuk iklimi nedeniyle turp, havuç ve lahana gibi sebzeler kuyulama tekniğiyle karanlık ve serin yerlerde saklanmıştır. Ayrıca evde hazırlanan kavurma, keşkek ve peynir gibi yiyecekler, genellikle kilerde, çoğunlukla toprağa gömülerek muhafaza edilmiştir (Ertaş ve Gezmen Karadağ, 2013, s. 132). Nitekim Evliya Çelebi'nin, 17. yüzyılın ortalarında Van'a gelerek, bölgenin tarım ve bakliyat ürünleri, sebze ve meyve çeşitleri, balık ve av hayvanları ile yemek çeşitleri hakkında verdiği önemli bilgiler, Van mutfak kültürüyle ilgili diğer verilerle de örtüşmektedir (Belli ve Belli, 2009, s. 695). Van, komşu şehirlerle olan etkileşimi sayesinde çevre illerin mutfak kültürlerinden de etkilenmiştir. Dolayısıyla bu durum, Van mutfağının Siirt ve Hakkâri yörelerinin mutfak kültürleriyle anılmasına yol açmıştır. Bu özelliğiyle Van mutfağı, durağan ve gelişime kapalı değil, aksine renkli ve çeşitlilik gösteren dinamik bir mutfak kültürüne sahip olma özelliği göstermektedir (Daşdemir, 2021, s. 68; Maxwell ve Soucey, 2015, s. 9). Van ili, özellikle kahvaltısı ve yöresel yemekleriyle gastronomik açıdan önemli bir şehir olarak öne çıkmaktadır (Navarro vd., 2012, s. 38; Ün ve Okat, 2023, s. 491).

Van'a ait yemeklerin hazırlanması, özen ve emek gerektiren bir süreçtir ve özel malzemelerle yapılmaktadır. Van'ın geleneksel ev mimarisine bakıldığında, mutfak mimaride en önemli mekân olarak değerlendirilmektedir. Van mutfağında ise öğünler arasında en çok önem verilen öğün kahvaltıdır (Alaeddinoğlu, 2013, s. 87). Van ilinde gastronomik değer taşıyan coğrafi işaretli ürünler bulunmaktadır. Bu gıdalar sırasıyla Van Keledoşu, Murtuğa, Van Kavutu, Van Otlu Peyniri, Van Gül Reçeli, Van Kahvaltısı, Erciş Üzümü, Van Pastası, Van Sengeseri, Çatak Cevizi, Van Kürt Köftesi, Bahçesaray Cevizi, Tandırda İnci Kefali, Van Ayran Aşısı, Gevaş Fasulyesi, Sıhke

Kavunu, Erciş Lahanasıdır. Şehirde toplam 19 coğrafi işaretli őrün bulunmaktadır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2025). Bunların 17'si gastronomik unsurdur. TÜİK'den elde edilen veriler doğrultusunda toplam nüfusu Van ilinde 1.118.087'dur. Nüfus yoğunluğu en fazla Van ilidir.

## İKİNCİ BÖLÜM

### 2. YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde çalışmanın amacı, önemi, güvenilirliği, evren ve örnekleme ve yöntemi detaylı şekilde açıklanmıştır. Ardından TRB2 bölgesinde gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda elde edilen bulgulara yönelik verilerin analizleri sunulmaktadır. Son olarak sonuç ve değerlendirme bölümlerine yer verilmektedir.

#### 2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı TRB2 Kalkınma Bölgesi'nde var olan yenilebilir otlarının envanterinin oluşturulması olup bu bilgiler doğrultusunda bir gastronomi rotasının oluşturulması hedeflenmektedir. Çalışma ile birlikte yenilebilir otlar açısından önemli kaynakları olan bu bölgenin envanterinin oluşturulması, bölgede gastronomi rotası oluşturulması, yenilebilir otların kaybolmaması ve kayıt altına alınması, bu otlardan yapılan yemeklerin araştırılması, gastronomi turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi ve mutfak envanterinin korunarak gelecek nesillere aktarılmasının sağlanması amaçlanmaktadır.

TRB2 Kalkınma Bölgesi coğrafyası bakımından oldukça dağlık bir arazi yapısına sahiptir. Coğrafyanın etkisi ile endemik bitki türlerine oldukça sık rastlanmaktadır. TRB2 bölgesi birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Bunun etkisi ile mutfak kültürü de farklı toplumlardan etkilenerek şekillenmiştir. Köklü bir mutfak kültürü geçmişi ve coğrafi yapısı bölgenin gastronomisinin çerçevesini oluşturmuştur. Coğrafi özelliklerinin engebeli ve dağlık olması ulaşım yönünden birtakım zorlukları beraberinde getirmiştir. Ulaşımın kısıtlı olması ile her türlü gıda maddesinin bölgede bulunması güçleşmiştir. Yöre halkı bölgede yetişen ürünlerden yemek yapma eğilimi göstermiştir. Otların yemeklerde kullanımı da bu noktada gerçekleşmiştir.

Turizm faaliyetleri insan temelli aktiviteler olması dolayısıyla her geçen gün insan istek ve beklentileri değişkenlik göstermektedir. Beklentilerin değişmesi ile yönelimler de değişmekte ve özel ilgi alanları doğmaktadır. Bu özel ilgi alanları alternatif turizm türleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Alternatif turizm türleri ile her ülke, her bölge, her şehir hatta her köy turizm aktivitelerinde aktif rol alabilmektedir.

Kırsal alanların kalkınması açısından alternatif turizm türleri oldukça önemlidir. Türkiye'nin birçok alternatif turizme uygun alt yapısı vardır. Köklü mutfak kültürü sayesinde gastronomi turizmi açısından önem arz etmektedir. Bölgede bulunan endemik ve yenilebilir otlar alternatif turizm türü olan gastronomi turizmi açısından değerlendirildiğinde bölge ekonomisine ciddi kaynak oluşturmaktadır. Ayrıca bölgenin tanıtımını sağlayarak gastronomi turizmi açısından potansiyel barındırmaktadır. Bu bağlamda çalışma yenilebilir otların bölge gastronomisine katkı sağlayarak turistler açısından gastronomi turizmi potansiyelinin ortaya çıkarılmasını da hedeflemektedir.

Artan nüfus ile birlikte turizme ve destinasyonlara doğrudan etkisi olan turizm aktiviteleri özel ilgi alanlarına yönelik alternatif turizm türleri gelişim göstermiştir. Eğitim, kültür ve ekonomik seviye ile alternatif turizme olan yönelim artışa geçmiştir. Gastronomi alternatif turizm türleri arasında oldukça sık gündeme gelmektedir. Gastronominin güncel bir alan olması sebebiyle akademik yönden çalışmaların henüz sınırlı sayıda olduğu görülmektedir. Gastronomi rotaları da bu bağlamda güncel bir konu olarak literatürde yer almaya başlamıştır. Gastronomi rotaları hakkında sınırlı sayıda çalışmanın olması TRB2 Kalkınma Bölgesi açısından çalışmanın önemini ortaya koymaktadır. Bölgede yer alan yöresel yiyecek ve içecekler çerçevesinde mutfak kültürü şekillenmiştir. Bölgede kullanılan bitkiler tıbbi amaçlı veya gıda olarak tüketilmektedir. Bu bitkiler yerel halk için gelir kaynağı niteliği de taşımaktadır. Bu nedenle önemli bir kaynak olan yenilebilir bitkilerin envanterinin oluşturulması ve bu bitkilere yönelik mutfak kullanım alanlarının araştırılması önem arz etmektedir. Nitekim bu çalışmanın yerel halk, turistler ve akademik çalışmalara öncülük etmesi açısından büyük katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Yapılan bu çalışma bölgede turizm aktivitelerine yeni bir soluk kazandırılarak bölgenin gastronomi turizmi faaliyetlerini hareketlendirmek açısından önem arz etmektedir. Ayrıca araştırmanın amacı açısından belirlenen soruların cevap bulması ile literatürde önemli bir açığı dolduracağı düşünülmektedir. Yerel halka ve gelen turistlere yenilebilir otları tanıtarak bunların pazarda gereken önem verilerek değerlendirilmesi gerektiğini gösterecektir. Bu alanda daha önce sistematik bir

envanter çalışmasının yapılmamış olması ayrıca bu noktada herhangi bir rota çalışmasının bulunmaması çalışmanın özgünlüğüne dikkat çekmektedir. TRB2 bölgesinin flora çeşitliliği oldukça zengin bir yapıya sahiptir. Dağlık bölgelerde yenilebilir veya şifalı otlar sıklıkla kullanılmaktadır. Karasal iklime sahip bu bölgede kışlar soğuk ve karlı, yazlar sıcak ve kuru geçmektedir. Buna bağlı olarak dayanıklı yüksek rakımlarda dahi yetişebilen bitkiler yaşam alanı bulmaktadır. İklimsel özelliğinin değişkenlik göstermesi bitki çeşitliliğinde de kendini göstermektedir. Yenilebilir otlar bölge ekonomisine ve yerel halka katkı sağlayarak tarım potansiyelini destekleyebilir.

## **2.2. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenilirliği**

Bilimsel araştırmalarda veri toplama ve analiz süreçlerinde nesnelliğin sağlanması büyük önem taşımaktadır. Ancak, araştırmacının katılımcılar ve verilerle etkileşim kurduğu nitel araştırmalarda, geleneksel anlamda nesnelliğin tam anlamıyla uygulanabilir olmadığı sıklıkla dile getirilmektedir (Strauss ve Corbin, 2014). Bilimsel araştırmalarda yaygın olarak başvuru ve literatürde kabul gören iki temel ölçüt, geçerlilik ve güvenilirliktir (Yaşar, 2018, s. 58). Bilimsel araştırmaların gerçekleştirildiği tüm disiplinlerde, elde edilen bulguların metodolojik olarak güvenilir ve geçerli olması, araştırmanın bilimsel değerini belirleyen temel unsurlardanır (LeCompte ve Goetz, 1982, s. 31). Nicel araştırmalarda geçerlilik ve güvenilirlik, nitel araştırmalarda ise güvenilirlik (trustworthiness) ölçütleri ön plandadır. Nicel araştırmalarda veriler sayısal, nitel araştırmalarda ise sözel ve bağlamsal niteliktedir. Ayrıca, nicel araştırmacı sürece dışarıdan yaklaşırken, nitel araştırmacı araştırmaya doğrudan katılır (Braun ve Clarke, 2013, s. 4)

Geçerlilik, bir analiz sonucunun kabul edilebilirliğini; güvenilirlik ise araştırma sürecinin, belirli bir olguyu tutarlı biçimde açıklama yeteneğini ifade eder. Daha spesifik olarak, geçerlilik kullanılan ölçme veya değerlendirme aracının, araştırılan kavram ya da olguyu ne derece doğru ölçtüğünü gösterir. Başka bir deyişle, ölçülmek istenen değişkenin gerçekten ölçülüp ölçülmediğini sorgular. Bilimsel araştırmalarda geçerlilik, çalışmanın bilimselliğini belirleyen temel ölçütlerden biri olarak kritik bir rol oynar (Creswell, 2016; Maxwell, 2012; Merriam, 2009). Güvenilirlik, bir ölçüm

aracının farklı araştırmacılar tarafından, farklı örneklemeler üzerinde tekrarlandığında tutarlı ve benzer sonuçlar üretme kapasitesine işaret eder. Bu bağlamda güvenilirlik, araştırma bulgularının çoğaltılabilir olması ve yeniden üretilebilir olmasının bir göstergesidir (Denzin ve Lincoln, 2018, s. 186).

Geçerlilik ve güvenilirlik, yürütölen bir çalışmada elde edilen sonuçların inandırıcılığı açısından en önemli unsurlardan biridir. Bu bağlamda, nitel araştırmaların en çok eleştirilen ve tartışılan yönlerinden biri, 'geçerlilik' ve 'güvenilirlik' ölçütlerinin nicel çalışmalarda olduğu kadar yaygın ve sistematik şekilde test edilememesidir. Bu nedenle, nitel araştırmalarda güvenilirliğin sağlanabilmesi açısından toplanan verilerin, olguların, olayların ve açıklamaların mümkün olduğunca nesnel bir biçimde aktarılması gerekmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2021). Örneğın, araştırmacı notlarının anlık olarak tutulması, mülakat süresince ses ve görüntü kayıtlarının kesintisiz şekilde alınması, bu kayıtların eksiksiz biçimde yazıya aktarılması ve elde edilen metinlerin hem elle hem de bilgisayar programları aracılığıyla kodlanarak temalara ayrılması, güvenilirliğin sağlanması adına alınabilecek önlemler arasında yer almaktadır (Creswell, 2023). Nitel bir araştırmada güvenilirliğin sağlanabilmesi için, elde edilen bulguların benzer koşullarda tekrarlanabilir olması gerekmektedir (Şencan, 2005, s. 500). Bu bağlamda, araştırma sonuçlarının benzer koşullarda ve farklı zaman dilimlerinde tutarlılık göstermesi, dış güvenilirliğin temelini oluşturmaktadır (Berg, 2001, s. 57; Deniz ve Bedir, 2017, s. 181). Dış güvenilirliğin sağlanabilmesi için, araştırmacının veri toplama ve analiz süreçlerini ayrıntılı ve şeffaf biçimde açıklaması gerekmektedir. İç güvenilirlik kapsamında ise, aynı verilerin farklı bir araştırmacı tarafından analiz edilmesi durumunda benzer sonuçlara ulaşılp ulaşılmayacağıının değerlendirilmesi esastır (Karataş, 2015, s. 78; Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 274). Araştırmada geçerlilik ve güvenilirliği sağlamak için aşağıdaki unsurlara başvurulmuştur:

- ✓ Görüşmeye katılanlardan daha detaylı veri elde edebilmek amacıyla, nitel veri toplama yöntemleri kapsamında yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinden yararlanılmıştır.

- ✓ Araştırma soruları daha önce benzer çalışmalarda uygulanan sorulardan derlenerek hazırlanmış ve alanında uzman öğretim üyelerine aktararak öneriler doğrultusunda nihai halini almıştır.
- ✓ Çalışmada görüşmeler ortalama 20-30 dakika arasında tutularak, ses kayıt cihazı ve video kaydına alınarak kaydedilmiştir. Görüşmecilere aynı sorular yöneltilmiş ve elde edilen veriler elektronik ortamda yedeklenmiştir.
- ✓ Veri toplama sürecinde ölçüt örnekleme ve kartopu örnekleme teknikleri kullanılmıştır. Bu bağlamda katılımcılar farklı il ve ilçelerden seçilerek toplanan bilgiler doğrudan aktarılmıştır.
- ✓ Görüşmede faydalanılan sorular, ses kayıt süreleri ve deşifreleri tez çalışmasının sonunda ek dosya halinde sunulmuştur.
- ✓ Görüşmelerden elde edilen ses kayıtları yazıya aktarılırken araştırmayı kapsamayan görüşmeler incelenerek analizlerde kullanılmamıştır.
- ✓ Görüşmelerde kaydedilen ses kayıtları ve notlar 20 Haziran-20 Temmuz 2024 tarihlerinde yazıya aktarılmış ve bulgulara yönelik veriler elde edilmiştir.
- ✓ Veriler kod haline getirilmiş ve kodlamalar yapılırken ilgili öğretim üyeleri ile kodlara yönelik temalar incelenmiştir.
- ✓ Ayrıca yöntem bölümünde evren ve örneklem, veri toplama aracı ve sürecine yönelik bilgilere detaylı şekilde yer verilerek geçerlilik ve güvenilirlik artırılmak istenmiştir.
- ✓ Kodların ve temaların, araştırma soruları ve kavramsal çerçeve ile ne kadar uyumlu olduğu değerlendirilmiştir. Kodu destekleyen doğrudan alıntılar kullanılmıştır.

Kodlar sistematik şekilde tanımlanmış ve farklı araştırmacıların da aynı sonuçlara ulaşabilmesi sağlanmıştır. Ne zaman, hangi kararlar kodlama yapıldığı not edilmiştir.

### **2.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi**

Olgularının gerçekleştiği ve gözlemlendiği topluluğa 'evren' denir. Örneklem ise, bu evrenden seçilen ve hem nitelik hem de nicelik açısından evreni temsil eden, daha küçük bir gruptur. Örnekleme, evrenden örneklem seçme sürecidir (Kılıç, 2012,

s. 44). Araştırmaya konu olan olguları içeren veriler, evrende yer alır. Ancak evren çok geniş olduğundan, araştırmacının tamamını incelemesi hem zaman hem de maliyet açısından zordur. Bu nedenle veriler, evreni temsil ettiği düşünülen bir kesimden elde edilmeye çalışılır (Liamputtong, 2013). Evren, birbirinden farklı özelliklere sahip öğeler ve grupların oluşturduğu bir bütündür (Tashakkori ve Teddlie, 2010). Evren genişleyip çeşitlilik kazandıkça, tamamına ulaşarak veri toplamak zorlaşmaktadır (Strauss ve Corbin, 2014). Nitel araştırmalarda, örneklemin genişliği; araştırma probleminin niteliği ve araştırmacının kaynaklarının sınırlılığı göz önünde bulundurularak belirlenmelidir (Yıldırım ve Şimşek, 2008, s. 87).

Araştırmanın evreni TRB2 Kalkınma Bölgesinde bulunan Bitlis, Hakkâri, Muş ve Van illerinden meydana gelmektedir. Çalışma alanının geniş olması nedeniyle tüm ilçelere ulaşmak zaman, maliyet ve ulaşılabilirlik bakımından kısıtlılıklar içermektedir. Bu nedenle örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Çalışmaya en uygun örnekleme yöntemi olarak kartopu örnekleme ve ölçüt örnekleme yöntemlerinden faydalanılmıştır. Kartopu örnekleme yapan araştırmacı, incelediği olguyla ilgili evrende en fazla bilgiye sahip olduğunu düşündüğü kişi ve durumları belirlemek için şu soruları sorar: 'Bu konu hakkında en fazla bilgiye sahip kişi kimdir? Görüşmeye kiminle başlamalıyım?' (Flick, 2014). Bu teknik, zengin veri sağlayabilecek kişi ve kritik durumlara odaklanır; evrene ise bu kişi ve durumlar üzerinden ulaşmayı amaçlar (Creswell, 2013). Kartopu örnekleme, özellikle nadir görülen durumları incelemede, ilk olarak bu durumu temsil eden bir bireyle temas kurulup, bu bireyin desteğiyle zincirleme bir şekilde diğer bireylerle görüşerek örneklem oluşturma işlemidir (Pagano ve Gauvreau, 1993).

Ölçüt örnekleme yöntemi ise önceden belirlenen bir dizi ölçüte uyan tüm durumların incelenmesidir. Bu ölçütler, araştırmacı tarafından oluşturulabilir ya da daha önce hazırlanmış bir ölçüt listesi kullanılabilir (Marshall ve Rossman, 2014). Bu yöntemin temel amacı, veri toplamak için örnekleme dahil edilecek bireylerin, araştırmacı tarafından önceden belirlenen ölçütlere göre seçilmesidir. Bu süreçte, belirlenen ölçütlere uyan durumların öncelikli olarak değerlendirilmesi amaçlanmaktadır (Çelebi, 2022). Araştırmanın örneklemini ise TRB2 bölgesinde

yenilebilir otlar hakkında bilgi sahibi olan kişiler oluşturmaktadır. Bölgede yer alan illerin hepsinde yenilebilir otlar açısından ön araştırma yapılmış ve ulaşılan il ve ilçelerden veriler toplanmıştır. Şehirlerin ziyaretleri sırasında her şehirde yenilebilir otlar hakkında bilgi sahibi olduğu düşünülen kişi\kişiler ölçüt örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Özellikle yerel halk veya yenilebilir otların ticaretini yapan kişiler seçilmiştir. Ayrıca belirlenen bir kişiden yola çıkarak diğer kişilere kartopu örnekleme yöntemi ile ulaşılmıştır.

#### **2.4. Araştırmanın Yöntemi**

Nitel araştırma; gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama tekniklerini kullanarak, algı ve olayların doğal ortamında gerçekçi ve bütüncül biçimde incelendiği bir araştırma yaklaşımıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 41). Nitel araştırmada en yaygın kullanılan veri toplama yöntemleri; bireysel görüşmeler, odak grup görüşmeleri, gözlemler ve doküman analizleridir (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 86). Görüşme; karşılıklı diyalog ve etkileşim içinde üretilen, araştırmacının sorularına yanıt aradığı, anlamını bağlamdan alan ve genellikle anlatı biçiminde aktarılan bir bilgi üretme yöntemi olarak tanımlanabilir (Kvale ve Brinkmann, 2009, s. 54-56). Başka bir söylemle görüşme, iki ya da daha çok kişi arasında belirli bir amaç uğruna yapılan yapılandırılmış bir iletişim süreci olarak tanımlanmaktadır (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2015, s. 93). Görüşme tekniğinin kullanıldığı bu çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Araştırmada yenilebilir otlar açısından gastronomi rotasının belirlenmesi ve envanter oluşturulması için görüşme formu hazırlanmıştır. Araştırmada kullanılan görüşme soruları daha önce Akan ve Bakır Sade (2015) ve Kökler ve Çetinkaya'nın (2021) tarafından yapılan çalışmalarda kullanılan mülakat sorularından derlenmiştir. Görüşme formunun birinci kısmında sosyo-demografik bilgi formu, ikinci bölümünde ise yenilebilir otların envanterinin oluşturulmasına yönelik sorular yer almıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formu yüz yüze olacak şekilde uygulanmıştır.

Örnekleme dahil edilen katılımcılar belli bir ölçüte göre belirlenmiş ve bu özelliği sağlamayan katılımcılar örnekleme dahil edilmemiştir. Ölçütler araştırmacı tarafından oluşturulmuştur. Bu ölçütler:

- ✓ Katılımcıların TRB2 Kalkınma Bölgesi'nde yaşaması gerekmektedir.
- ✓ Yenilebilir otlar açısından zengin olan ve ulaşılabilen ilçeler belirlenmelidir.
- ✓ Katılımcılardan fikir alınarak bir sonraki katılımcı seçilmelidir.
- ✓ Yenilebilir otlar hakkında bilgi sahibi olan veya otları mutfakta kullanan kişilere öncelik verilmelidir.
- ✓ Görüşme sorularının ve fotoğraf\videolarının kullanılmasını istemeyen katılımcılar araştırmaya dahil edilmemelidir.
- ✓ Ulaşımı kısıtlı olan ilçeler çalışma alanı dışında bırakılmalıdır.

## 2.5. Veri Toplama Aracı, Süreci ve Araştırma Soruları

Görüşme, karşılıklı diyalog ve etkileşim içinde ortaya çıkan, araştırmacının sorularına yanıt arayan, bağlamdan anlam kazanan ve genellikle anlatı şeklinde aktarılan bir bilgi şeklinde tanımlanmaktadır (Kvale ve Brinkmann, 2009, s. 54-56). Görüşmeler, yapılandırılmış, yapılandırılmamış ve yarı yapılandırılmış şeklinde üç türe ayrılmaktadır. Yarı yapılandırılmış görüşme, katılımcı kişilerle yapılan görüşmelerde bazı soruların önceden belirlenip planlandığı, ancak araştırmacının görüşme sırasında yeni sorular da sorarak esneklik sağlayabildiği bir teknik olarak ifade edilmektedir (Karasar, 2014, s. 168). Yarı yapılandırılmış görüşmeler, yapılandırılmış görüşmelere kıyasla daha esnektir; bu görüşmelerde soru sayısı, ortam ve görüşmenin gidişatına göre değişebilir ve görüşme sırasında akla gelen anlık sorular da katılımcılara yöneltilir (Polat, 2022). Görüşme sorularını tanımlarken sıkça kullanılan 'açık uçluluk' ifadesi, her ne kadar yaygın olsa da yeterince açık bir tanım sunmaz ve farklı şekillerde yorumlanabilmektedir. Açık uçlu sorular katılımcıların duygu, düşünce ve deneyimlerini kendi ifadeleriyle dile getirmelerine olanak tanımaktadır. Bu tür sorular, katılımcıya önceden belirlenmiş yanıt seçeneklerinin dayattığı sınırlamaları ortadan kaldırmayı hedeflemektedir (Patton, 2018, s. 353-354).

Bu çalışmada, kaynak kişilere ulaşarak verilerin doğrudan toplanması ve değerlendirilmesi sağlamak amacıyla nitel araştırma yöntemlerinden biri olan görüşme tekniği kullanılmıştır. Veri toplama sürecinde, araştırmacı tarafından yarı yapılandırılmış bir görüşme formu hazırlanmıştır. Görüşme formunda yer alan sekiz

şoru, özellikle bölgede yetişen yenilebilir otlarla ilgili bilgi edinmeye yönelik olarak oluşturulmuştur. Ayrıca, bu görüşme formu, araştırma kapsamında veri toplama aracı olarak kullanılmadan önce, Akan ve Bakır-Sade (2015) ve Kökler ve Çetinkaya (2022) tarafından gerçekleştirilen çalışmalar temel alınarak geliştirilmiştir. TRB2 Kalkınma Bölgesi'nde gerçekleştirilen bu saha araştırmasında, bölge illerine gidilerek yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Ayrıca verilerin toplanabilmesi için gereken etik kurul izin belgesi Necmettin Erbakan Üniversitesi Etik Kurulu 12/04/2023 tarihi ve 2023/190/05 karar/sayı numarası ile alınmıştır. Yenilebilir otların doğaları gereği yalnızca belirli mevsimsel dönemlerde toplanıp tüketilebilmesi nedeniyle, görüşmeler bu sınırlı zaman aralığında gerçekleştirilmiştir. Araştırma alanının geniş bir coğrafyaya yayılması nedeniyle tüm yerleşim yerlerine eş zamanlı erişim mümkün olmamış; bu durum veri toplama sürecinin farklı zaman dilimlerine bölünmesini gerektirmiştir. Araştırma kapsamında en yoğun verinin toplandığı Van ilindeki görüşmeler Nisan–Haziran 2023 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Bitlis, Hakkâri ve Muş illerinden ise veriler, izleyen yıl olan Nisan–Haziran 2024 döneminde toplanmıştır. Saha çalışmaları sırasında yerel restoranlarda yenilebilir otlarla hazırlanan yemeklerin varlığı halinde, bu yemeklerin görselleri belgelenmiş ve tariflerine ilişkin bilgiler derlenmiştir. Bunun dışında, bölgede tespit edilen diğer otlar araştırmacı tarafından temin edilmiş, elde edilen tarifler doğrultusunda bu otlarla yemekler hazırlanmış ve sürece ilişkin detaylı gözlemler kayıt altına alınmıştır.

Araştırmanın yenilebilir otlar envanteri aşamasında elde edilen verilerin analizi, nitel veri analizi yöntemlerinden biri olan içerik analizi tekniği kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Bu analizin temel amacı, elde edilen verilerin araştırma çerçevesindeki kavramlarla ve ilişkilerle anlamlandırılmasını sağlamaktır. Bu bağlamda, benzer veriler, belirli kavramlar ve temalar etrafında gruplanarak, sistematik bir şekilde düzenlenmekte ve yorumlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Bu süreç, verilerin kapsamlı şekilde incelenmesini ve sonuçların okuyucunun anlayabileceği şekilde açık ve anlamlı bir biçimde sunulmasını sağlamaktadır. Verilerin analizi, nitel veri analiz programı MAXQDA Analytics Pro 2020 kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Bu süreçte, birincil araştırmalardan elde edilen doğrudan alıntılar ve temel kavramlar, dikkatlice incelenip satır satır okunarak

kodlanmıştır. İlk aşama olan bu kodlama süreci tamamlandıktan sonra, ikinci aşamaya geçilmiştir. İkinci aşamada, elde edilen kodlar, benzerlikleri ve farklılıkları dikkate alınarak karşılaştırılacak ve bu karşılaştırmalar sonucunda hiyerarşik bir ağaç yapısı oluşturulmuştur. Bu yapının her bir dalı, belirli bir tema etrafında gruplanarak sistematik bir şekilde düzenlenmiştir. Oluşturulan her tema, içerisinde barındırdığı kodların tanımlarını, anlamlarını ve araştırma bağlamındaki işlevlerini kapsayacak şekilde kapsamlı bir biçimde tanımlanmıştır. Böylece, veri setindeki ana kavramlar ve ilişkiler daha anlamlı ve sistematik bir şekilde ortaya konarak, araştırma sorularına dair derinlemesine bir anlayış geliştirilmesine olanak sağlanmıştır.

İçerik analizi yöntemiyle, araştırma verilerinden temalar belirlenmiş ve bu temalar doğrultusunda kodlar çıkarılmıştır. Bu süreç, nitel araştırma yöntemlerine uygun olarak derinlemesine bir içerik çözümlemesiyle gerçekleştirilmiş ve elde edilen bulgular, sistematik bir biçimde sunulmuştur. İçerik çözümlemesi, verilerin anlam katmanlarını ortaya koyarak, araştırma soruları çerçevesinde anlamlı ve geçerli sonuçlara ulaşmayı amaçlamaktadır. Bu aşamada, verilerin organik bir şekilde kodlanması ve temalar arasında kurulan ilişkilerin analizi, araştırmanın genel bağlamına dair kapsamlı bir anlayış geliştirilmesine olanak tanıyacaktır. Tablo 2.1’de çalışmada kullanılan sorulara yer verilmiştir.

**Tablo 2.1.** Görüşme Soruları

<b>Demografik Bilgiler</b>	Cinsiyet: Yaş: Medeni durum: Meslek: Nereli: Kaç yıldır bu şehirde ikamet ediyor:
<b>Soru 1.</b>	Bölgede toplanan ve kullanılan bitkiler nelerdir?
<b>Soru 2.</b>	Bu bitkilere verilen yöresel isimler nelerdir?
<b>Soru 3.</b>	Bu bitkilerden ne amaçla yararlanılmaktadır?
<b>Soru 4.</b>	Hangi bitkiler ne zaman yetişmekte ve toplanmaktadır?
<b>Soru 5.</b>	Bu bitkilerin hangi kısımları kullanılmaktadır?
<b>Soru 6.</b>	Bitkinin toplanan kısımları nasıl kullanılmaktadır?
<b>Soru 7.</b>	Bu bitkilerden ne tür yemekler yapılmaktadır?
<b>Soru 8.</b>	Yörede yetişen yenilebilir yabani bitkilerin bölgesel kalkınmadaki önemi nedir?

Tablo 2.2’de ise çalışmaya her ilden kaç kişinin katıldığına yönelik bilgiler yer almaktadır.

**Tablo 2.2.** TRB2 Bölgesi Katılımcı Sayısı

<b>ŞEHİR</b>	<b>KATILIM SAYISI</b>
Bitlis	17
Hakkâri	11
Muş	14
Van	17
<b>TOPLAM</b>	<b>59</b>

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 3. BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde TRB2 Kalkınma Bölgesine yönelik saha çalışması kapsamında analizlere yönelik çıktılara yer verilmiştir. Araştırma kapsamında demografik bilgiler ve yenilebilir otlara yönelik katılımcılar ile yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen bulgular bu bölümde yer almıştır.

#### 3.1. Katılımcılara Yönelik Bulgular

Çalışma doğrultusunda 4 şehirde görüşmeler gerçekleştirilmiş ve toplamda 59 katılımcı ile TRB2 Kalkınma Bölgesi'nde var olan yenilebilir otların envanterinin oluşturulmasına yönelik veriler elde edilmiştir. Görüşmelerin yapıldığı kişiler K1'den K59'a kadar kodlanmıştır. Tablo 3.1' de katılımcıların demografik özelliklerini gösteren bilgilere yer verilmiştir.

**Tablo 3.1.** Katılımcıların Demografik Özelliklerine Yönelik Bulgular

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Medeni Hal	Meslek	Şehir	İkamet Süresi
K1	Erkek	25	Bekar	Öğrenci	Bitlis (Tatvan)	25
K2	Kadın	44	Evli	Ev hanımı	Bitlis (Tatvan)	44
K3	Erkek	38	Evli	Ticaret	Bitlis (Tatvan)	38
K4	Erkek	52	Evli	Serbest meslek	Bitlis (Tatvan)	52
K5	Erkek	48	Evli	Çiftçi	Bitlis	48
K6	Erkek	35	Evli	Esnaf	Bitlis	35
K7	Erkek	52	Evli	Çalışmıyor	Bitlis	52
K8	Kadın	58	Evli	Ev hanımı	Bitlis	58
K9	Kadın	41	Evli	Ev hanımı	Bitlis (Tatvan)	41
K10	Kadın	24	Bekar	Tekstil	Bitlis	24
K11	Kadın	48	Evli	Ev hanımı	Bitlis	48
K12	Kadın	28	Evli	Ev hanımı	Bitlis	28
K13	Kadın	55	Bekar	Ev hanımı	Bitlis	55
K14	Kadın	29	Evli	Ev hanımı	Bitlis	29
K15	Erkek	20	Bekar	Öğrenci	Bitlis (Tatvan)	20
K16	Kadın	22	Bekar	Çalışmıyor	Bitlis	22
K17	Kadın	53	Evli	Ev hanımı	Bitlis	53

<b>K18</b>	Erkek	24	Bekar	Çalışmıyor	Hakkâri	24
<b>K19</b>	Erkek	34	Evli	Serbest meslek	Hakkâri	34
<b>K20</b>	Kadın	43	Evli	Ev hanımı	Hakkâri	43
<b>K21</b>	Erkek	64	Evli	Emekli	Hakkâri	64
<b>K22</b>	Erkek	33	Evli	Hayvancılık	Hakkâri	30
<b>K23</b>	Erkek	55	Evli	Aşçı	Hakkâri	55
<b>K24</b>	Erkek	38	Bekar	Aşçı	Hakkâri	20
<b>K25</b>	Erkek	35	Evli	Öğretmen	Hakkâri	12
<b>K26</b>	Erkek	24	Bekar	Öğrenci	Hakkâri	15
<b>K27</b>	Erkek	48	Evli	Öğretmen	Hakkâri	15
<b>K28</b>	Erkek	52	Evli	Çiftçi	Hakkâri	30
<b>K29</b>	Kadın	35	Evli	Ev hanımı	Muş- Malazgirt	20
<b>K30</b>	Kadın	27	Bekar	Öğretmen	Muş	27
<b>K31</b>	Erkek	29	Evli	Mimar	Muş	29
<b>K32</b>	Kadın	44	Evli	Ev hanımı	Muş	44
<b>K33</b>	Kadın	55	Bekar	Ev hanımı	Muş	15
<b>K34</b>	Kadın	24	Bekar	Öğrenci	Muş	2
<b>K35</b>	Erkek	45	Evli	Müfettiş	Muş	18
<b>K36</b>	Kadın	30	Bekar	Memur	Muş	24
<b>K37</b>	Kadın	49	Evli	Ev hanımı	Muş	49
<b>K38</b>	Erkek	39	Evli	Serbest meslek	Muş	39
<b>K39</b>	Erkek	55	Evli	Pazarcı	Muş	55
<b>K40</b>	Erkek	30	Bekar	Esnaf	Muş	30
<b>K41</b>	Erkek	41	Evli	Esnaf	Muş	41
<b>K42</b>	Erkek	38	Evli	Esnaf	Muş	38
<b>K43</b>	Kadın	27	Bekar	Pazarlamacı	Van	27
<b>K44</b>	Erkek	43	Evli	Memur	Van	43
<b>K45</b>	Kadın	40	Evli	Ev hanımı	Van	40
<b>K46</b>	Kadın	45	Evli	Ev hanımı	Van	45
<b>K47</b>	Kadın	50	Evli	Ev hanımı	Van	50
<b>K48</b>	Erkek	34	Evli	Öğretmen	Van	25
<b>K49</b>	Erkek	37	Evli	Esnaf	Van	37
<b>K50</b>	Erkek	58	Evli	Esnaf	Van	58
<b>K51</b>	Kadın	54	Evli	Ev hanımı	Van	54
<b>K52</b>	Erkek	42	Evli	Esnaf	Van	42
<b>K53</b>	Erkek	34	Evli	Esnaf	Van	34

<b>K54</b>	Erkek	55	Evli	Esnaf	Van	55
<b>K55</b>	Erkek	31	Evli	Esnaf	Van	31
<b>K56</b>	Kadın	27	Evli	Ev hanımı	Van	27
<b>K57</b>	Kadın	64	Evli	Ev hanımı	Van	64
<b>K58</b>	Kadın	30	Evli	Memur	Van	22
<b>K59</b>	Kadın	62	Evli	Ev hanımı	Van	62

Elde edilen bulgular ve yapılan alıntılarının tamamı, bu kodlara karşılık gelen katılımcı ifadelerinden aktarılmıştır. Tablo 3.1’de katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni hal, meslek, şehir ve ikamet süresine yönelik demografik özellikler aktarılmıştır. Çalışmaya 27 kadın, 32 erkek olmak üzere toplam 59 kişi katılmıştır. Katılımcılar ev hanımı (20), esnaf (10), öğretmen (4), öğrenci (4), serbest meslek (3), memur (3), çiftçi (2), ticaret (1), tekstil (1), mimar (1), müfettiş (1), pazarcı (1), pazarlamacı (1), hayvancılık (1) meslek gruplarından oluşmaktadır. Katılımcıların büyük çoğunluğu ev hanımı ve esnafdır. Çalışmaya 18-30 yaş aralığında 16, 31-50 yaş aralığında 28, 51 ve üzeri yaş grubundan 15 kişi katılım sağlamıştır. Çalışma Bitlis’ten 17, Hakkari’den 11, Muş’tan 14 ve Van ilinden 17 katılımcı ile yürütülmüştür.

### **3.2. Ana Tema ve Alt Kodlara Yönelik Bulgular**

Çalışma kapsamında yapılan görüşmelerden elde edilen video, ses kayıtları ve fotoğraflar deşifre edilerek “MAXQDA Analytics Pro” nitel analiz programı ile projelendirilmiştir. Verilerden temalar belirlenerek bu temalar doğrultusunda kodlar oluşturulmuştur.

#### **3.2.1. TRB2 Bölgesi Yenilebilir Ot Envanterine İlişkin Kod Sistemi**

Yenilebilir ot envanterine yönelik kod sistemi Şekil 3.1. de verilmiştir. Kod sistemi; bölgede bulunan yöresel otlar, yenilebilir otların kullanım amacı, yenilebilir otların yetiştirme zamanı, saklama koşulları, yenilebilir otlardan yapılan yemekler ve bölgesel kalkınmadaki rolü alt temalarından oluşmaktadır.

Kod Sistemi	Kod Sayısı
<b>Kod Sistemi</b>	<b>983</b>
> Bölgede Bulunan Yöresel Otlar	458
> Yenilebilir Otların Kullanılma Amacı	104
> Yenilebilir Otların Yetiştirme Zamanı	55
> Saklama Koşulları	171
> <b>Yenilebilir Otlardan Yapılan Yemekler</b>	<b>142</b>
> Bölgesel Kalkınmadaki Rolü	53
<b>Kümelere</b>	<b>0</b>
> Küme 1	0

Şekil 3.1. Yenilebilir Ot Envanterine İlişkin Kod Sistemi

### 3.2.1.1. Ana Tema ve Alt Kodlara İlişkin Bilgiler

Toplanan veriler doğrultusunda toplam 983 kod belirlenmiştir. Ana tema ve alt kodlara yönelik kod sayısı Şekil 3.1’de verilmiştir. Ana tema ve alt kodlara ait açıklamalar Tablo 3.2’de açıklanmaktadır.

Tablo 3.2. Ana Tema, Alt Kodlar ve Açıklamalara İlişkin Bulgular

ANA TEMA	ALT KODLAR	AÇIKLAMALAR
Yenilebilir Ot Envanteri	Bölgede Bulunan Yöresel Otlar	TRB2 bölgesinde kullanılan ve toplanan otların isimleri ayrıca yöre halkı tarafından isimlendirilmesi bu grupta yer almaktadır.
	Yenilebilir Otların Kullanılma Amacı	Otlardan ne amaç ile faydalandığı (yemek-sağlık) detayları yer almaktadır.
	Yenilebilir Otların Yetiştirme Zamanı	Bitkilerin hangi takvim aralığında yetiştiği ve toplandığına dair bilgiler yer almaktadır.
	Saklama Koşulları	Bitkilerin hangi kısımlarının kullanıldığı veya bu kısımlarının ne şekilde saklanarak kullanıldığına (salamura- kurutma- dondurma) yönelik bilgiler yer almaktadır.

Yenilebilir Otlardan Yapılan Yemekler	Otların kullanım amacına göre hangi otlardan ne tür yemeklerin yapıldığı bu grupta aktarılmıştır.
Bölgesel Kalkınmadaki Rolü	Yenilebilir otların bölge halkına ne tür bir katkı sunduğu ve yöre halkı açısından önemine değinilmiştir.

### 3.2.2. Yenilebilir Ot Envanterine İlişkin Bulgular

Bu bölümde katılımcılardan elde edilen ifadeler doğrultusunda yenilebilir ot envanterine yönelik bulgulara yer verilmiştir. TRB2 bölgesinde yer alan şehirlerin hemen hepsinde benzer otların var olduğu görülmektedir. Ana ve alt kodlara yönelik verilerin görselleştirilmesi esnasında bulguları aktarmak için kelime bulutu ve kod-alt kod modellerine ait maxmaps grafikleri kullanılmıştır.

#### 3.2.2.1. Kelime Bulutu

TRB2 Kalkınma Bölgesinin yenilebilir ot envanterine ilişkin anahtar kelimelerin neler olduğunu belirlemek için MAXQDA nitel veri analiz programında kelimelerin frekans değerleri analiz edilmiştir. Görüşmeye katılan 59 katılımcının ifadeleri doğrultusunda kelimeler incelenmiştir. Toplamda 4 belge içerisinde 3694 sözcük içerisinde frekans değeri en yüksek kelimeler saptanmıştır. Şekil 3.2' de kelime bulutuna yönelik bilgiler yer almaktadır.



Arapsaçı	1	Bitlis
Belheviz-Sinir Otu	3	Muş, Van
Böğürtlen	1	Bitlis
Bıttım	4	Bitlis, Muş
Çaşır	2	Bitlis
Çiriş	16	Bitlis, Hakkâri, Muş, Van
Dağdağan	1	Bitlis
Dağ Kekiği	13	Bitlis, Hakkâri, Muş, Van
Dağ Soğanı	2	Muş, Van
Ebegümeçi	8	Bitlis, Hakkâri, Muş, Van
Evelik Otu	9	Bitlis, Hakkâri, Muş, Van
Hatmi	2	Muş
Isırgan Otu	6	Bitlis, Hakkâri, Muş
Kaz Ayağı	2	Van
Kenger	8	Hakkâri, Muş, Van
Keklik Otu	1	Bitlis
Kişniş	1	Muş
Koyun Gözü	1	Bitlis
Kuzu Kulağı	10	Bitlis, Hakkâri, Muş, Van
Kuşburnu	1	Muş
Pazik	1	Van
Peynir Otu	2	Muş, Van
Semiz Otu	4	Bitlis, Muş
Sumak	2	Bitlis, Muş
Su Teresi	3	Bitlis, Hakkâri, Muş
Ters Gelincik	1	Muş
Tırpan	1	Bitlis
Yabani Sarımsak	7	Bitlis, Hakkâri, Muş, Van
Yarpuz	6	Bitlis, Hakkâri, Muş, Van
Yayla Muzu-Uşgun	7	Bitlis, Hakkâri, Muş
Yemlik	3	Muş, Van
Yılan Otu	2	Muş, Hakkâri
Zuzubak	2	Bitlis

Bölgede bulunan otlar alfabetik sıraya göre Tablo 3.3’de yer almaktadır. En fazla kodlanan bitkinin Çiriş (16), Dağ Kekliği (13), Kuzu Kulağı (10), Ebegümece (8) olduğu ve bu bitkilerin bölgedeki her şehirde bilindiği saptanmıştır. Ayrıca 16 katılımcı bu bitkilerin “Türkçe isimlerini bilmediğini” ifade etmişlerdir.

Katılımcılara yöneltilen “*Bu bitkilere verilen yöresel isimler nelerdir?*” sorusuna verilen cevaplarda “Bölgede Bulunan Yöresel Otlar” alt kodunda kodlanmıştır. Tablo 3.4’de bitkilerin yöresel isimleri, bölge halkının bilgisi doğrultusunda olan Türkçe karşılıkları, belirlenebilenlerin bilimsel isimleri, frekans değerleri ve hangi şehirlerde bu otların kullanıldığına ilişkin bilgiler aktarılmıştır.

**Tablo 3.4.** TRB2 Kalkınma Bölgesinde Bulunan Otların Yerel İsimlerini Gösteren Kod-Alt Kod Modeli

Yenilebilir Otlar (Yöresel isim)	f	Türkçe Karşılığı	Şehir	Bilimsel İsmi
Bukanîya berovaji	1	Ters Gelincik	Muş	<i>Fritillaria imperialis</i>
Bıttım	5	Bıttım-Menengiç	Bitlis	<i>Pistacia terebinthus</i>
Big	1	-	Hakkâri	-
Catır	12	Dağ Kekliği	Bitlis, Hakkâri, Muş, Van	<i>Thymus vulgaris</i>
Cağ-Jağ	8	Çaşır	Bitlis, Muş, Van	<i>Ferula spp.</i> / <i>Hippomarathrum spp.</i> / <i>Prangos spp.</i>
Civan Perçemi	3	Ak Başlı	Bitlis, Muş, Van	<i>Achillea millefolium</i>
Çatlanguş	1	-	Van	<i>Cichorium intybus L.</i>
Dindürük	1	Böğürtlen	Bitlis	<i>Rubus canescens</i>
Geven	1	-	Muş	<i>Astragalus hamosus L.</i>
Gezgezok	6	Isırgan Otu	Bitlis, Hakkâri Muş,	<i>Urtica dioica</i>
Guhbızın	8	Kuzu Kulağı	Hakkâri, Van	<i>Rumex acetosella L.</i>
Gulik-Sterk-Çiriş	28	Çiriş	Bitlis, Hakkâri, Muş, Van	<i>Eremurus spectabilis Bieb.</i>
Guriz	2	-	Bitlis, Van	-
Gıyabent	1	-	Hakkâri	-

Hevaju	2	-	Muş	-
Hegedan	6	-	Hakkâri, Van	-
Heliz	18	Arapsaçı	Bitlis, Hakkâri, Muş, Van	<i>Prangos spp.</i>
Heliz Mantarı	8	-	Bitlis, Hakkâri, Muş	-
Hüso	2	-	Muş	-
Hindirej	2	-	Hakkâri	-
Kari	19	Yılan Otu	Bitlis, Hakkâri, Muş, Van	<i>Conophalloides</i>
Kereng	28	Kenger	Bitlis, Hakkâri, Muş, Van	<i>Gundelia tournefortii</i>
Labada	3	-	Hakkâri, Muş	<i>Rumex olympicus</i>
Luş	8	-	Hakkâri, Van	<i>Allium giganteum</i>
Nançüçük	5	Madımak	Bitlis, Muş, Van	<i>Polygonum spp.</i>
Mende	25	-	Bitlis, Hakkâri, Muş, Van	<i>Chaerophyllum macropodum Boiss.</i>
Merijerk	1	-	Van	-
Parpar	3	Semiz Otu	Bitlis, Muş	<i>Portulaca oleracea L.</i>
Pekaz	1	Kaz Ayağı	Van	<i>Falcaria vulgaris Bernh.</i>
Pelheves	2	Sinir Otu- Belheviz	Muş, Van	<i>Plantago lanceolata L.</i>
Pepine	1	-	Hakkâri	-
Punk	8	Yarpuz	Bitlis, Hakkâri, Muş, Van	<i>Mentha pulegium</i>
Pıltan	1	-	Muş	<i>Trigonella L.</i>
Sebisk	1	Zuzubak	Bitlis	-
Sirmo	16	Yabani sarımsak	Bitlis, Hakkâri, Muş, Van	<i>Allium Schoenoprasum</i>
Siyabo	10	-	Hakkâri, Van	<i>Silene vulgaris</i>
Soryaz	10	-	Bitlis, Hakkâri, Muş, Van	<i>Allium ampeloprasum</i>
Spidak	6	Ak Pancar	Muş, Van	<i>Ornithogalum narbonense</i>
Spink	2	Yemlik	Muş, Van	<i>Tragopogon longirostris Bisch.</i>

Sıbisk	1	-	Bitlis	-
Şılan	1	Kuşburnu	Muş	<i>Rosa canina L.</i>
Teuv	1	Dağdağan	Bitlis	<i>Crataegus spp.</i>
Toluk	4	Ebegümece	Muş, Van	<i>Malva neglecta Wallr, M. sylvestris L.</i>
Tuzik	1	Su Teresi	Muş	<i>Barbarea vulgaris R.Br.İ.D.</i>
Tırşik	5	Evelik	Hakkâri, Muş, Van	<i>Rumex crispus</i>
Uşgun-Rêvas	14	Yayla Muzu- Uşgun	Bitlis, Hakkâri, Muş, Van	<i>Rheum ribes L.</i>
Xırtık-Alo	9	-	Bitlis, Hakkâri, Van	<i>Chaerophyllum bulbosum L.İ.D.</i>
Zahter	4	-	Hakkâri, Muş	<i>Origanum syriacum</i>
Zerek	1	-	Hakkâri	-

Tablo 3.4.'e bakıldığında katılımcılara sorulan soru doğrultusunda yenilebilir otların yöresel isimleri belirlenmiştir. Bu doğrultuda katılımcıların en fazla belirttiği otlar; Kereng (28), Gulik (28), Mende (25), Kari (19), Sirmo (16), Uşgun (14), Catır (12), Siyabo (10) ve Soryaz (10)'dır. Bu otların hepsi TRB2 bölgesinin tamamında katılan katılımcılardan elde edilen verilerdir. Yalnızca Siyabo Hakkâri ve Van illerinde bilinmektedir. Ayrıca katılımcılar ifadeleri doğrultusunda bölge halkı tarafından yöresel isimlerinin karşılığı da belirtilmiştir. Nitekim otların büyük çoğunluğu yöre halkı tarafından yalnızca yöresel isimleri ile bilinmektedir.

Fotoğraf 3.1'de TRB2 Kalkınma Bölgesinde yazar tarafından gözlemlenen ve temin edilerek fotoğraflanan yenilebilir otlara ait görseller ve isimleri yer almaktadır.

**Fotoğraf 3.1.** TRB2 Kalkınma Bölgesi Yenilebilir Otlar



Heliz



Xırtık-Alo



Gulik-Çiriş



Kari



Guhbızın



Luş



Spidak



Kereng



Mende



Soryaz



Evelik-Tırşik



Spink



Nançüçük



Siyabo



Bıttım



Heliz Mantarı



Hüsso



Pıltan



Spidak



Uşgun Kökü



Hegedan



Civan Perçemi



Kaz Ayağı



Punk



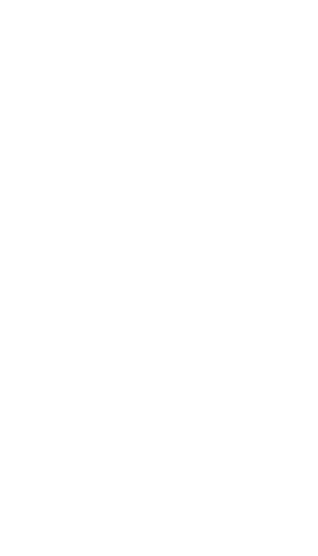
Parpar



Gezgezok



Sirmo





Uşgun



Catır



PPelheves

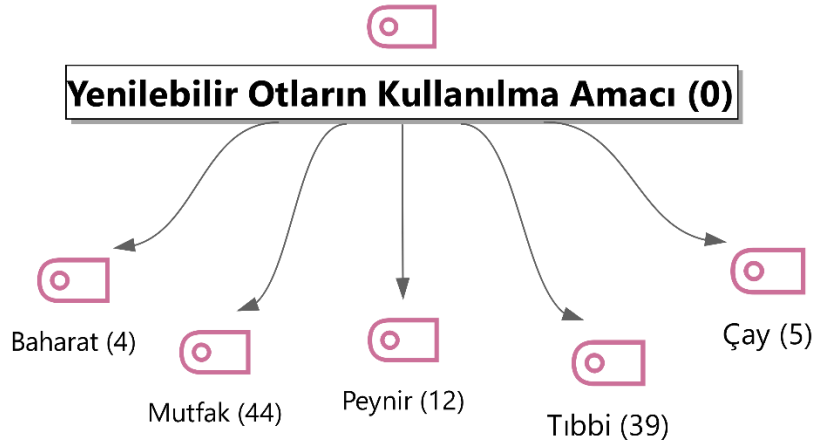


Cağ

### 3.2.2.3. Yenilebilir Otların Kullanım Amacına İlişkin Bulgular

Şekil 3.3' de katılımcılara yöneltilen “*Bu bitkilerden ne amaçla yararlanılmaktadır?*” sorusuna yönelik oluşturulan cevaplar “Yenilebilir Otların Kullanım Amacı” alt kodu ile kodlanmıştır. Bu kod sisteminin alt kodları ise yazar tarafından verilen cevaplar doğrultusunda kategorize edilmiştir. Mutfak, tıbbi, peynir,

çay ve baharat amacıyla kullanılan bu otlar ayrı ayrı kodlanmıştır. Otların kullanım amacına yönelik Maxmaps grafiği Şekil 3.3’de yer almaktadır.



Şekil 3.3. TRB2 Kalkınma Bölgesi Yenilebilir Otların Kullanım Amacını Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği

TRB2 Kalkınma Bölgesi Yenilebilir Otların Kullanım Amacı kodunun alt kodları frekans değerlerine göre; Mutfak (44), Tıbbi (39), peynir (12), Çay (5), Baharat (4) şeklinde kodlanmıştır. Bu frekans değerlerine göre mutfak alanında kullanımına yönelik ifadeler şu şekildedir;

**K1, K3, K6, K8, K19 ve K20** “Yemeklerde kullanılmaktadır.” (Bitlis, Hakkâri)

**K2** “Yemeklerde kullanıyoruz. Bu otların çoğunu turşu gibi tutup kışında kullanıyoruz.” (Bitlis)

**K7** “Cağ otu Van ilinde hayvan yemi olarak bilinmektedir. Bu otlar yemek dışında kullanılmıyor.” (Bitlis)

**K9, K10, K11 ve K17** “Beslenmek için kullanılmaktadır.” (Bitlis)

**K15** “Besin ve ilaç amacıyla kullanılmaktadır.” (Bitlis)

**K24** “Restoranlarda yöresel yemeklerde kullanılıyor. Aromatik özellikleri değerlendiriliyor.” (Hakkâri)

**K25** “Genelde yemeklerde kullanılmaktadır.” (Hakkâri)

**K26** “Yemek veya turşu yapımında kullanılır.” (Hakkâri)

**K27** “Kimisi yemeğe katılır, kimisi salataya katılır, kimisi direk yemek olur.” (Hakkâri)

**K28** “Çoğunlukla yemeklerde kullanılmaktadır.” (Hakkâri)

**K30** “Bazı bitkilerin yaprakları sebze olarak kullanılabilir. Örneğin mahlep poğça ve tuzlu kurabiyelerde kullanılan bir bitkidir. Alıç meyve olarak kullanılan bir bitkidir.” (Muş)

**K31, K33, K34 ve K35** “Yemeklik olarak kullanılır” (Muş)

**K32** “Kuzukulağı; salata, cacık ve çorba yapımında kullanılır.” (Muş)

**K36** “Bu otların tamamı yapılma amaçlı (gastronomi) kullanılır.” (Muş)

**K38** “Uşgun yemeklik olarak kullanılmaktadır.” (Muş)

**K39 ve K40** “Ayrıca yemeklerde de kullanılır.” (Muş)

**K41** “Lezzetli ve sağlıklı olduğu için bu otları tüketiyoruz.” (Muş)

**K43** “Yemek, salata, turşu olarak kullanılmaktadır.” (Van)

**K44** “Pilavda ve çorbada kullanılmaktadır.” (Van)

**K45 ve K49** “Yemek yapımında kullanılmaktadır.” (Van)

**K46** “Yemeklik olarak bazıları haşlanıp kurutuluyor. Bazıları ise turşu yapımında kullanılıyor.” (Van)

**K47** “Yemek, salata yapımında kullanılmaktadır.” (Van)

**K48** “Çiğ tüketilir. Ayrıca peynire ve yemeklere konur.” (Van)

**K50, K53, K54 ve K56** “Peynirlerde ve yemeklerde kullanılır.” (Van)

**K55 ve K57** “Yemeklerde kullanılır.” (Van)

**K58** “Bu otların hemen hepsi yemeklerde ve peynirlerde kullanılmaktadır.” (Van)

**K59** “Peynirde kullanılıyor. Yemeklerde kullanılıyor salamura turşusu yapılıyor.” (Van)

Katılımcılardan elde edilen bilgiler doğrultusunda bu otların hemen hepsi mutfakta yemek yapılarak tüketilmektedir. Tıbbi amaçlı kullanıldığına yönelik katılımcılardan edinilen ifadeler şu şekildedir;

**K2** “Kari gibi otların hepsi hastalıklara şifadır.” (Bitlis)

**K4** “Bu otlar hastalıklara birebirdir uçkun kanser hastaları için kullanılır. Mide ve bağırsaklara da iyi gelmektedir. Bu bitkilerden en kıymetli olanı bu bölgede çağdır.” (Bitlis)

**K5** “Bittımdan sabun yapılmakta ayrıca salamura yapılıyor. Kari tıpta ilaç amaçlı kullanılıyor özellikle kari bitkisinin kökünü tedavi amaçlı kullanıyoruz.” (Bitlis)

**K6** “Çiriş mideye iyi gelir. Siirtliler bittımdan sabun yaparlar. Dağa giden yöre halkı ne lazımsa o otlardan toplamaktadır. (Bitlis)

**K8** “İlaç amacıyla tüm otlar tansiyona iyi gelir.” (Bitlis)

**K9, K10, K11 ve K15** “Sağlık ve beslenmek için kullanılmaktadır. (Bitlis)

**K12** “Soğuk algınlığında, kadınsal hastalıklarda, sağlık problemlerinde ve şeker hastalarına iyi gelmektedir.” (Bitlis)

**K13** “Böbrek, şeker, üst solunum yollarına iyi gelir.” (Bitlis)

**K14** “Sağlık sorunlarında veya kan dolaşımı rahatsızlıklarında ilaç olarak kullanılmaktadır.” (Bitlis)

**K16** “Kan dolaşımı ve şeker hastalığına iyi gelmektedir.” (Bitlis)

**K17** “Şifa niyetine kullanılmaktadır.” (Bitlis)

**K18** “Çirişi kaynatıp suyunu şifa olduklarına inandıkları için içiyorlar. Siyabo ve uşkun şeker ve tansiyon hastaları tüketmektedir. Ayrıca uşkun kökü de tedavi amaçlı kullanılmaktadır. Kokusu çok olan hegedan suyu bağırsaklar için kullanılmaktadır. Siyabonun yılan ısırığına dahi iyi geldiği düşünülmektedir. Yılan zehri yayılmamaktadır. Uşkun ve hegedan otlarının Amerika’da testleri yapılmıştır.” (Hakkâri)

**K19** “Çukurca kaymakamı hegedan ve gohbızın otlarının hastalıklara iyi gelen otlar olarak yayınladılar yemeklerde de kullanılır. Kanser gibi hastalıklara iyi gelmektedir.” (Hakkâri)

**K21** “Giyabent’in çayı yapılmaktadır ayrıca mide, şeker ve tansiyon için içilmektedir. Mideye iyi gelmektedir.” (Hakkâri)

**K22** “Ebegümece mideden gelen kötü suyu (ülser)engelliyor ve iyi geliyor. Hegedan damar ve bağırsakları temizlemektedir. (Hakkâri)

**K23** “Yabani ebegümece insanda kurt varsa atılmasına yardımcı olmaktadır.” (Hakkâri)

**K26** “Uşkun ise şeker hastalığına iyi geldiği düşünülerek tüketilir.” (Hakkâri)

**K28** “Bazıları ise ağrılara karşı doğal tedavi yöntemlerinde kullanılır.” (Hakkâri)

**K30** “Tıbbi amaçla kullanılabilir.” (Muş)

**K31** “Bazıları şifa niyetine kaynatılarak içilir. (Örneğin: menengiç) ısırğan otu romatizma için kullanılır. Tirşo mideyi rahatlatır.” (Muş)

**K32** “Gülhatmi; tıbbi olarak kullanılır, örneğin; Bağız ağrısında süt ile gülhatmi bitkisiyle kaynatılıp sıcak içilir.” (Muş)

**K33** “Bazıları ilaç gibi şifa için özellikle heliz romatizmaya iyi geldiği söylenir.” (Muş)

**K34** “Bazıları ise şifa amacıyla kullanılır. Özellikle sindirimi kolaylaştırıcı ve bağışıklık güçlendirici etkileri nedeniyle tercih edilir.” (Muş)

**K35** “Sağlık için kullanılmaktadır. Bazıları ağrı kesici ya da mide rahatlatıcı olarak da halk arasında kullanılır.” (Muş)

**K37** “Birçok hastalığa iyi gelir.” (Muş)

**K38** “Uşgun yemeklik veya şeker gibi hastalıklarda kullanılıyor. Kari otu kanser hücrelerini öldüren tek bitki olarak bilinmektedir.” (Muş)

**K39** “Karin ve mide ağrılarında, iltihaplara kari otu çok iyi gelir.” (Muş)

**K40** “İlaç niyetine kullanılır.” (Muş)

**K41** “Karinin suyunu sağlık için kullanıyoruz. Lezzetli ve sağlıklı olduğu için bu otları tüketiyoruz. Uşgun kanser ve şeker hastalıklarına iyi gelmektedir.” (Muş)

**K42** “Kari iltihap ilacıdır. Çiriş bağırsaklara iyi gelir.” (Muş)

**K43** “Sağlık açısından kullanılmaktadır.” (Van)

**K45** “Sindirime yardımcı olması için sağlık amacıyla kullanılmaktadır.” (Van)

**K47** “Sağlık amacıyla kullanılmaktadır.” (Van)

**K50** “Hegedan böbrek taşı düşürmede kullanılır.” (Van)

**K51** “Hegedan daha çok ilaç amaçlı kullanılıyor.” (Van)

**K57** “İlaç niyetine veya yemeklerde kullanılır. Hemoroit gibi hastalıkların tedavisinde kullanılmaktadır.” (Van)

Bölge halkı tarafından bu otların tıbbi amaçlı kullanımının oldukça yaygın olduğu gözlemlenmiştir. Özellikle Kari, Uşgun, Hegedan, Çiriş, Ebegümece gibi otların şeker hastalığı, kan dolaşımı rahatsızlıkları, solunum yolları enfeksiyonları, mide ağrıları gibi rahatsızlıklara iyi geldiği bölge halkından edinilen bilgiler arasındadır. Ayrıca peynir yapımında kullanılan otların kodlandığı ifadeler şu şekildedir;

**K2 ve K25** “Peynirlik veya yemeklerde otlardan faydalanıyoruz.” (Bitlis, Hakkâri)

**K44** “Peynirde pilavda ve çorbada kullanılmaktadır.” (Van)

**K48** “Çiğ tüketilir. Ayrıca peynire ve yemeklere konur.” (Van)

**K50** “Peynirlerde ve yemeklerde kullanılır.” (Van)

**K51 ve K52** “Otların hemen hepsi peynirde kullanılıyor.” (Van)

**K53, K54, K56 ve K58** “Yemek yapımında ve peynir yapımında kullanılır.” (Van)

**K59** “Peynirde kullanılıyor.” (Van)

Belli başlı otların ise yalnızca veya çoğunlukla peynir yapımında kullanıldığı bulgulanmıştır. Bu otlar katılımcılar tarafından peynir otu diye nitelendirilen; Heliz, Sirmo, Catır ve Mende gibi otlardır. Çayı yapılan otlar için ise katılımcıların söylemleri doğrultusunda kodlanan ifadeler şu şekildedir;

**K21** “Giyabent’in çayı yapılmaktadır.” (Hakkâri)

**K28** “Çay yapımında bazıları ise ağrılara karşı doğal tedavi yöntemlerinde kullanılır.” (Hakkâri)

**K30** “Çay şeklinde demlenerek kullanılabilir.” (Muş)

**K50** “Kaynatılıp çay olarak içilince iyi gelir.” (Van)

**K57** “Çayı yapılarak ilaç niyetine kullanılmaktadır.” (Van)

Çay yapımında kullanılan otların hemen hepsi tıbbi amaçlı yapılarak tüketilmektedir. Son olarak baharat olarak kullanılan otlara yönelik kodlanan ifadeler ise şu şekildedir;

**K24** “*Aromatik özellikleri değerlendiriliyor.*” (Hakkâri)

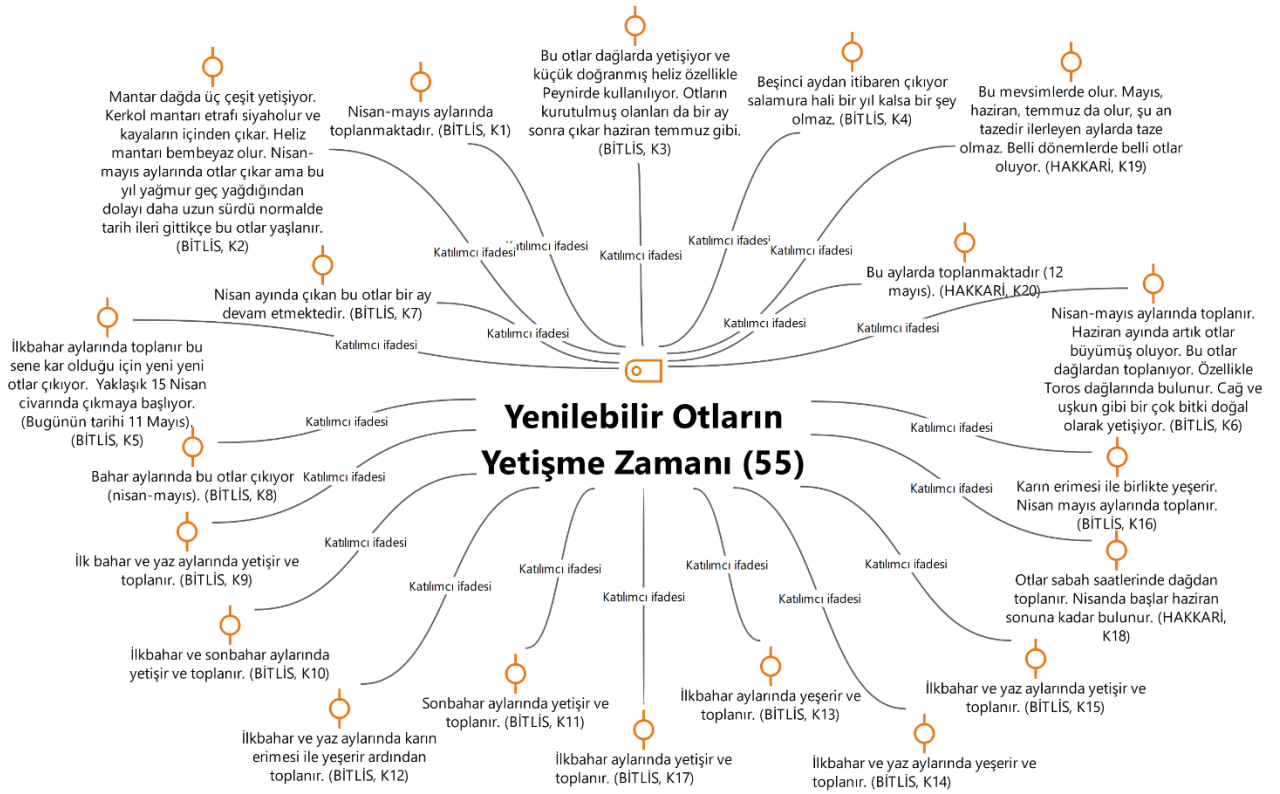
**K27 ve K30** “*Kimisi baharat olarak kullanılmaktadır.*” (Hakkâri, Muş)

**K43** “*Baharat ve sağlık açısından kullanılmaktadır.*” (Van)

Otların saklama koşullarından biri olan kurutma işlemi yapılarak baharat haline getirilebilmektedir. Bu şekilde kullanılan en belirgin bitki Catır diye adlandırılan Dağ Kekiğidir.

#### **3.2.2.4. Yenilebilir Otların Yetiştığı Zamana İlişkin Bulgular**

Katılımcılara yöneltilen “*Hangi bitkiler ne zaman yetişmekte ve toplanmaktadır?*” sorusuna yönelik oluşturulan cevaplar “Yenilebilir Otların Yetiştirme Zamanı” alt kodu ile kodlanmıştır. Bu alt kod ile kodlanan 55 ifadenin bir kısmı Şekil 3.4’de Maxmaps grafiği ile aktarılmıştır.



**Şekil 3.4.** TRB2 Kalkınma Bölgesi Yenilebilir Otların Yetiştirme Zamanını Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafığı

Katılımcılardan elde edilen veriler doğrultusunda kodlanan ifadelerin bir kısmı ise şu şekildedir;

**K21** “İlk olarak hegedan çıkıyor. Otların zamanları yağışlı havalarda olunca ileri tarihlere kadar uzayabiliyor.” (Hakkâri)

**K22** “İlkbaharda topluyoruz. Nisan ortasında başlayıp hazirana kadar devam etmektedir.” (Hakkâri)

**K24** “Nisan Mayıs aylarında çıkmaya başlar. Haziran ayına kadar toplanır.” (Hakkâri)

**K25** “Nisan ayının sonları Mayıs ayının başlarında yetişir ve toplanır.” (Hakkâri)

**K26** “Bahar aylarında çıkmaya başlamakta ve her yıl Mayıs ayının ilk haftalarında toplanır.” (Hakkâri)

**K27** “Hepsi baharda, Mayıs ayında toplanmaktadır.” (Hakkâri)

**K28** “Kekik ve labada ilk bahar aylarında, evelik ilk bahar yaz arasında toplanır.” (Hakkâri)

**K29** “İkisi de bahar ayında yetişir. Nisan Mayıs gibi toplanır ve tezgahlarda satılır.” (Muş)

**K30** “Baharda yetişir ve toplanır. Yarpuz ilkbaharda yetişir ve toplanır. Çiriş (gulik) ilkbaharda yetişir ve toplanır. Hatmi, zahter her mevsim yaygın şekilde yetişir ve toplanır. Alıç sonbaharda yetişir ve toplanır. (Muş)

**K31** “Isırgan otu ve labada ilkbaharda, semizotu yaz başında, menengiç sonbaharda toplanır.” (Muş)

**K32** “Kuzukulağı; İlkbaharda yetişir ve toplanır. Suyun olduğu her yerde yetişir büyür ve sofralarda kullanılır. Su teresi ilk baharda suda yetişir. Çiriş ilkbaharda yeşerir ve toplanır.” (Muş)

**K33** “İlkbahar (Mart sonu-Haziran arası) toplanır.” (Muş)

**K34** “Mart ayından itibaren ilkbaharda toplanmaya başlanır. Özellikle Nisan ve Mayıs aylarında bolca bulunurlar.” (Muş)

**K35** “Çoğunlukla ilkbaharın ortalarında. Mart sonu ile Mayıs arası Yaylalardan ve dağ eteklerinden toplanır. Kekik yazın toplanır ve kurutulur.” (Muş)

**K36** “Tamamı ilk baharda Nisan- Mayıs ayında toplanır.” (Muş)

**K37** “Nisan ayının başında yetişirHhaziranın sonuna kadar devam eder.” (Muş)

**K38** “Nisan-Mayıs aylarında toplanıyor.” (Muş)

**K39** “Bahar mevsiminde oluyor. Mayıs ayı sonuna kadar biter.” (Muş)

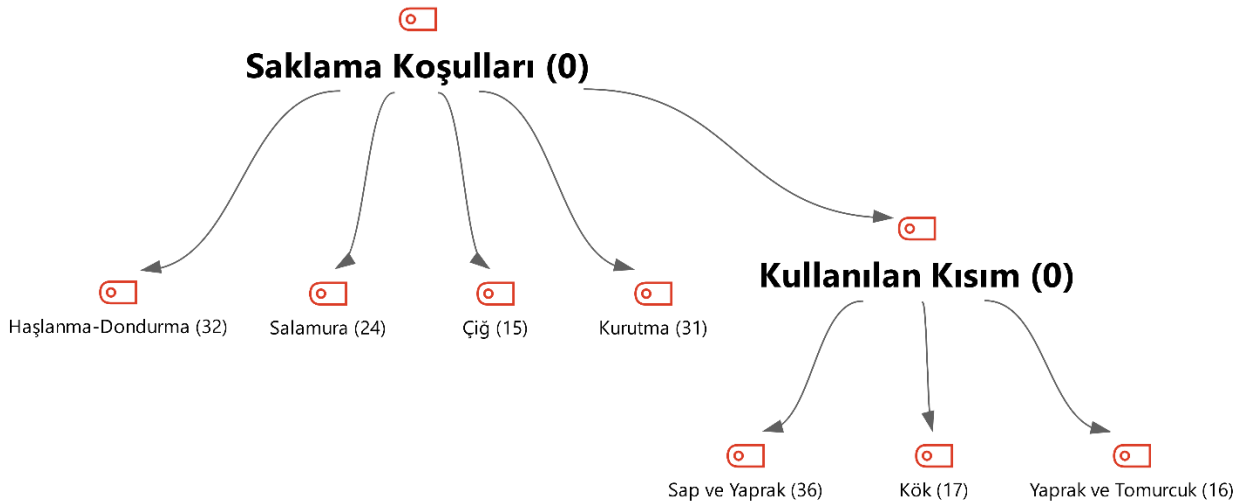
**K40** “Mevsimi tam şu zamanlardır (12 Mayıs).” (Muş)

- K41** “*Bu ay topluyoruz (12 Mayıs) Hazirana kadar devam eder.*” (Muş)
- K42** “*Nisan-Mayıs dışında bu otlar bulunmaz.*” (Muş)
- K43** “*Kenger, dağ kekiği, keçi kulağı Nisan-mayıs arası yetişir ve toplanır. Sinir otu Nisandan Eylül ayına kadar devam eder.*” (Van)
- K44** “*İlk bahar ve yaz aylarında toplanmaktadır.*” (Van)
- K45** “*İlk baharda toplanmaktadır.*” (Van)
- K46** “*Mart Nisan gibi toplanmaya başlanır. Çoğu ilk baharda olur.*” (Van)
- K47, K48 ve K56** “*Bu bitkiler Nisan ve Mayıs ayında yetişir ve toplanır.*” (Van)
- K49** “*Luş Hakkâri Yüksekova’dan gelir. Otlar Mayıs ayında havalar ısınca çıkar.*” (Van)
- K51** “*Bazı otlar henüz olmamış. Peynir için sirmo heliz gibi otların çıkmasını bekliyoruz (27 Nisan).*” (Van)
- K52** “*Bu otlar her bölgede yetişmiyor. Zaman geçtikçe daha farklı çeşitleri çıkacak (21 Nisan).*” (Van)
- K54** “*Bu otlar doğu Anadolu bölgesinde yetişmektedir. Xırtık otu sulak alanlarda yetişmektedir. Nisan- Mayıs aylarında toplanır.*” (Van)
- K55 ve K58** “*Nisan 15 de başlıyor Haziran 15 de bitiyor.*” (Van)
- K59** “*İlkbahar aylarında Nisan Mayıs arası toplanıyor.*” (Van)

59 katılımcının neredeyse tamamından bu otların yetişme zamanının Nisan ve Mayıs ayları olduğu belirlenmiştir. Bu otların kullanım süresi Haziran ayının sonlarına kadar uzayabilmektedir. Yalnız bahar aylarındaki tazeliğini korumadığı vurgulanmaktadır. Bitki çayı veya baharat olarak tüketilen otların ise yetişme ve toplanma zamanı daha uzun vadede gerçekleşebilmektedir. İfadeler doğrultusunda bu tarz otlar sonbahar aylarına kadar devamlılık göstermektedir.

### 3.2.2.5. Yenilebilir Otların Saklama Koşullarına İlişkin Bulgular

Şekil 3.5’de katılımcılara yöneltilen “*Bu bitkilerin hangi kısımları kullanılmaktadır?*” ve “*Bitkinin toplanan kısımlarını nasıl kullanılmaktadır?*” sorularına verilen cevaplar “Saklama Koşulları” alt kodu ile kodlanmıştır. Birbiriyle bağlantılı olduğu düşünülen bu iki soru birlikte değerlendirilmiştir. İlk olarak “*Bu bitkilerin hangi kısımları kullanılmaktadır?*” sorusuna verilen cevaplar doğrultusunda üç alt kod belirlenmiştir. Yaprak ve Sap (36), Yaprak ve Tomurcuk (16) ve Kök (17) kısmının kullanıldığına yönelik ifadeler kodlanmıştır.



Şekil 3.5. TRB2 Kalkınma Bölgesi Yenilebilir Otların Saklama Koşullarını ve Kullanılan Kısımlarını Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği

Bitkilerin hangi kısımlarının kullanıldığına yönelik kodlamalarda “sap ve yaprak kısmı” diye belirten katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

**K1 ve K3** “*Sap ve yapraklı kısımları kullanılmaktadır.*” (Bitlis)

**K2** “*Cağın üzerindeki otlar koparılır ve sapında kırmızı olan kısım kesilip atılır. Bir süre haşlandıktan sonra acısını almak için bir gece ayranlı suda bekletiyorum. Daha sonra tuzlayıp turşu gibi kuruyorum. Kari acıdır bu yüzden önce kurutulur daha sonra haşlanıp yenir. Acısı gidene kadar suyu değiştirilir. Bitkiler ayıklandığı için yarısı ancak kalıyor. Bitkinin sert olan kısımları kesilir.*” (Bitlis)

- K7** “Sap kısmı kullanılıyor. Bitlis’te yetişen cağ otu daha kısa boylu oluyor.” (Bitlis)
- K9** “Kari otu tümüyle, ısırgan otunun yaprakları, kekiğin ise yaprağı kullanılır.” (Bitlis)
- K13** “Kökleri kesilir geriye kalan kısımlarının hepsi kullanılır.” (Bitlis)
- K14** “Yarpuzun yaprağı, semizotu bütünüyle, arapsaçının ise sap kısımları kullanılmaktadır.” (Bitlis)
- K15** “Yayla muzunun gövde kısmı, diğer otların ise sap ve yaprakları kullanılmaktadır.” (Bitlis)
- K16** “Yayla muzunun gövde kısmı, çirişin ise kökü atılır sap ve yaprak kısmı kullanılır.” (Bitlis)
- K17** “Madımak gövde kısmı, guriz yaprakları, sirno gövde kısmı ve gezgezok otunun yaprakları kullanılır.” (Bitlis)
- K18** “Bitkileri sap kısmı gelir kökleri bırakılır.” (Hakkâri)
- K20** “Sapları hafif alınır ve daha sonra yapraklı kısmı kullanılır.” Hakkâri
- K22** “Sadece en üst yaprakları alınır daha sonra gövde ve yaprağı tamamen kullanılır. (Hakkâri)
- K26** “Bu bitkilerin genellikle hepsi kullanılır. Kabukları soyulup tüketilir.” (Hakkâri)
- K27** “Gövde ve yaprakları kullanılmaktadır.” (Hakkâri)
- K28 ve K35** “Genellikle yaprak ve sap kısımları kullanılmaktadır.” (Hakkâri, Muş)
- K29** “Çiriş otunun tüm kısımları kullanılır. Uzun sarıtlı yaprakları vardır 4-5 parçaya bölünüp haşlanır.” (Muş)
- K31** “Yaprakları ve körpe dalları kullanılmaktadır.” (Muş)

**K32** “Kuzukulağı; hepsi kullanılabilir. Kenger; iğneleri bıçakla kesilir ve kullanılır. Çiriş otu; başı kesilir ve geri kalanı kullanılır. Semizotu; Hepsi kullanılabilir. Su teresi de aynı şekilde yenir.” (Muş)

**K33** “Genellikle Yaprak, Sap ve bazılarında kök kısmı kullanılır. Örneğin; Girişin soğan kısmı, uşgun ise sapı yenir.” (Muş)

**K36** “Gülik otunun yaprağı ve gövdesi, çiriş otunun gövdesi, kengerin gövdesi ve kökü, yemlik otunun yaprakları kullanılmaktadır.” (Muş)

**K38** “Uşkunun kabuğu soyuluyor ve direk yeniyor. Çiriş zarı alındıktan sonra komple yeniyor.” (Muş)

**K39** “Hüssonun sap kısmı kullanılır. Çiriş komple kullanılır. Kari kurutulup öyle yenir.” (Muş)

**K40** “Kökler değil sap ve yaprakları kullanılır.” (Muş)

**K42** “Uşgun soyulup içi yenir. Onun dışındakilerin sap ve yaprak kısımları kullanılır.” (Muş)

**K43** “Kuzu kulağı ve sinir otu bütün olarak kullanılır.” (Van)

**K44 ve K45, K56** “Sap ve yaprakları kullanılmaktadır.” (Van)

**K46** “Yaprakları ve taze sürgünleri kullanılıyor.” (Van)

**K47** “Peynir otunun sapı kullanılır. Ebegümece, ebelik otu, yemlik otu, madımak bütün olarak kullanılmaktadır.” (Van)

**K51** “Hegedan komple tüketilir. Kengerin üst tabakası soyulur ve yıkanıp kullanılır.” (Van)

**K54** “Bitkilerin sap ve yaprak kısmı kullanılmaktadır.” (Van)

**K58** “Çoğunlukla yaprakları ve sapları kullanılmaktadır.” (Van)

**K59** “Bazılarının tamamı bazıları ise ayıklanıyor ama tamamen kullanılıyor.” (Van)

Katılımcıların ifadeleri değerlendirildiğinde otların hemen hepsinde kök kısmı ve bozuk yapraklarının ayıklanarak geriye kalan kısımlarının tamamen kullanıldığı ifade edilmiştir. Yaprak ve tomurcuk kısmının kullanıldığını belirten katılımcı ifadeleri ise şu şekildedir;

**K5** “Bittim bir ağaçtır ağaçtan toplanır sapları ve yaprakları kullanılır.” (Bitlis)

**K8** “Bittimi direk yiyoruz. Yıkadıktan sonra tuzlayıp yiyoruz.” (Bitlis)

**K10** “Solyazın yaprağı, sumanın tohumu, sirmok tamamen, koyun gözü çiçeği kullanılmaktadır.” (Bitlis)

**K11** “Tirpan yaprağı diğer bitkilerin ise meyveleri yenmektedir.” (Bitlis)

**K12** “Civan perçeminin çiçek kısmı, tırşik otunun yaprakları, bittimin tohumu, mende otunun tamamı, kenger otunun ise dikensiz kısmı kullanılmaktadır.” (Bitlis)

**K19 ve K55** “Bu otların yapraklarını yiyoruz.” (Hakkâri, Van)

**K24 ve K41** “Taze yaprak ve soğan kısmı kullanılır.” (Hakkâri, Muş)

**K25 ve K37** “Yaprak ve yumru kısımları kullanılmaktadır.” (Hakkâri, Muş)

**K30** “Alıç bitkisinin yaprakları kullanılır. Kuşburnunun meyveleri kullanılır. Havacıotu (Havaju): Bitkinin gövdesi kızartılarak vs. yenilir. Isırgan: Genç yapraklı dalları yenilir. Révas: Dalları soyularak çiğ şekilde yenilir. Peynirotu: Yaprakları otlu peynirin içinde yenilir. Kişniş, bittim, menengiç vs. meyveleri yenilir. (Muş)

**K31** “Menengiçte meyvesi kullanılır.” (Muş)

**K43** “Dağ kekiğinin yaprakları ve tomurcukları kullanılır.” (Van)

**K48** “Yaprakları, kökleri kullanılmaktadır.” (Van)

**K57** “Bu bitkilerin yaprak ve çiçekleri kullanılmaktadır.” (Van)

Yaprak ve tomurcukları kullanılan bitkiler ise özellikle; Bittım, Catır, Civan Perçemi gibi çayı yapılacak ve baharat olarak kullanılabilen bitkilerdir. Son olarak kök kısmının kullanıldığını belirten katılımcı ifadeleri şu şekildedir;

**K4, K18, K23, K52 ve K58** “Kengerin kök kısmı kullanılmaktadır.” (Bitlis, Hakkâri, Van)

**K5** “Karinin kökü ilaç amaçlı kullanılır.” (Bitlis)

**K6** “Kenger dikenlidir ve toprağın içinden çıkarılır. Dikenleri temizlenir.” (Bitlis)

**K24** “Kök ve soğan kısmı kullanılır.” (Hakkâri)

**K25** “Kök ve yumru kısımları kullanılmaktadır.” (Hakkâri)

**K27** “Kök, gövde ve yaprakları kullanılmaktadır.” (Hakkâri)

**K32** “Kenger; iğneleri bıçakla kesilir ve kullanılır.” (Muş)

**K33** “Genellikle Yaprak, Sap ve bazılarında kök kısmı kullanılır. Örneğin; Çirişin soğan kısmı, uşgun ise sapı yenir.” (Muş)

**K35** “Kök, sap ve yapraklar kullanılmaktadır.” (Muş)

**K36** “Kengerin gövdesi ve kökü kullanılmaktadır.” (Muş)

**K43** “Kengerin kökü kullanılmaktadır. Yaprak kısımları dikenlidir.” (Van)

**K47** “Peynir otunun yaprakları kullanılmaz sadece kök kısmı peynirde kullanılır.” (Van)

**K48** “Yaprakları, kökleri kullanılmaktadır.” (Van)

Kök kısmının kullanıldığı tek bitkinin Kereng otu olduğu belirtilmiştir. Ayrıca soğan kısmının kullanıldığı belirtilen Dağ soğanının kök kısmı kullanılmaktadır. Uşgun veya Kari gibi otların kök kısmının ise tedavi amaçlı kullanıldığı saptanmıştır.

Şekil 3.5’de “*Bitkinin toplanan kısımlarını nasıl kullanılmaktadır?*” sorusuna verilen cevaplar doğrultusunda Haşlanma-Dondurma (32), Kurutma (31) ve Salamura (24) ve Çiğ (15) şeklinde kodlamalar yapılmıştır. Bu kodlamalar doğrultusunda “Haşlanma-Dondurma” alt kodunda belirtilen katılımcı ifadeleri şu şekildedir;

**K8 ve K20** “*Otları doğrayıp, yıkayıp tencerede haşlayarak kullanıyorum.*” (Bitlis, Hakkâri)

**K9** “*Haşlama, salata, çorba ve çay olarak kullanılmaktadır.*” (Bitlis)

**K12** “*Kızartma, haşlama yapılarak kullanılmaktadır.*” (Bitlis)

**K13** “*Otların gövde kısımları yemek içerisinde veya çorbada kullanılır.*” (Bitlis)

**K16** “*Çiriş otu ise haşlanır ve yoğurt ile yenebilir.*” (Bitlis)

**K17** “*Haşlanarak ve kızartılarak kullanılmaktadır.*” (Bitlis)

**K18** “*Siyabo kaynatılıp dondurucuya bırakılır kışın tüketilmek üzere.*” (Hakkâri)

**K19** “*Kurutularak veya haşlanarak dolaba konmaktadır.*” (Hakkâri)

**K21** “*Daha çok haşlama yapılıp sıkılır. Acılığını almak için biraz soğuk suda bekletilir.*” (Hakkâri)

**K23** “*Yaş halleriyle kullanılmaktadır.*” (Hakkâri)

**K24** “*Yemeklerde pişirilerek kullanılmaktadır.*” (Hakkâri)

**K25** “*Yemeklerde, peynir yapımında kullanılmaktadır.*” (Hakkâri)

**K27** “*Haşlanıp yemek yapılarak kullanılmaktadır.*” (Hakkâri)

**K28** “*Taze olarak çay yapımında veya yemeklerde kullanılır.*” (Hakkâri)

**K29** “*Haşlama yapılır. Kızartma veya yumurtalı olarak yapılır.*” (Muş)

**K33** “Yıkanır, doğranır, bazen hoşlanır ve yumurtayla kavrulur bazen de bulgurda kullanılır.” (Muş)

**K36** “Gulik hem pancar olarak pişirilir hem de kurutulur, çiriş otu kabuğu soyularak çiğ yenir, kenger hem çiğ hem de pişirilerek tüketilmektedir.” (Muş)

**K37** “Yaprak kısmı çiğ halde de yenir böreklerde kullanılır.” (Muş)

**K38** “Haşlanarak dolaba atılır.” (Muş)

**K41** “Spidak dolaba atılır kışında kullanılır.” (Muş)

**K42** “Çiriş şu anda yaş hali ile kullanılır.” (Muş)

**K44** “Kaynatarak veya kurularak muhafaza edilmektedir.” (Van)

**K45** “Kaynatılıp kullanılmaktadır.” (Van)

**K46** “Haşlanarak ya da doğrudan kavruularak kullanılıyor.” (Van)

**K48** “Çiğ tüketilir, yemeklere konur, peynire konur.” (Van)

**K49** “Luş yaş hali ile tüketilir.” Van

**K50** “Hegedan çiğden yenmez tadı çok acıdır.” (Van)

**K51** “Luş kurutulularak veya yaş hali dondurucuya atılarak kullanılır.” (Van)

**K55** “Haşlanarak yenmektedir.” (Van)

**K58** “Kaynatılıp sıkıldıktan sonra dondurularak muhafaza edilir.” (Van)

**K59** “Buzdolabına kaynatılıp sıkılarak dondurulabilir.” (Van)

Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda belirli zamanlarda toplanan bu otlar kullanılmadan önce bir ön haşlamaya tabi tutulmaktadır. Daha sonra kullanılmak istenen otlar haşlandıktan sonra sıkılma suretiyle suyundan arındırılarak dondurucuda

muhafaza edilmektedir. Otları kurutularak muhafaza edilmesine yönelik kodlanan ifadeler şu şekildedir;

**K2 ve K18** “*Kari otu acı olması nedeniyle çiğden tüketilmiyor.*” (Bitlis, Hakkâri)

**K5** “*Sap kısmı ve otları kurutulur.*” (Bitlis)

**K6** “*Evde çeşit çeşit otları kurutuyoruz. Keklik otu kurutularak muhafaza edilir. Kari otu yaşken sumak ile kuruyken normal su ile kaynatılır ki acısı gitsin yoksa zehirleyebilir.*” (Bitlis)

**K10** “*Kurutularak, baharat olarak veya çay olarak kullanılmaktadır.*” (Bitlis)

**K11** “*Baharat ve meyve olarak tüketilmektedir.*” (Bitlis)

**K12** “*Kurutma, demleme ve turşu olarak kullanılır.*” (Bitlis)

**K14 ve K27** “*Kurutularak kullanılmaktadır.*” (Bitlis, Hakkâri)

**K19** “*Kurutularak veya haşlanarak dolaba konmaktadır.*” (Hakkâri)

**K23** “*Otlar kurutularak veya yaş halleriyle kullanılmaktadır. Luş otu kurutulur. Kari gölgelik yerde kurutularak tüketilmektedir. Kari otu biraz zehirlidir dikkat edilmelidir.*” (Hakkâri)

**K24** “*Bazıları da kurutulup baharat olarak kullanılır.*” (Hakkâri)

**K28** “*Kurutularak ya da taze olarak çay yapımında veya yemeklerde kullanılır.*” (Hakkâri)

**K30** “*Her bitkinin toplanan kısmı farklı olduğu için çeşitli amaçlarla kullanılır. Örneğin, meyve, baharat olarak kullanılır. Eskiden sumak bitkisinin yaprakları dericilik ve kumaş boyamada kullanılırdı Şimdi daha çok yemeklerde kullanılır. Tıbbi amaçlı da oldukça kullanılırlar.*” (Muş)

**K35** “*Kurutularak baharat yapılır, çay gibi demlenir.*” (Muş)

- K36** “*Gulik hem pancar olarak pişirilir hem de kurutulur.*” (Muş)
- K38** “*Kurutularak, haşlanarak dolaba atılır. Karide kurutulur yaş hali acıdır.*” (Muş)
- K39** “*Hüссо bakla gibi ayıklanır ve soyulur. Kari otu örülerek kurutulur.*” (Muş)
- K40 ve K41** “*Kariyi örüp kurutuyoruz yaş hali acıdır.*” (Muş)
- K42** “*Kari önce kurutulur sonra yemek yapılır. Çiriş şu anda yaş hali ile kullanılır, dolaba da atılabilir veya kurutulabilir. Heliz mantarı helizin önceki yıldan kalma çürüğünde yeşermektedir.*” (Muş)
- K43** “*Dağ kekiğinin yaprakları ve tomurcukları baharat olarak kullanılır.*” (Van)
- K44 ve K57** “*Kurularak muhafaza edilmektedir.*” (Van)
- K45** “*Kurutularak veya kaynatılıp kullanılmaktadır.*” (Van)
- K49** “*Çiriş kurutulur.*” (Van)
- K50** “*Çiriş kuzu kulağı gibi otlar aynı zamanda kurutuluyor.*” (Van)
- K51** “*Luş kurutularak veya yaş hali dondurucuya atılarak kullanılır.*” (Van)
- K53** “*Çiriş kurutulur. Kariberg kurutulmadan yenmez çünkü çok acıdır. Dağ kekiği kurutularak kullanılır. Heliz kurutularak kullanılır.*” (Van)
- K54** “*Kariberg kurutulduktan sonra kaynatılır ve suyundan arındırılır.*” (Van)
- K58** “*Otlar kurutularak, salamura yapılarak veya kaynatılıp sıkıldıktan sonra dondurularak muhafaza edilir.*” (Van)

Otların hemen hepsi dondurulduğu gibi kurutularak da saklanabilmektedir. Ancak görüşmeler doğrultusunda asıl önemli olan noktanın kari otu olduğu belirlenmiştir. Bu otun çiğ hali ile kesinlikle tüketilmediği eğer tüketilirse zehirlediği ifade edilmiştir. Kari otu kurutulup haşlanıp suyunun atılıp tekrar pişirilmesi

doğrultusunda kullanılabilirdiği saptanmıştır. Otları salamura yapılarak muhafaza edilmesine yönelik kodlanan katılımcı ifadeleri şu şekildedir;

**K2** “Jağ, kenger gibi bitkileri bu mevsimde sarartıyoruz ve kışın tüketiyoruz. Acı olması nedeniyle çiğden tüketilmiyor. Bazı otlar da peynir içerisinde kullanılıyor.” (Bitlis)

**K3, K14, K55 ve K58** “Salamura yapılarak kullanılmaktadır.” (Bitlis, Van)

**K5** “Sap kısmı ve otları kurutularak veya salamura yapılarak kurutulur.” (Bitlis)

**K6** “Mende otunun salamurası yapılıyor. Çağı haşlarlar taze ise ön haşlama yapıp salamura yapılır.” (Bitlis)

**K10** “Salamura yapılarak, baharat olarak veya çay olarak kullanılmaktadır.” (Bitlis)

**K12** “Turşu olarak kullanılır.” (Bitlis)

**K15 ve K29** “Kenger turşu ve yemek olarak kullanılmaktadır.” (Bitlis, Muş)

**K23** “Kengerin turşusu yapılabilir.” (Hakkâri)

**K27** “Otların bazıları tuzlu suda bekleyerek muhafaza edilmektedir.” (Hakkâri)

**K39** “Hemen hepsi salamura yapılır. Uşkunun salamurası da yapılır.” (Muş)

**K40** “Kenger, Heliz ve Çağ salamura yapılıyor.” (Muş)

**K43** “Kengerin kökü turşu ve salatada kullanılır.” (Van)

**K50** “Kenger turşu yapılır. Siyabo ve çağ salamura yapılır.” (Van)

**K51** “Helizden turşu yapılır.” (Van)

**K53** “Sirmonun salamurası yapılır. Kengerin turşusu yapılır. Siyabo turşu halinde kullanılıyor.” (Van)

**K54** “*Heliz, sirmo ve nane gibi otlar salamuraya bırakılır peynirde kullanılmak için. (Van)*

**K59** “*Kereng dikenleri kesilir kökünden turşu yapılır. Salamura yapılabilir veya taze olarak tüketilmektedir.*” (Van)

Peynir otu olarak tabir edilen otların (Heliz, Sirmo ve Mende) salamura şeklinde muhafaza edilerek peynirde kullanıldığı ifade edilmiştir. Bunun dışında Kereng, Cağ gibi otlarda salamura yapılarak kullanıldığı saptanmıştır. Otların herhangi bir işlem görmeden çiğ olarak tüketilmesine yönelik kodlanan katılımcı ifadeleri ise şu şekildedir;

**K4** “*Bittim bitkisi işlemsiz de yenilebilir.*” (Bitlis)

**K11** “*Uşkun bitkis meyve olarak tüketilmektedir.*” (Bitlis)

**K14** “*Bitkiler genellikle taze veya salamura yapılarak kullanılmaktadır.*” (Bitlis)

**K15, K16 ve K25** “*Yayla muzuyu meyve olarak tüketilmektedir.*” (Bitlis, Hakkâri)

**K24** “*Otların bazıları çiğ olarak salatalarda kullanılmaktadır.*” (Hakkâri)

**K26** “*Tüm bitkilerin kabukları çıkarılarak bitkinin kendisi kullanılır.*” (Hakkâri)

**K28** “*Kekik taze olarak çay yapımında veya yemeklerde kullanılır.*” (Hakkâri)

**K30** “*Her bitkinin toplanan kısmı farklı olduğu için çeşitli amaçlarla kullanılır. Örneğin, meyve, baharat olarak kullanılır.*” (Muş)

**K36** “*Çiriş otu kabuğu soyularak çiğ yenir, kenger hem çiğ hem de pişirilerek yemlik otu çiğ yenir.*” (Muş)

**K37** “*Yaprak kısmı çiğ halde tüketilmektedir (ısırgan otu, ebegümece).*” (Muş)

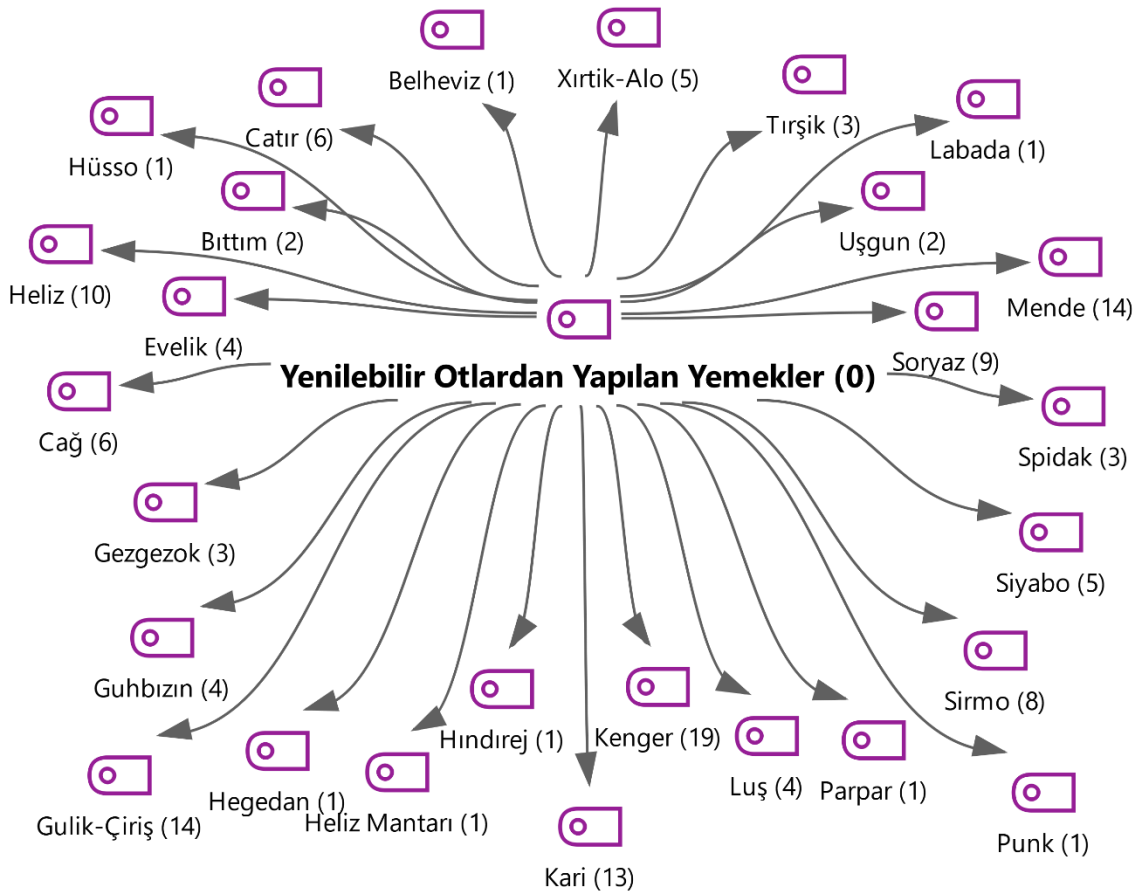
**K48** “*Bazıları çiğ tüketilebilir.*” (Van)

**K50** “*Hegedan çiğden yenmez tadı çok acıdır.*” (Van)

**K59** “Kereng salamura yapılabilir veya taze olarak tüketilmektedir.” (Van)

### 3.2.2.6. Yenilebilir Otlardan Yapılan Yemeklere İlişkin Bulgular

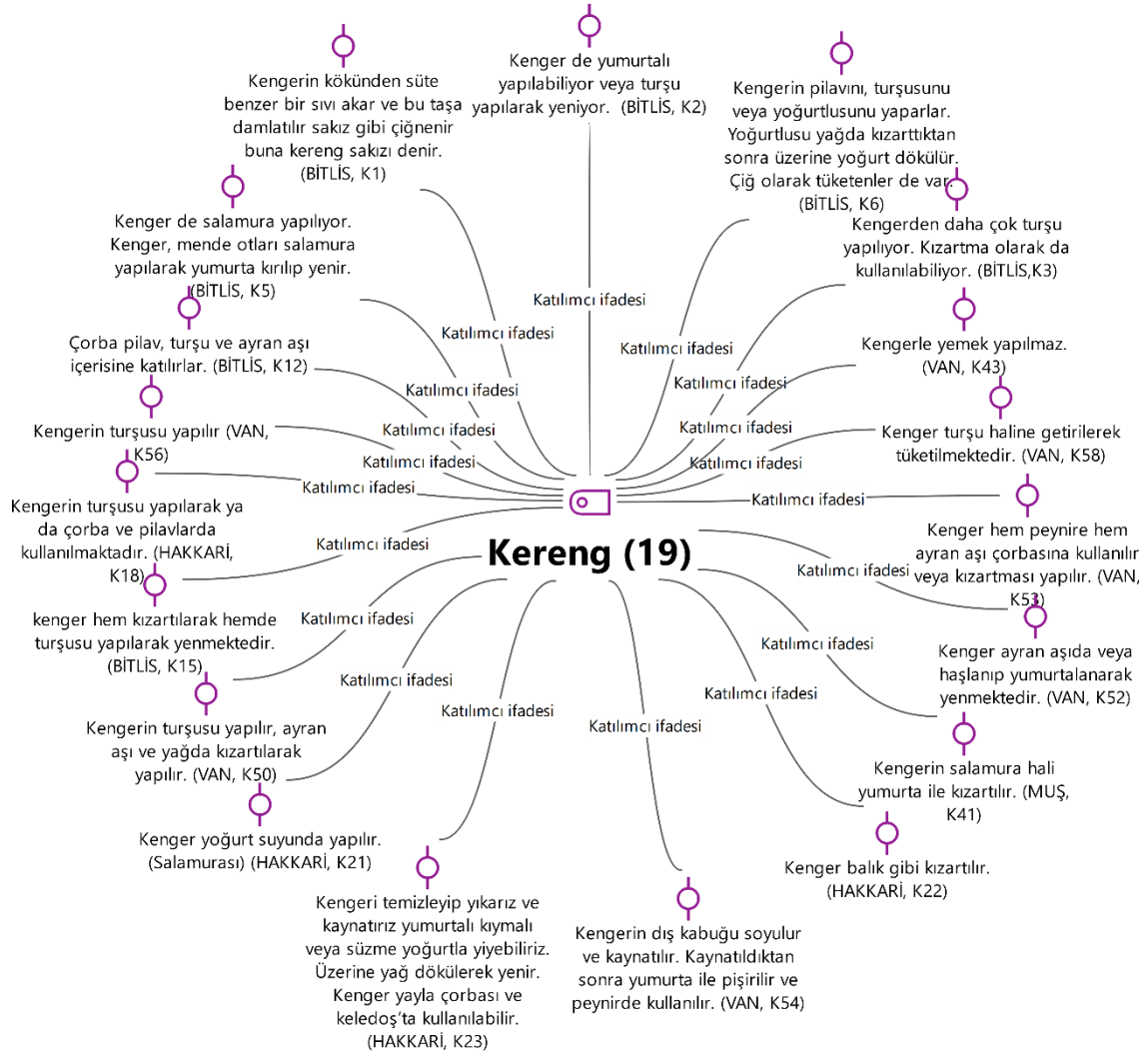
Şekil 3.6’ da katılımcılara yöneltilen “Bu bitkilerden ne tür yemekler yapılmaktadır?” sorusuna verilen cevaplar “Yenilebilir Otlardan Yapılan Yemekler” alt kodu ile kodlanmıştır. Kodlanan bitkilere yönelik Maxmaps grafiği Şekil 3.6’da verilmiştir.



**Şekil 3.6.** TRB2 Kalkınma Bölgesi Yenilebilir Otlardan Yapılan Yemekleri Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği

Yapılan analizlere bakıldığında Kereng (19), Gulik (14), Mende (14), Kari (13), Heliz (10), Soryaz (9), Sirmo (8), Catır (6), Cağ (6), Siyabo (5), Xırtık-Alo (5), Evelik (4), Guhbızın (4), Luş (4) otları en fazla yemeği yapılanlardır.

Şekil 3.7’de “Kereng” otundan yapılan yemeklere yönelik katılımcıların ifadeleri Maxmaps grafiği ile aktarılmıştır. Bu noktada Kereng otundan yapılan yemekler yazar tarafından önerilen tarif doğrultusunda yapılarak fotoğraflanmıştır. Fotoğraf 3.2.’de Kereng otu ve bu ottan yapılan Kereng turşusu ve Kereng kızartmasına ait görseller yazar tarafından aktarılmıştır.



Şekil 3.7. Kereng Otundan Yapılan Yemekleri Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği

Fotoğraf 3.2. Kereng Otu ve Kereng Otundan Yapılan Yemekler



a) Kereng Otu

b) Kereng Turşusu

c) Kereng Otu Kavrması

### ***Kereng Turşusu***

**Malzemeler:** Kereng, Sirke, Kaya tuzu, Limon tuzu, Su.

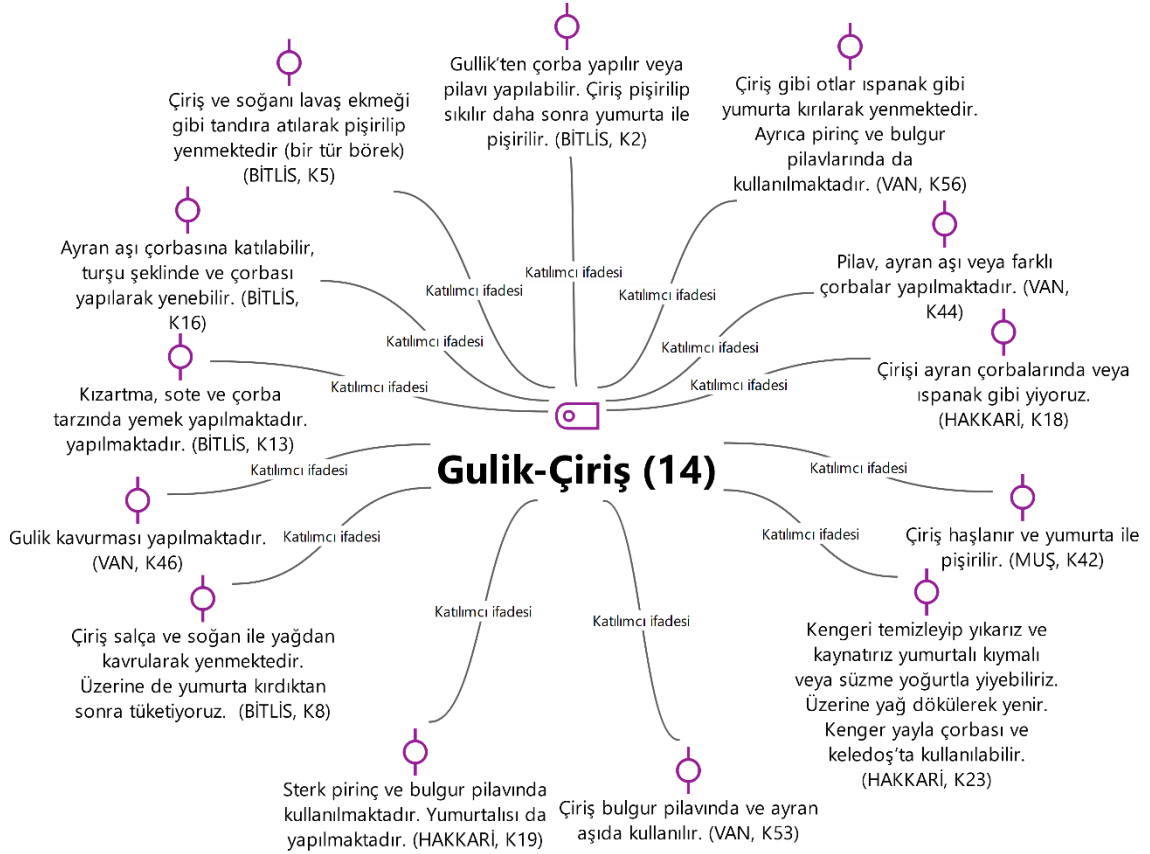
**Yapılışı:** Yıkanmış ve ayıklanmış kerengler şişeye dizilerek üzerine sirke, tuz, limon tuzu ve sudan yapılan karışım eklenir. Karanlık yerde muhafaza edilerek sarartılır.

### ***Kereng Kavrması***

**Malzemeler:** Kereng, Yumurta, Un, Tuz.

**Yapılışı:** Kerengler ayıklanıp yıkandıktan sonra beş dakika ön haşlama yapılır. Un, tuz ve yumurtanın karışımından oluşan bir tür harç hazırlanır. Haşlanan kerengler bu harca batırılarak derin yağda kızartılır.

Şekil 3.8' de yöre halkı tarafından Gulik olarak adlandırılan ama genel ismi ile çiriş olarak bilinen ottan yapılan yemeklere yönelik katılımcı ifadelerine yönelik Maxmaps grafiği yer almaktadır. Fotoğraf 3.3 de ise Çiriş otu ve Çiriş otundan yapılan yemekler yer almaktadır.



**Şekil 3.8.** Gulik-Çiriş Otundan Yapılan Yemekleri Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği

**Fotoğraf 3.3.** Gulik-Çiriş Otu ve Gulik-Çiriş Otundan Yapılan Yemekler



a) Çiriş Otu



b) Çiriş Kavurması



c) Çirişli Ayran Aşı

### ***Çiriş Kavurması***

***Malzemeler:*** Çiriş, soğan, yumurta, tuz.

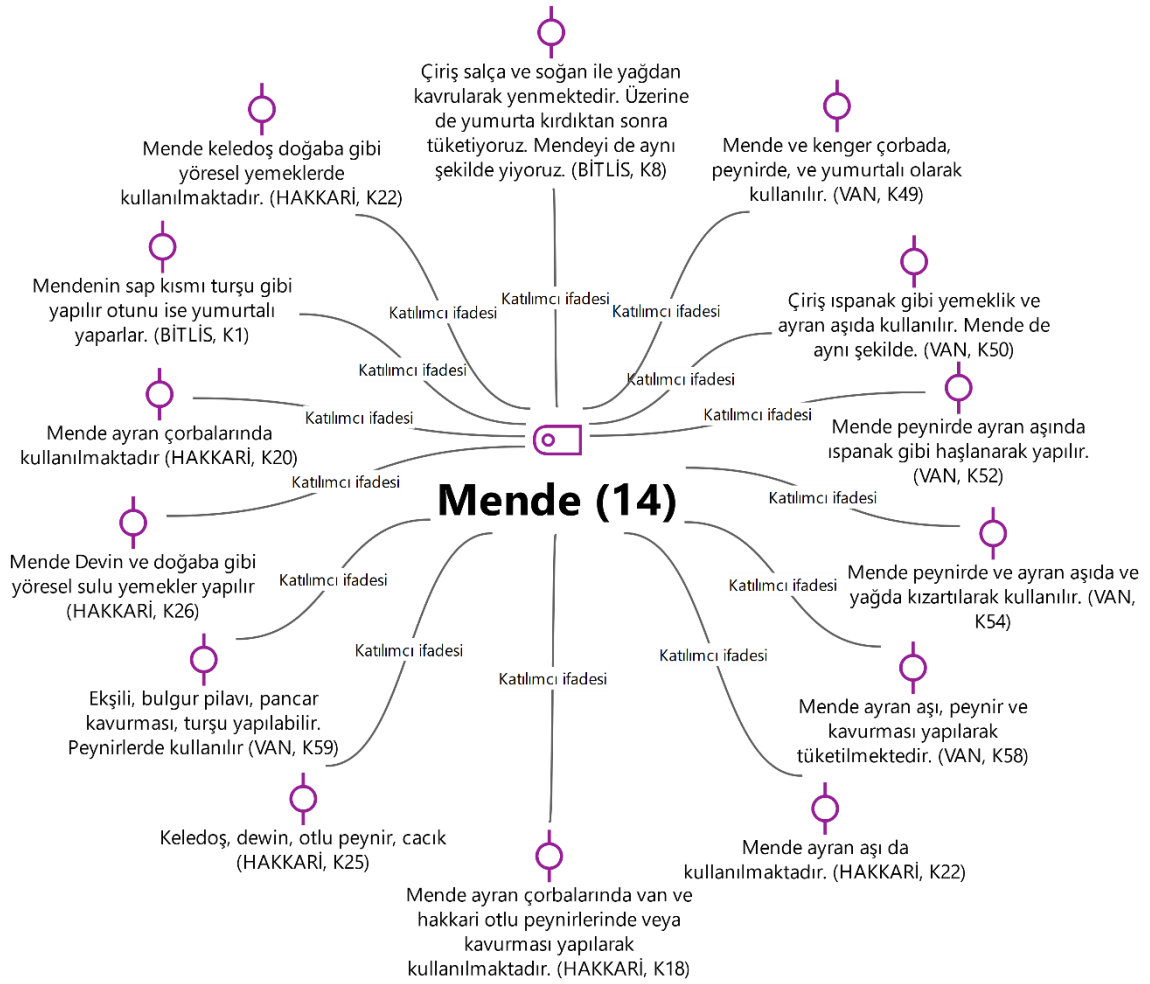
***Yapılışı:*** Soğanlar yağda kavrulur. Pembeleşen soğanlara yumurta kırılır. Ardından daha önce haşlanmış olan çirişler ile harmanlanır.

### ***Çirişli Ayrın Aşı***

***Malzemeler:*** Yarma, kabak, çiriş, ayran.

***Yapılışı:*** Yarmalar önceden haşlanır. Ardından ayranı eklenir ve kaynamaya bırakılır. Ayran kaynadıktan sonra küçük küçük doğranan kabak ve çiriş eklenir.

Şekil 3.9' da Mende otunun kullanım alanlarına yönelik katılımcı ifadelerine ilişkin bulgular Maxmaps grafiğinde yer almıştır. Fotoğraf 3.4' de ise Mende otu ve ottan yapılan yemekler yer almaktadır.



**Şekil 3.9.** Mende Otundan Yapılan Yemekleri Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği

**Fotoğraf 3.4.** Mende Otu ve Mende Otundan Yapılan Yemekler



**a)** Mende Otu



**b)** Ayran Aşı Çorbası



**c)** Mende Kavurması

### ***Ayran Aşı Çorbası***

***Malzemeler:*** Yarma, kabak, mende, ayran.

***Yapılışı:*** Yarmalar önceden haşlanır. Ardından ayranı eklenir ve kaynamaya bırakılır. Ayran kaynadıktan sonra küçük küçük doğranan kabak ve mende eklenir.

### ***Mende Kavurması***

***Malzemeler:*** Mende, soğan, salça, baharatlar.

***Yapılışı:*** Tencerede soğanlar pembeleşinceye kadar kavrulur ardından çok az salça ve baharatları eklenir. Yıkanmış doğranmış mende otu da eklenir ve suyunu çekene kadar pişirilir.

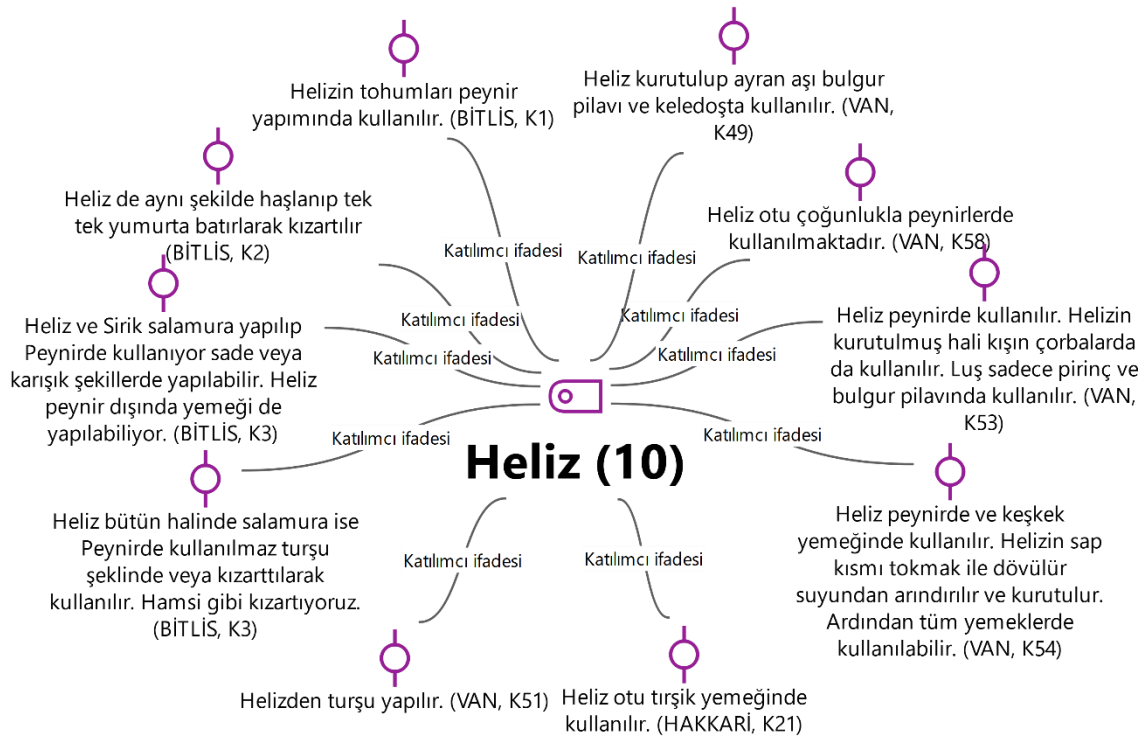
Şekil 3.10' da Kari otundan yapılan yemekler ve kullanım şeklinde yönelik ifadeler Maxmaps grafiğinde yer almaktadır. Fotoğraf 3.5' de Kari otunun görseli Kari Aşı ve otun kurutma yöntemine ait görseller yer almaktadır.



**Malzemeler:** Yeşil mercimek, soğan, patates, kari otu, salça, tuz.

**Yapılışı:** Daha önce kurutulmuş olan kari otu yıkanarak haşlanır ve haşlandığı su dökülür. Başka bir tencerede ise yeşil mercimek haşlanır haşlanan mercimeğe pişen kari otu ve patates eklenir. Ardından soğan ve salça kavruularak üzerine eklenir.

Şekil 3.11’ da Heliz otu ve Heliz otunun kullanım alanlarına yönelik katılımcı ifadelerine ilişkin Maxmaps grafiği yer almaktadır. Fotoğraf 3.6’ da Heliz otunun görseli salamura hali ve Heliz otunun yöresel otlu peynirde kullanımına yönelik görseller aktarılmıştır.



**Şekil 3.11.** Heliz Otundan Yapılan Yemekleri Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği

**Fotoğraf 3.6.** Heliz Otu ve Heliz Otunun Kullanımı



a) Heliz



c) Heliz Turşusu



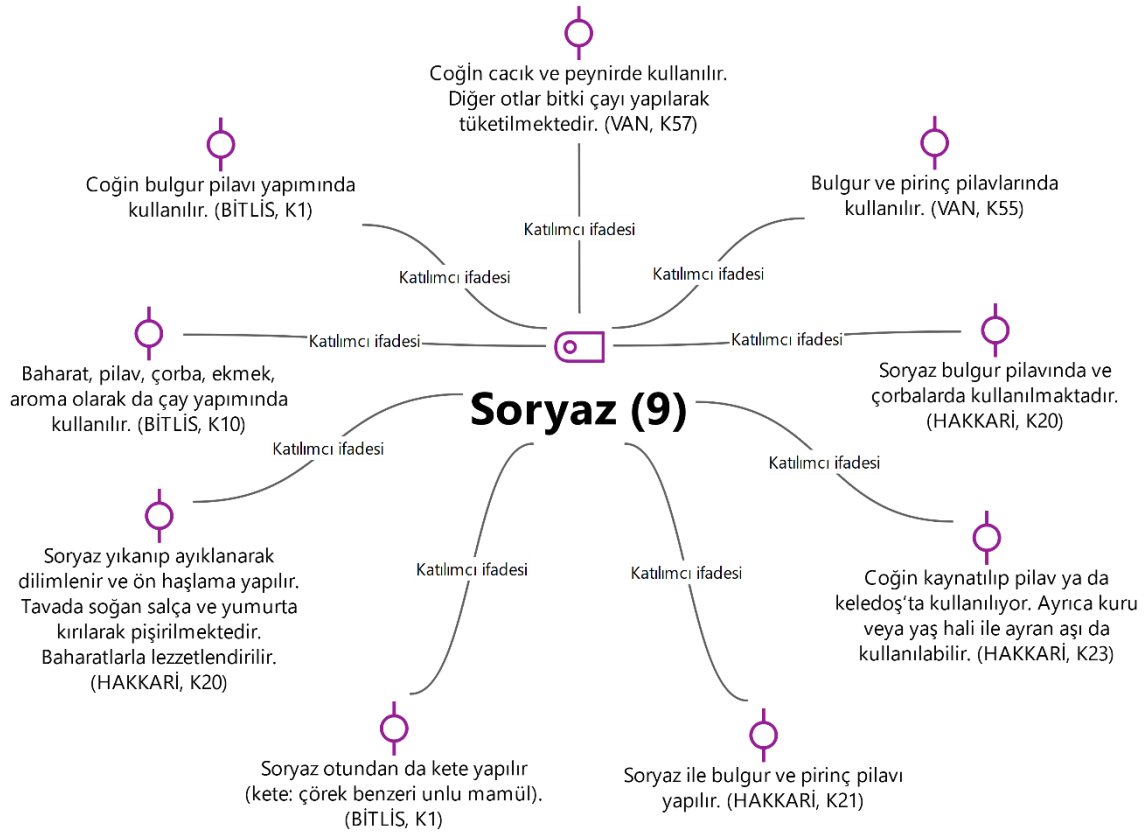
d) Otlı Peynir

### ***Heliz Turşusu***

***Malzemeler:*** Heliz, Kaya tuzu, Su.

***Yapılışı:*** Yıkanmış ve ayıklanmış heliz şişeye dizilerek üzerine tuz ve sudan yapılan karışım eklenir. Karanlık yerde muhafaza edilerek sarartılır. Helizler sarardıktan sonra turşu gibi tüketilmektedir. Sadece sap kısmının daha küçük doğranarak salamura yapılmasından elde edilen ot ise peynir yapımında kullanılmaktadır.

Şekil 3.12' de Soryaz otu ve Soryaz otundan hangi yemeklerin yapıldığına ilişkin katılımcı ifadeleri Maxmaps grafiğinde yer almaktadır. Fotoğraf 3.7' de Soryaz otunun görseli ve soryazdan yapılan bulgur pilavına ait ve tarif yer almaktadır.



**Şekil 3.12.** Soryaz Otundan Yapılan Yemekleri Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği

**Fotoğraf 3.7.** Soryaz Otu ve Soryaz Otundan Yapılan Yemekler



**a)** Soryaz



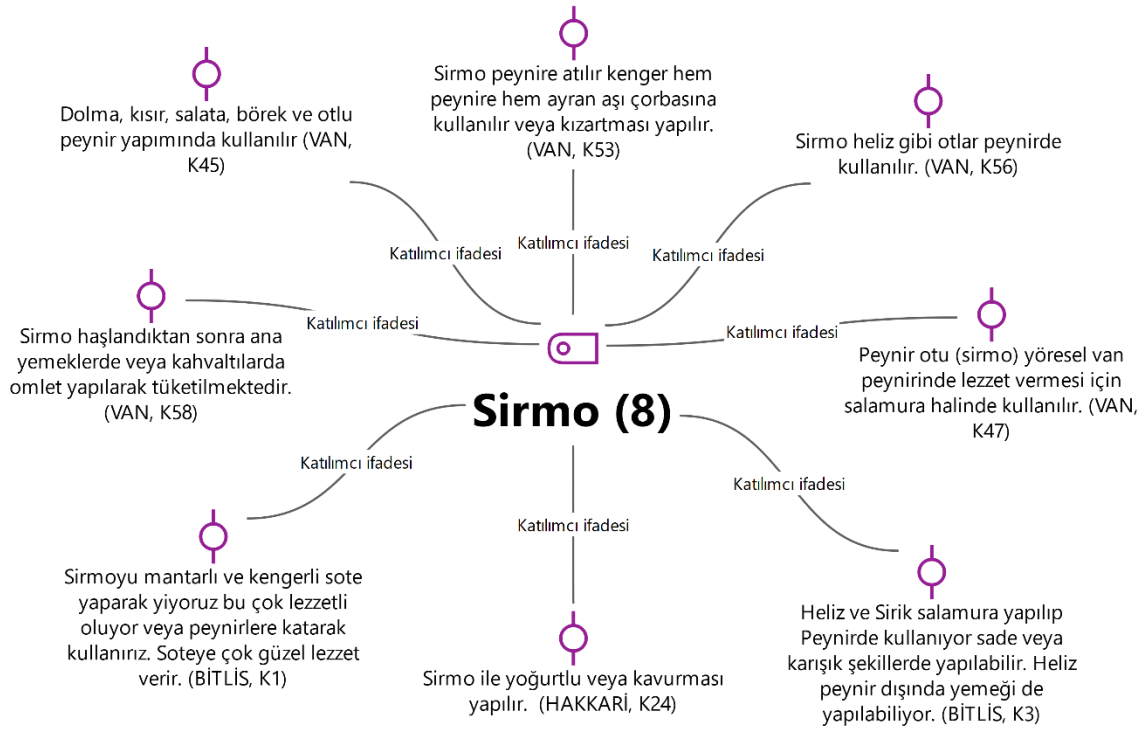
**b)** Soryaz Pilavı

## Soryaz Pilavı

**Malzemeler:** Soryaz, bulgur, soğan ve tuz.

**Yapılışı:** Soğanlar tencerede pembeleşene kadar pişirilir ve yıkanıp ayıklanan soryaz eklenir. Suyunu çektikten sonra üzerine bulgur ve tuzu eklenerek sıcak su eklenir.

Şekil 3.13’ de Sirmo otu ve bu ottan nasıl faydalandığını belirten ifadeler Maxmaps grafiğinde gösterilmiştir. Fotoğraf 3.8’ de sirmo otunun görseli, salamura haline getirilen sirmonun nasıl görüldüğü ve kullanıldığı yer olan otlu peynire ait görsel aktarılmıştır.



**Şekil 3.13.** Sirmo Otundan Yapılan Yemekleri Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği

**Fotoğraf 3.8.** Sirmo Otu ve Sirmo Otunun Kullanımı



**a)** Sirmo



**b)** Salamura Sirmo



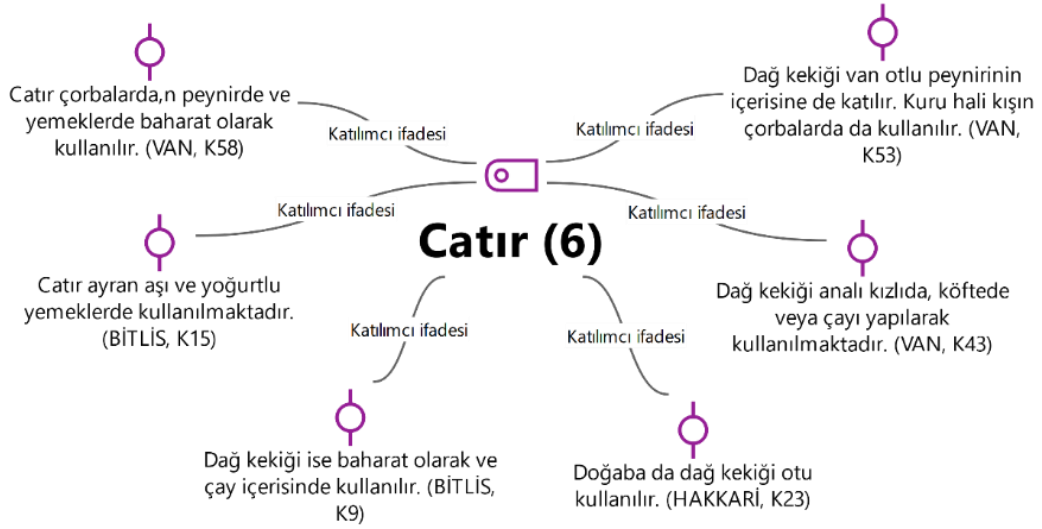
**c)** Otlu Peynir

### *Salamura Sirmo*

**Malzemeler:** Sirmo, Kaya tuzu, Su.

**Yapılışı:** Yıkanmış ve ayıklanmış sirmo şişeye dizilerek üzerine tuz ve su eklenir. Karanlık yerde muhafaza edilerek sarartılır. Sirmo sarardıktan salamurası peynir yapımında kullanılmaktadır.

Şekil 3.14' de Catır otu ve kullanım alanlarına yönelik katılımcı ifadeleri Maxmaps grafiği ile aktarılmıştır. Fotoğraf 3.9' da ise catır otunun görseli, catırdan yapılan ve Hakkâri'ye ait yöresel bir yemek olan Doğaba'da kullanımını gösteren görsel yer almaktadır. Ayrıca hastalıklarda kullanılmak üzere yapılan catır çayı bulunmaktadır.



**Şekil 3.14.** Catır Otundan Yapılan Yemekleri Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği

**Fotoğraf 3.9.** Catır Otu ve Catır Otundan Yapılan Yemekler



**a) Catır**



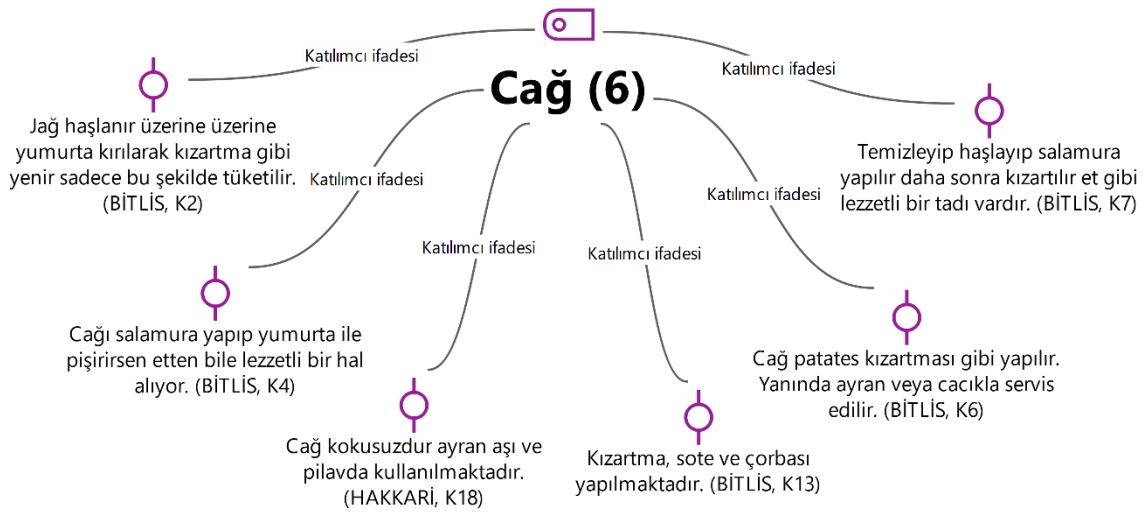
**b) Doğaba**

### ***Doğaba***

**Malzemeler:** Kuzu eti, bulgur, cacık, nohut, soğan, pirinç, buğday, tuz, catır.

**Yapılışı:** Buğday ve nohut önceden ıslatılır. Ardından kuzu eti eklenerek pişirilir. Bulgur, pirinç ve kuzu etinden yapıla kıyma ile baharatlar ve soğan eklenerek minik köfteler yapılır. Cacık seyreltilerek nohut buğday ve et karışımına eklenir. Ardından kaynayınca köfteler de eklenir. Baharatları ve dağ kekiği eklenerek kıvam alması sağlanır. Son olarak yağda pulbiber salça ve karışımı üzerine dökülerek servis edilir.

Şekil 3.15’ de Cağ otundan neler yapıldığına ilişkin katılımcı ifadeleri Maxmaps grafiği ile aktarılmıştır. Fotoğraf 3.10’ da cağ otu, cağ turşusu ve turşusundan yapılan cağ kavurmasına ait fotoğraflar aktarılmıştır.



**Şekil 3.15.** Cağ Otundan Yapılan Yemekleri Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği

**Fotoğraf 3.10.** Cağ Otu ve Cağ Otundan Yapılan Yemekler



a) Cağ

b) Cağ Turşusu

c)Cağ Kavurması

### ***Cağ Turşusu***

**Malzemeler:** Cağ, Sirke, Kaya tuzu, Limon tuzu, Su.

**Yapılışı:** Yıkanmış ve ayıklanmış cağ şişeye dizilerek üzerine sirke, tuz, limon tuzu ve sudan yapılan karışım eklenir. Karanlık yerde muhafaza edilerek sarartılır.

### ***Cağ Kavurması***

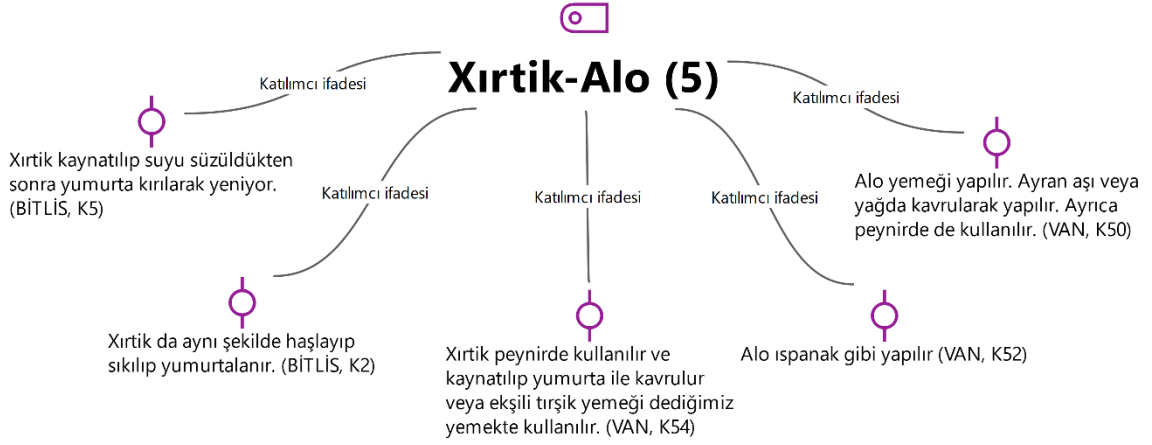
**Malzemeler:** Cağ, Yumurta, Un.

**Yapılışı:** Cağ otu salamura halindeyken çıkarılarak suda bekletilir. 1 saat bekletilip tuzu alındıktan sonra un ve yumurtanın karışımından oluşan bir tür harç hazırlanır. Cağ bu harca batırılarak derin yağda kızartılır.

Şekil 3.16’ da Siyabo otunun kullanım alanlarını ve hangi yemeklerin yapıldığını ifade eden katılımcıların söylemleri Maxmaps grafiği ile aktarılmıştır. Fotoğraf 3.11’ de siyabo otuna ait görsel ve kahvaltılık olarak hazırlanabilecek bir çeşit omllet olan yumurtalı siyabo fotoğraflanmıştır.

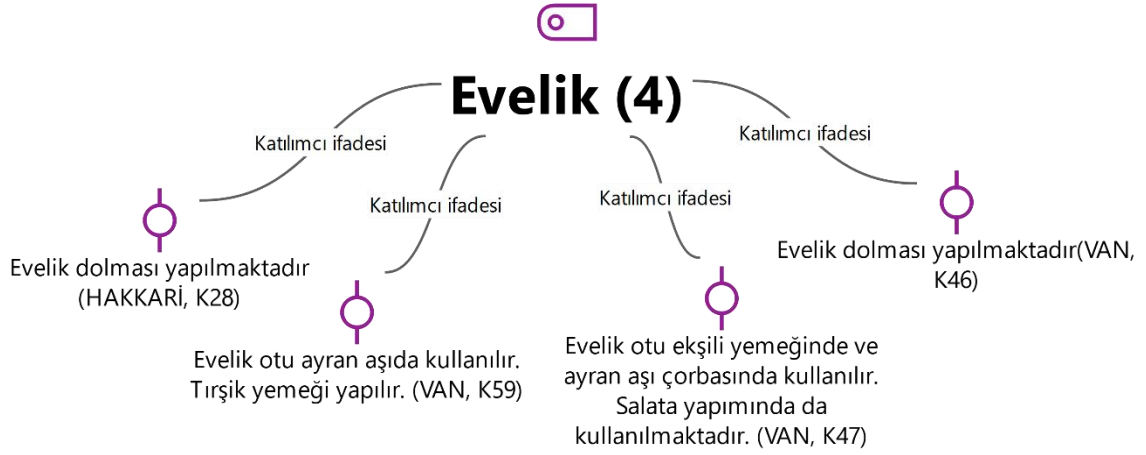


Şekil 3.17’ de Alo otunun nasıl kullanıldığı ifadeler Maxmaps grafiği ile aktarılmıştır. Özellikle ıspanak gibi kavurması yapılarak tüketildiği bulgulanmıştır. Ayrıca peynir yapımında sirmo ile birlikte salamura yapılmakta olduğu saptanmıştır.



**Şekil 3.17.** Xırtık-Alo Otundan Yapılan Yemekleri Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği

Şekil 3.18’ de Evelik otunun kullanımına yönelik ifadeler Maxmaps grafiği ile verilmiştir. Ayrıca evelik otundan en fazla yöresel olarak tırşik yemeğinin yapıldığı saptanmıştır. Fotoğraf 3. 12’de detaylar aktarılmıştır.

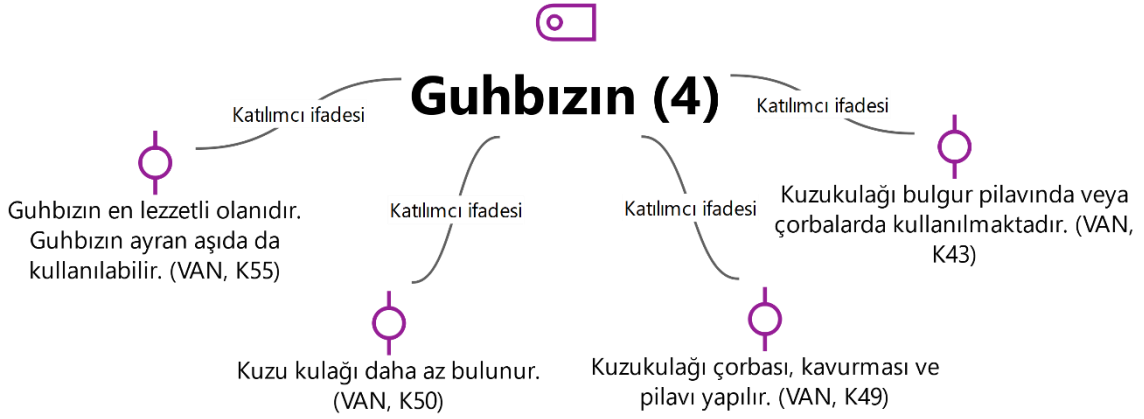


**Şekil 3.18.** Evelik Otundan Yapılan Yemekleri Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği

**Fotoğraf 3.12.** Evelik Otu

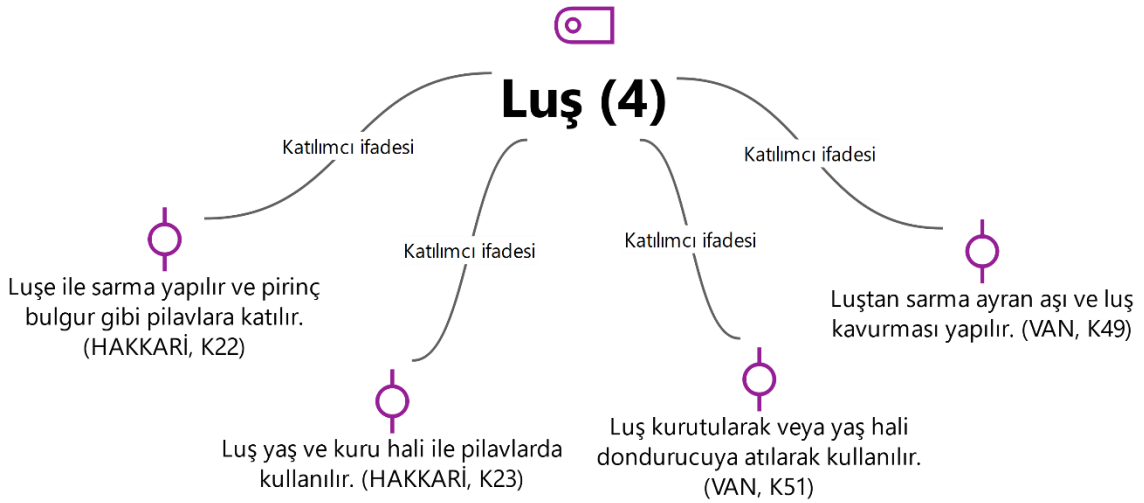


Guhbızın ile yapılan yemeklere yönelik ifadeler Şekil 3.19' da Maxmaps grafiği aracılığıyla aktarılmıştır. Bu otun daha az bulunduğu ve birçoğuna göre daha lezzetli olduğu ayrıca çoğunlukla bulgur veya pirinç pilavlarında kullanıldığı ifade edilmiştir.



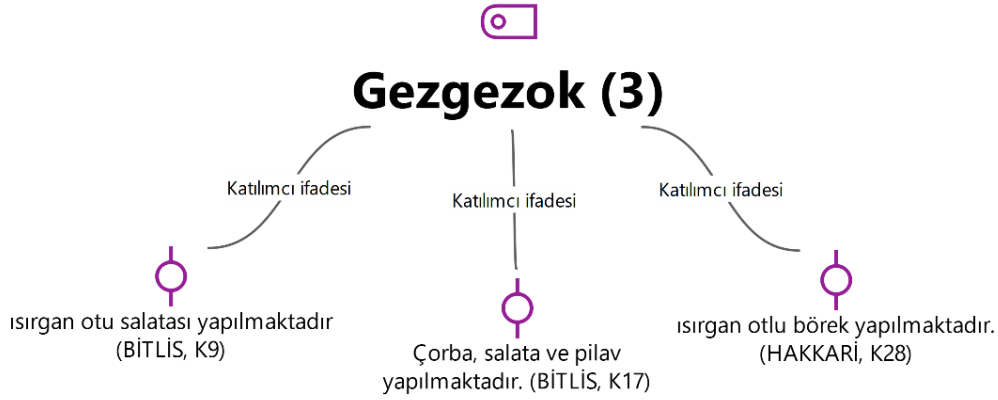
**Şekil 3.19.** Guhbızın Otundan Yapılan Yemekleri Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği

Şekil 3.20' de yer alan Maxmaps grafiğinde Luş otunun da çoğunlukla pilavlarda kullanıldığı ayrıca çorbalarda da kullanılabildiği aktarılmıştır.



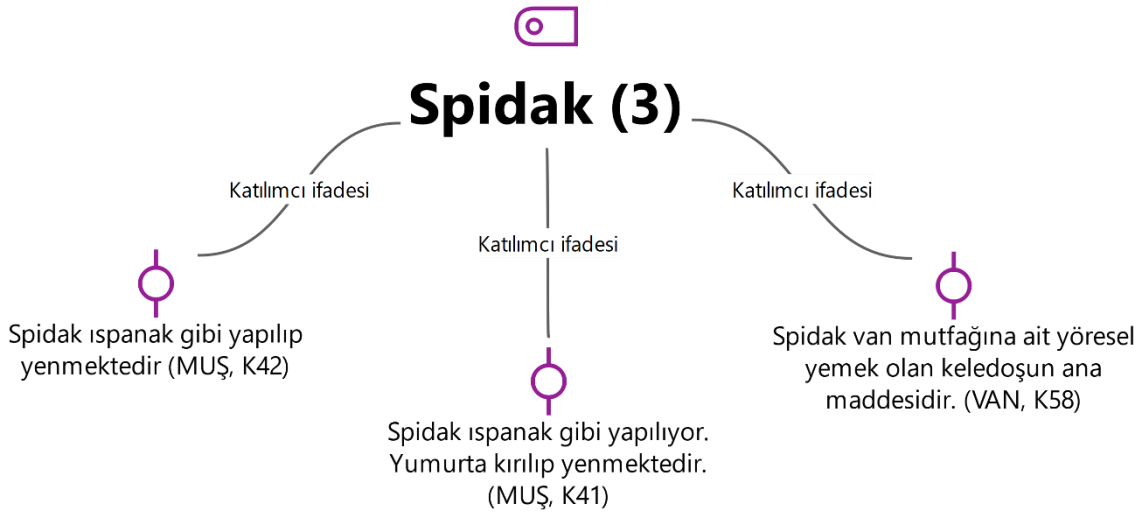
**Şekil 3.20.** Luş Otundan Yapılan Yemekleri Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği

Şekil 3.21'de bulunan Maxmaps grafiği ile Gezgezok otunun kullanıldığı yemeklere yer verilmiştir. Salata, çorba ve börek yapımında kullanılan bu otun, bilinen adı ile ısırgan otu olduğu saptanmıştır.



**Şekil 3.21.** Gezgezok Otundan Yapılan Yemekleri Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği

Şekil 3.22’de Spidak otuna yönelik ifadeler Maxmaps grafiği ile verilmiştir. Bu ot Van mutfağında coğrafi işaretli olan yemeği Keledoşun ham maddesidir. Ayrıca yumurtalı yapılarak da tüketildiği gözlemlenmiştir.



**Şekil 3.22.** Spidak Otundan Yapılan Yemekleri Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği

### ***Yabani Ebegümeçi***

**Fotoğraf 3.13.** Yabani Ebegümece



Fotoğraf 3.13’de aktarılan yabani ebegümece olarak adlandırılan bu ot oldukça ekşi olduğundan dolayı sumak yerine tatlandırmada kullanılmaktadır. Çayının hastalıklara iyi geldiğine yönelik katılımcı ifadeleri şu şekildedir;

**K23** “*Yabani ebegümece insanda kurt varsa atılmasına yardımcı olmaktadır.*”  
(*Hakkâri*)

### ***Bitim***

**Fotoğraf 3.14.** Bitim Turşusu



Fotoğraf 3.14’de bittim bitkisinin salamura hali yazar tarafından yapılarak fotoğraflanmıştır. Çiğ hali ile tüketilen bittim salamura yapılarak da tüketilebildiği saptanmıştır.

### ***Hegedan***

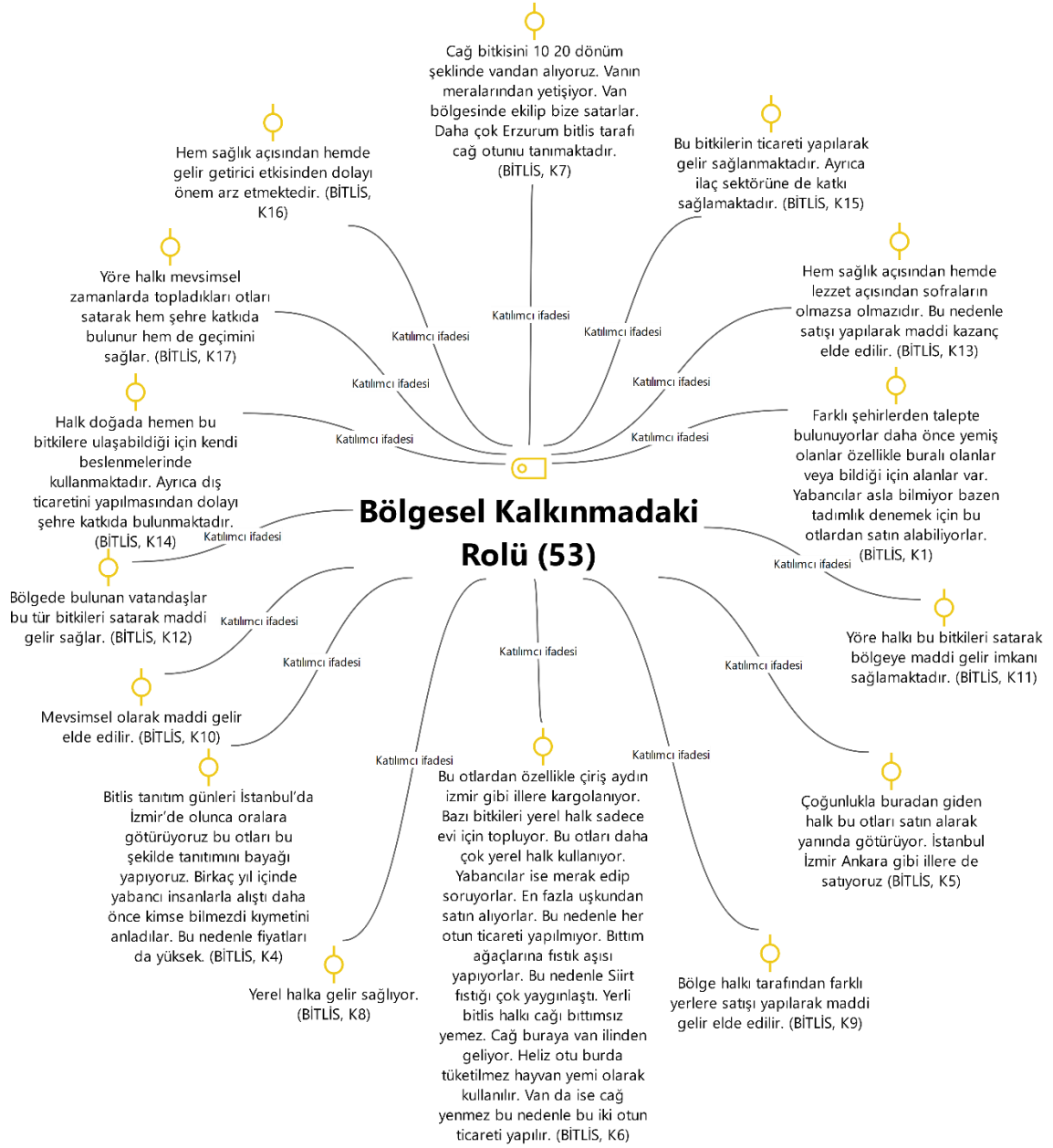
**Fotoğraf 3.15.** Hegedan Otu ve Pilavı



Fotoğraf 3.15’de çok ağır bir kokuya sahip olan hegedan otu aktarılmıştır. Bu ot pilavlarda kullanılmaktadır. Ancak bu ottan çoğunlukla tıbbi amaçlı yararlanıldığı katılımcılar tarafından ifade edilmiştir.

### **3.2.2.7. Yenilebilir Otların Bölgesel Kalkınmadaki Rolü**

Şekil 3.23’de katılımcılara yöneltilen “Yörede yetişen yenilebilir yabani bitkilerin bölgesel kalkınmadaki önemi nelerdir?” sorusuna ilişkin cevaplar yenilebilir otların “Bölgesel Kalkınmadaki Rolü” alt kodu ile kodlanmıştır. Kodlanan bu ifadelere yönelik Maxmaps grafiği Şekil 3.23’de aktarılmıştır.



**Şekil 3.23.** TRB2 Kalkınma Bölgesi Yenilebilir Otların Bölgesel Kalkınmadaki Rolünü Gösteren Kod-Alt Kod Modellerine Ait Maxmaps Grafiği

Otların TRB2 Kalkınma Bölgesi açısından nasıl bir katkı sunduğuna yönelik katılımcı ifadeleri ise şu şekildedir;

**K1** “Bu bitkileri Almanya’da yaşayan ve buralı olanlar gelip toplu alım yaparak götürüyor. Ayrıca yerli halk çok fazla alıyor.” (Bitlis)

**K2** “Bu bitkileri yöre halkının hepsi biliyor. Şehir dışında yaşayan kardeşlerim isterse hazırlayıp onlara da gönderebiliyorum.” (Bitlis)

**K18** “Bütün doğu bölgesinde bu otlar bulunur. Ama boyutları bu seviyeye ulaşmaz. Biz Antalya, bursa, İstanbul, Ankara gibi şehirlere gönderiyoruz. Yabancılar otları tanıdıkça bu otlardan satın alıyor.” (Hakkâri)

**K19** “Farklı insanlar bu otlardan satın almaktadır. Özellikle çiriş otunu yurt dışına bile gönderiyoruz.” (Hakkâri)

**K21** “Araştırma yapan insanlar bazen merak edip satın alıyor. Bazen şehir dışına gönderiyoruz. Hegedan otunu getirdiğimiz gibi satılıyor.” (Hakkâri)

**K22** “Hakkâri de yerel halk bu otlardan satın almaktadır. Yabancılar ise daha çok uşgun ve çiriş satın almaktadır.” (Hakkâri)

**K24** “Gastronomi turizmi için önemli bir potansiyel oluşturur, yöre tanıtımı ve kalkınma açısından büyük önem taşımaktadır.” (Hakkâri)

**K25** “Toplanma zamanında toplayan insanlar için gelir kaynağı oluşturmaktadır.” (Hakkâri)

**K26** “Bölgede yaşayan halk bu bitkileri dağda toplayıp şehir merkezine getirerek bir gelir elde etmektedir.” (Hakkâri)

**K27** “Bölgesel kalkınma ile ilgisi yoktur. Bu bitkiler bu bölgenin kültürüdür, damak tadıdır.” (Hakkâri)

**K28** “Hem ekonomik katkı sağlar hem de yöresel mutfağın tanıtımına katkı sunar.” (Hakkâri)

**K29** “Özellikle bahar ayında çıkan bu bitkiler geçici süreliğine olsa da yöre halkına katkı sağlar. Dağlara gidip toplanır pazarda istenilen fiyata satılır ve iyi bir kazanç elde edilir. Çünkü herhangi bir maliyeti yoktur.” (Muş)

**K30** “Bitki çeşitliliği arttığında n birçok konuda oldukça önem arz etmektedir. Baharat, tıbbi ilaç meyve sebze çay olarak vs. kullanılması maddi olarak önem arz etmektedir. Bölgeye olan ilgiyi artırmaktadır.” (Muş)

**K31** “Yöresel yemeklerin tanıtımında katkı sağlar. Yerel halk için ek gelir oluşturur, Organik ve doğal ürün talebini karşılar.” (Muş)

**K32** “Bitki çeşitliliği arttığından dolayı oldukça önem arz etmektedir. Bitki, tıbbi ilaç, turşu ve çorba olarak vs. kullanılmasıdır.” (Muş)

**K33** “Köy halkı bu bitkileri toplayıp pazarda satarak gelir elde edilir gastronomide tanıtılıp birçok yemekle tercih edilir.” (Muş)

**K34** “Yerel halk için ekonomik bir kaynak oluşturur. Gastronomi turizmi açısından da önemli olup, yöresel mutfağın tanıtılmasında katkı sağlar.” (Muş)

**K35** “Doğada toplanan bu bitkiler kırsalda ekonomik gelir sağlar.” (Muş)

**K36** “Halk toplayıp satarak yevmiye alır.” (Muş)

**K37** “Ticari yönden kalkınmaya yardımcı olur. Zaman içinde bölgenin coğrafi işaretli ürünü olarak turizme katkı sağlayacaktır.” (Muş)

**K38** “Yurt dışına bile gönderiyoruz. Trabzon’dan bir kişi tiktok tan görüp merak edip muşa gelmişti. Tanıtım yönünden destek sağlıyor.” (Muş)

**K39** “Fransa’ya, İstanbul’a İngiltere’ye mantar, kari kenger siparişleri gönderiyoruz. Mantar, uşgun ve çiriş otları en fazla ticareti yapılan otlardır.” (Muş)

**K40** “Günlük Muş’tan İstanbul, İzmir, Bursa’ya tır gönderiyoruz. Başka şehirlerden de bu otlar için gelenler var. Muş halkı dağlardan topluyor bu otları.” (Muş)

**K41** “Çoğu şehir dışına satılıyor. Daha çok bilen kişiler alıyor. Bazı otları Muş’ta herkes bilmiyor. İstanbul, Almanya ve Fransa’ya ihraç ediyoruz. Bilen kişiler istiyor bunları.” (Muş)

**K42** “Bu otları yurt dışına kadar gönderiyoruz. Bilende bilmeyende sipariş veriyor ve kamyonlarla satışlarını yapıyoruz.” (Muş)

**K43** “Gastronomi turizmi ve ekonomik olarak bölge için çok önemlidir. Bu bitkiler vitamin, mineral ve antioksidan açısından zengindir. Geleneksel beslenmenin önemli bir parçasıdır. Bu bitkilerden yapılan yemekler Van mutfağını zenginleştirir ve gastronomi turizmi açısından çekici hale getirir.” (Van)

**K44** “Toplanıp satılması yöre halkına katkı sağlamaktadır.” (Van)

**K45** “Yöre halkı bu bitkileri ve bu bitkilerden yapılan yiyecekleri satarak halka katkıda bulunur.” (Van)

**K46** “Hem kadınlar için gelir kaynağı oluyor hem de bölge mutfağına değer katıyor.” (Van)

**K47** “Pazarda satılır bu da ev ekonomisine minik bir destek sağlar. İnsanları doğal beslenmeye teşvik eder.” (Van)

**K48** “Özellikle bazı hastalıklara iyi geldiği söylenen bitkilerin satışından vatandaşlar gelir sağlıyor.” (Van)

**K49** “Merak edip alanlar oluyor. Şehir dışına kargo ile gönderiyoruz. Satın alanlar beğenince tekrar alma özelliği göstermektedir.” (Van)

**K50** “Almanya gibi ülkelere ihraç ederek gelir elde ediyoruz.” (Van)

**K52** “Biz bu otları satın alıp satıyoruz. Turistlerden ziyade hayvanları olanlar veya köylüler peynir yapımında kullanmak için fazla miktarda alım yapıyor.” (Van)

**K56** “Dağlarda yetişen bu otlar dönem dönem yöre halkına ekonomik gelir sağlamaktadır.” (Van)

**K57** “Yöre halkı ilaç amaçlı kullandığı için bölge halkı faydalanmaktadır.” (Van)

**K58** “Bu otlar yöre halkına belirli dönemlerde gelir sağlamaktadır. Ayrıca bölgenin yöresel mutfağında kullanılan bu otlar yöre mutfağının tanıtımında büyük önem taşımaktadır.” (Van)

**K59** “Tabi. Toplayanlar pazarda satarak bir kazanç elde ederler. Ayrıca kişisel olarak yöre halkı mutfağında kullanır.” (Van)

Son olarak katılımcıların büyük çoğunluğu toplanan ve kullanılan bu bitkiler bölge halkına yılın belli dönemlerde katkı sunduğu bulgulanmıştır. Ayrıca yöre halkının gelir elde ettiğine yönelik pazar yerleri ve satış alanlarına yönelik görseller Fotoğraf 3. 16’da yer almaktadır.

**Fotoğraf 3.16.** Yöre Halkının Satış Faaliyetleri





## TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

TRB2 Kalkınma Bölgesi'ne ait yenilebilir ot envanterinin belirlenmesi ve bu veriler doğrultusunda bir gastronomi rotası önerilmesi amacıyla gerçekleştirilen bu araştırmada elde edilen bulgular doğrultusunda aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

Yabani otların gıda olarak kullanımının ülkemizde en yaygın olduğu bölgelerden biri olan Doğu Anadolu Bölgesi (Öztürk ve Özçelik, 1991), özellikle Van, Hakkâri, Ağrı ve Bitlis illerinde yüksek endemizm oranlarıyla dikkat çekmektedir (Ekim, 1990). Bu durum, bölgenin yerel flora temelli gastronomi rotalarının oluşturulması açısından önemli bir potansiyel barındırmasına rağmen, bu potansiyelin bilimsel envanter çalışmaları ve gastronomi turizmi perspektifiyle yeterince değerlendirilmediğini göstermektedir.

TRB2 Bölgesi'nin mutfak kültürü ağırlıklı olarak hayvansal kaynaklı gıdalara dayanmaktadır. Ancak bölgenin tarihsel süreçte göç alan ve göç veren bir yapıya sahip olması, mutfak kültüründe önemli bir çeşitlilik ve zenginlik oluşmasına zemin hazırlamıştır. Bu durum hem yerel ürünlerin kullanımında hem de pişirme teknikleri ile yemek sunumlarında farklı kültürel unsurların bir arada bulunmasına olanak tanımaktadır. Toplam 59 katılımcının yer aldığı bu çalışmada, Bitlis, Hakkâri, Muş ve Van illerinde yerel halk ile gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda 59 farklı yenilebilir ot türünün halk tarafından bilindiği tespit edilmiştir (Bkz. Tablo 3.3 ve Tablo 3.4). Bu ot türlerinden 48'i yöre halkı tarafından yerel adlarıyla tanımlanmaktadır. Yöresel isimle bilinen bu 48 bitkiden 26'sının Türkçe karşılığı da katılımcılar tarafından bilinmekte; ancak geri kalan 22 ot türünün yalnızca yöresel adı kullanılmakta, Türkçe adı ise bilinmemektedir. Öte yandan, 9 bitki türünün yalnızca Türkçe ismi bilinmekte olup bu türlerin yöresel adlarına ulaşamamıştır. Yapılan çalışmalara bakıldığında bu bulgular Türkiye'deki Yenilebilir Otların Haritalandırılması çalışması ile paralellik göstermektedir. Çalışmada Doğu Anadolu Bölgesinde bulunan yenilebilir otların sayıca en fazla olduğu il Hakkari'dir (Demirci ve Çal, 2024, s. 14). Ayrıca, katılımcıların 16'sı, yöresel adıyla tanıdığı bu bitkilerin Türkçe karşılıklarını bilmediğini ifade etmiştir. Bu durum, bölgenin sözlü kültür geleneğinin bitki bilgisi

üzerindeki etkisini ve yöresel bilgi ile akademik literatür arasındaki terminolojik farkları ortaya koymaktadır.

Katılımcılarla yapılan görüşmeler sonucunda, bu bitkilerin en yaygın kullanım alanının yeme-içme sektörü olduğu belirlenmiştir. Özellikle yerel mutfakta taze ya da kurutulmuş şekilde çeşitli yemeklerde, çorbalarda, mezelerde ve yöresel lezzetlerde sıkça tercih edildikleri dikkat çekmiştir. Bunun yanı sıra, halk arasında sağlık açısından da önemli bir yere sahip oldukları görülmektedir. Farklı çalışmalarda benzer şekilde Dünya genelinde yaklaşık 52.000 yenilebilir bitki türünün bulunması, bu türlerin yalnızca beslenme açısından değil, aynı zamanda tıbbi amaçlarla da değerlendirilebilecek önemli biyoçeşitlilik kaynakları olduğunu ifade etmektedir (Bramwell, 2002). Katılımcıların ifadelerine göre, bu bitkiler geleneksel bilgiye dayalı olarak bazı rahatsızlıkların tedavisinde doğal bir alternatif olarak kullanılmakta, özellikle sindirim, solunum ve cilt sorunları gibi durumlarda fayda sağladıklarına inanılmaktadır. Bu bulgular, literatürde yenilebilir otlara ilişkin yapılan araştırmalarda vurgulanan nitrat, nitrit ve besin ögesi içerikleri, fonksiyonel ve antioksidan özellikler, etnobotanik kullanımlar ve mikrobiyal güvenlik gibi çeşitli parametrelerin yanı sıra, bu bitkilerin gastronomik bir değer ve turistik ürün olarak ele alınması gerektiği yönündeki görüşlerle (Demirci ve Aktepe, 2021) örtüşmektedir. Ayrıca, Van iline özgü ve coğrafi işaret tesciline sahip olan ünlü Van otlu peynirinin üretiminde de bu bitkilerin büyük ölçüde kullanıldığı belirtilmiştir. Peynirin karakteristik aroma ve lezzetini kazandırmada bu otların katkısının büyük olduğu vurgulanmıştır. Son olarak, bazı katılımcılar bu bitkileri kurutarak baharat formunda yemeklerde kullandıklarını ya da bitki çayı olarak tükettiklerini ifade etmişlerdir (Bkz. Şekil 3.4).

Yapılan gözlemler sonucunda, bu otların yetişme döneminin özellikle bahar aylarına denk geldiği ve genellikle ilkbahar mevsiminde ortaya çıktığı belirlenmiştir. Karların erimesiyle birlikte Nisan ayında görülmeye başlanan bu bitkiler, kış mevsiminin kısa sürmesi nedeniyle zaman zaman bu dönemde daha erken de ortaya çıkabilmektedir. Nisan ve Mayıs ayları, özellikle bu otların üretiminin en yoğun olduğu ve dolayısıyla çeşitliliğin en fazla gözlemlendiği dönemdir (Bkz. Şekil 3.5). Ancak, her ot türünün çıkış zamanı birbirinden farklılık göstermekte olup, bazı bitkiler

daha erken, bazıları ise daha geç dönemde görülebilmektedir. Bu durum, çevresel faktörler, iklimsel değişiklikler ve bitkilerin biyolojik özelliklerine bağlı olarak çeşitlenmektedir.

Bitkiler, doğal floraya zarar vermemek amacıyla kök kısımları toprakta bırakılarak toplanmaktadır. Bu yöntem, bitkilerin bir sonraki yıl da büyüüp çoğalmasını sağlamak ve ekosistemin sürdürülebilirliğini korumak adına bilinçli bir yaklaşımdır. Toplanan bitkiler genellikle sap ve yaprak kısımlarıyla birlikte elde edilmekte; kullanım alanlarında da en çok bu bölümler tercih edilmektedir. Özellikle Van otlı peynirinin yapımında kullanılan heliz, mende ve sirno gibi otların sap kısımları özenle küçük parçalar halinde doğranarak peynire katılmakta, böylece ürüne karakteristik tat ve aroma kazandırılmaktadır. Yaprakları kullanılan otlar ise daha çok yöresel yemeklerde değerlendirilmekte; çorba ve pilav gibi yemeklerde ya da geniş yapraklı olanlar dolma iç harcının sarımında kullanılmaktadır. Bazı bitkilerin hem yaprak hem de tomurcuk kısımları birlikte değerlendirilmektedir. Bu gruba örnek olarak guhbızın, luş, çiriş ve soryaz verilebilir. Öte yandan, bazı bitkilerin yalnızca kök kısmı kullanılmaktadır. Bu kapsamda dağ soğanı ve kenger otu öne çıkmaktadır. Özellikle dikenli bir yapıya sahip olan kenger otunun yalnızca kök kısmı tüketilmekte; yaprakları ise dikenli ve sert yapısı nedeniyle kullanılmamaktadır. Ayrıca farklı çalışmalarda; kenger bitkisinin gövde veya kökünden elde edilen sütlü salgının güneşte bekletilerek sakız haline getirilmesi ve bu ürünün hem doğrudan çiğnenerek tüketilmesi hem de sütlaç gibi geleneksel tatlıların yapımında kullanılması, yöresel bitkilerin işlevsel ve kültürel açıdan çok yönlü değerlendirildiğini ortaya koymaktadır (Say ve Güzeler, 2016).

Bu bitkilerin saklanması ve tüketilmesiyle ilgili olarak çeşitli yöntemler uygulanmaktadır. En yaygın kullanılan yöntemler arasında haşlama-dondurma, kurutma, salamura yapma ve çiğ tüketim yer almaktadır. Haşlanan bitkiler ya mevsiminde taze olarak tüketilmekte ya da suyu sıkılarak porsiyonlar hâlinde dondurulup derin dondurucuda saklanmaktadır. Bu yöntem, özellikle bitkilerin taze bulunamadığı mevsimlerde tüketilebilmesini sağlamak açısından oldukça işlevseldir. Kurutma işlemi de benzer şekilde yaygın bir saklama yöntemidir ve dondurma kadar

sık tercih edilmektedir. Kurutulan bitkiler, yıl boyunca hem yemeklerde hem de çay olarak kullanılabilir. Kurutulmuş bitkiler, yıl boyunca hem yemeklerde hem de çay olarak kullanılabilir.

Salamura yöntemi ise daha çok iki amaçla uygulanmaktadır: Bazı otlar bu yöntemle turşu olarak sofralarda yer alırken, bazıları da Van otlu peynirinin üretiminde kullanılmak üzere salamura edilerek saklanmaktadır. Özellikle heliz, mende ve sirmo gibi peynir üretiminde yaygın şekilde kullanılan otlar, salamura halinde ticari amaçla uzun süre muhafaza edilmektedir. Bunun yanı sıra, bazı bitkiler doğrudan çiğ olarak da tüketilmektedir. Özellikle uşgun ve bittim gibi bitkiler bu şekilde tüketilen türler arasında öne çıkmaktadır. Sapları çiğ ya da pişirilerek tüketilebilen uşgun bitkisinin, yalnızca Türkiye'de değil Almanya, İngiltere ve İsveç gibi ülkelerde de pastalardan reçellere kadar çeşitli biçimlerde kullanılması, bu yerel türün hem geleneksel hem de modern mutfaklar açısından çok yönlü bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir (Doğan, 2016); ancak bu potansiyelin TRB2 Kalkınma Bölgesi özelinde gastronomi turizmine entegre edilmemesi, bölgenin özgün bitki örtüsüne dayalı sürdürülebilir destinasyon gelişimini sınırlamaktadır. Ayrıca bu saklama ve tüketim yöntemlerinin yaygın kullanılmasının temel nedeni, söz konusu bitkilerin doğada yalnızca sınırlı bir süre boyunca bulunabilir olmasıdır. Kısa ömürlü mevsimsel bitkiler oldukları için, çeşitli koruma yöntemleriyle yıl boyu erişilebilir hâle getirilmeleri hem yerel halkın günlük yaşamında hem de ticari faaliyetlerde önemli bir yer tutmaktadır.

Belheviz, bittim, catır, çağ, evelik, gezgezok, guhbızın, çiriş, hegedan, heliz, heliz mantarı, hüsso, hındirej, kari, kereng, labada, luş, mende, parpar, punk, sirmo, siyabo, soryaz, spidak, tırşik, uşgun ve alo gibi bitkiler, yörede yemek yapımında en sık kullanılan yabancı otlar arasında yer almaktadır. Gugbızın bitkisinin köklerinin kuvvet verici, iştah açıcı ve müshil olarak kullanılması, bu türün yalnızca beslenme amaçlı değil aynı zamanda fonksiyonel ve geleneksel tıbbi kullanımlarıyla da önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir (Zeybek ve Zeybek, 2002). Bu bitkiler, bölge halkının geleneksel bilgi birikimiyle harmanlanmış mutfak kültürünün temelini oluşturmaktadır. Aromatik yapısıyla öne çıkan catır (dağ kekiği) ve punk (yabancı nane) gibi otlar, özellikle çorbalarda ve çeşitli yemeklerde lezzet verici bir unsur olarak

tercih edilmekte; bu tür bitkiler, yemeklere doğal aroma kazandırmak açısından oldukça değerlidir.

Geniş yaprak yapısına sahip belheviz ve luş gibi bitkiler ise özellikle dolma yapımında kullanılmaktadır. Bu otlar, yapraklarının dayanıklılığı ve lezzeti sayesinde iç harçla kolayca sarılarak yöresel dolma tariflerine özgünlük katmaktadır. Cağ, heliz ve kereng gibi bitkiler ise çoğunlukla salamura yöntemiyle saklanmakta ve hem turşu hem de kızartma şeklinde tüketilmektedir. Özellikle heliz Van otlı peynirinde de kullanılan aromatik türler arasında yer almaktadır. Evelik otu, yörede oldukça bilinen ve 'tırşik' yemeğinde temel malzeme olarak kullanılan bir bitkidir. Nitekim bazı katılımcıların evelik otunu doğrudan 'tırşik' ismiyle tanımlaması, bitkinin bu yemekle özdeşleşmiş olduğunu göstermektedir. Çiriş, mende, soryaz ve alo gibi bitkiler ise genellikle ayran aş çorbası gibi yoğurt bazlı yemeklerde kullanılmakta ya da ıspanak benzeri şekilde kavrulmuş tüketilmektedir. Bu ifadeyi destekleyen Özçelik (1989) çiriş bitkisinin Türkiye'de yöresel yemeklerde ve özellikle otlı peynir yapımında kullanıldığını ifade etmiştir. Ayrıca İtalya'da üretilen Rignano Garganico peynirinde de çirişin yapraklarından faydalanılması, bu bitkinin uluslararası ölçekte geleneksel süt ürünlerinde değerlendirildiğini göstermektedir (Güngör, 2002).

Bıttım, parpar ve uşgun gibi bazı bitkiler çiğ olarak doğrudan tüketilmekte ya da yemeklerin yanında iştah açıcı birer garnitür olarak sunulmaktadır. Bitlis'te özellikle güney yamaçlarında doğal olarak yayılım gösteren bıttım bitkisinin kabuklu meyveleri toplanıp seçilir. Ardından odun ateşinde kavrulmuş ezilir ve pekmez benzeri bir kıvama getirilir. 'Bıttım kahvesi' olarak adlandırılan bu karışım, içecek formunda sütlü veya sütsüz olarak kahve şeklinde tüketildiği belirtilmektedir (Demir, 2020, s. 386). Ayrıca Doğu Anadolu Bölgesi'nde geleneksel olarak şeker hastalığı ve hemoroid tedavisinde kullanılan *Rheum ribes* (uşgun) bitkisine olan tüketici talebinin son yirmi yılda ülke genelinde artması, bu türün yalnızca yerel şifa kaynağı olarak değil, aynı zamanda fonksiyonel bir gıda ögesi olarak da değer kazandığını göstermektedir (Andinç vd., 2009, s. 975). Siyabo ise özellikle kahvaltılarda yumurtayla birlikte omlet şeklinde hazırlanarak tüketilmektedir. Hegedan bitkisi, zaman zaman pilavlara aroma katmak amacıyla kullanılsa da keskin ve ağır kokusu nedeniyle çoğunlukla geleneksel

halk hekimliği çerçevesinde tedavi amaçlı tercih edilmektedir. Spidak ise özellikle Van yöresine özgü keledoş yemeğinin vazgeçilmez malzemelerinden biridir. Kari otu ile ilgili olarak tüm katılımcıların ortaklaştığı en önemli nokta, bu bitkinin kesinlikle taze (yaş) haliyle tüketilmemesi gerektiğidir. Katılımcılar, kari otunun ancak kurutulduktan sonra haşlanarak ve ardından acı suyunun iyice süzülmesiyle tüketilebildiğini özellikle vurgulamışlardır. Bu işlem, otun içeriğinde bulunan ve doğrudan tüketildiğinde zararlı ya da rahatsız edici olabilecek bileşenlerin giderilmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Dolayısıyla kari otu, yalnızca uygun hazırlama süreci sonrasında güvenle yenilebilen bitkiler arasında yer almaktadır

Bu çeşitlilik, bölge halkının doğadan sağladığı bitkileri farklı şekillerde değerlendirerek hem beslenme kültürünü zenginleştirdiğini hem de doğayla uyumlu bir yaşam biçimi sürdürdüğünü ortaya koymaktadır.

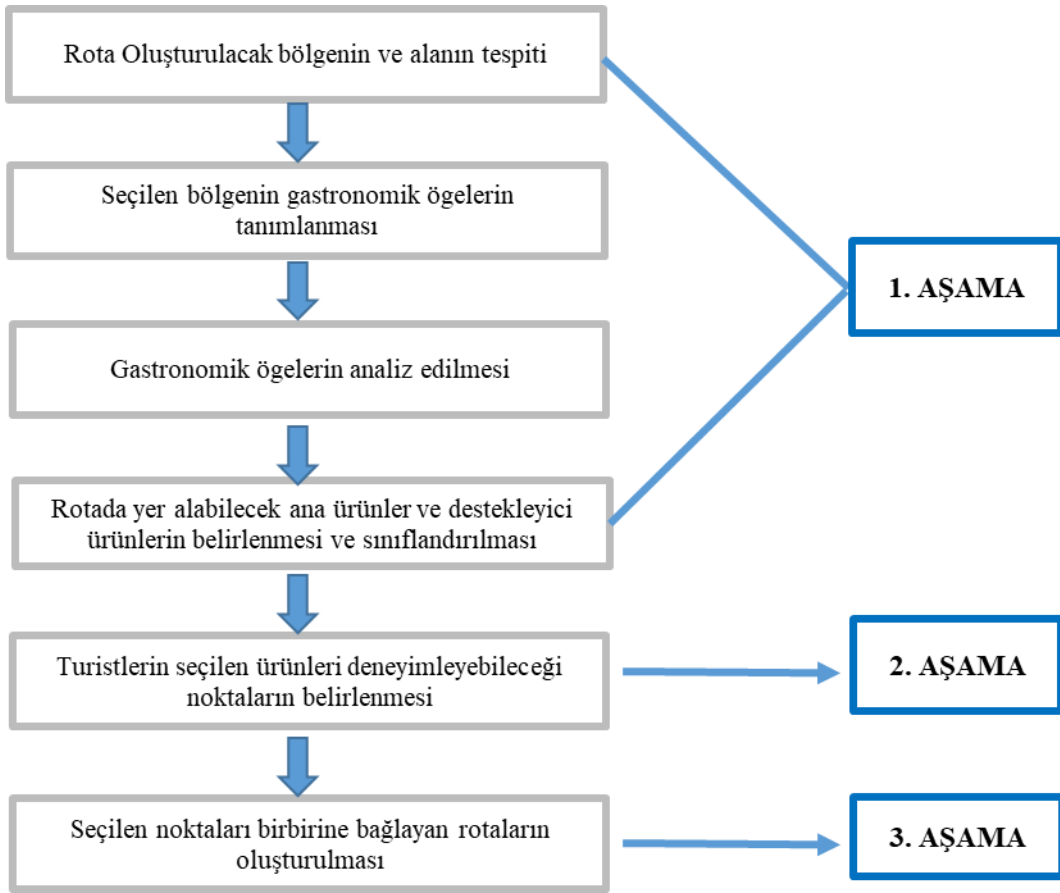
Yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen bulgular, TRB2 Kalkınma Bölgesi'nde (Bitlis, Hakkâri, Muş ve Van) doğadan toplanan yabani otların hem sosyo-ekonomik hem de kültürel açıdan önemli katkılar sunduğunu ortaya koymaktadır. Katılımcıların büyük çoğunluğu, bu bitkilerin bölge halkına özellikle bahar ve yaz aylarında, yani toplama dönemlerinde, ekonomik anlamda gelir sağladığını ifade etmiştir. Dağlardan toplanan otların yerel pazarlarda satılması, hane ekonomisine doğrudan katkı sunmakta; bazı durumlarda bu faaliyet, geçici de olsa bir istihdam kaynağı oluşturmaktadır.

Katılımcı görüşlerinden elde edilen bilgiler, bu otların yalnızca yerel halk tarafından değil, aynı zamanda şehir dışından ve yurtdışından gelen talep doğrultusunda da ticarileştiğini göstermektedir. Almanya, Fransa, İngiltere gibi ülkelere ve İstanbul, Ankara, İzmir gibi büyük şehirlere ot gönderildiği; hatta bazı insanların bu bitkileri merak ederek bölgeye gelmeyi tercih ettikleri ifade edilmiştir. Bu durum, otların tanınırlılığının artmasıyla birlikte gastronomi turizmi açısından da bölgeye önemli bir potansiyel kazandırdığını göstermektedir.

Bitkilerin kullanımı yalnızca ekonomik fayda ile sınırlı kalmamakta, aynı zamanda bölgesel kimliğin ve kültürel mirasın korunmasında da etkili bir rol

oyunmaktadır. Bu otlar, geleneksel mutfağın vazgeçilmez bir parçası olarak yöre yemeklerinde kullanılmakta, yöresel lezzetlerin korunmasına ve tanıtımına katkı sağlamaktadır. Katılımcılardan bazıları, bu bitkilerin vitamin, mineral ve antioksidan bakımından zengin olması nedeniyle geleneksel beslenmenin önemli bir parçası olarak değerlendirildiğini ifade etmiştir. Ayrıca bazı otların tıbbi amaçlarla kullanıldığı ve halk arasında doğal tedavi yöntemi olarak değerlendirildiği de vurgulanmıştır. Tüm bu veriler ışığında, TRB2 Bölgesi'nde doğal olarak yetişen ve toplanan yabani otların, yerel halk için ekonomik bir kaynak olmanın ötesinde kültürel değer taşıdığı, bölgenin gastronomik ve turistik gelişimine katkı sunduğu ve geleneksel bilgi sistemlerinin devamlılığını sağladığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Yapılan araştırmalar sonucunda TRB2 bölgesine yönelik herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bunlar göz önüne alındığında çalışmanın özgün olması önem arz etmektedir. Yenilebilir ot envanterinin oluşturulması sonraki çalışmalar açısından öncü olma niteliği taşımaktadır. Gastronomi rotasının geliştirilmesi ile bölgenin ekonomik gelir düzeyine katkı sağlayarak bir alternatif turizm olanağı tanıyacaktır. TRB2 bölgesine yönelik bir gastronomi rotası önerisi için Barrera ve Bringas (2009) ile Prieto ve Triana Valiente (2019) önerisi ile Şekil 3.25.' de yer alan gastronomi rotası oluşturma aşamaları doğrultusunda bir öneri sunulmuştur.



**Şekil 3.25.** Gastronomi Rotası Oluşturma Aşamaları (Barrera ve Bringas, 2009; Prieto ve Triana Valiente, 2019).

### 1. Aşama

Araştırmanın başlangıç aşamasında, çalışma alanının sınırlarını belirlemek amacıyla TRB2 Kalkınma Bölgesi değerlendirilmiştir. Bu bölge, Bitlis, Hakkâri, Muş ve Van illerini kapsayan ve hem biyolojik çeşitlilik hem de kültürel zenginlik açısından oldukça değerli bir coğrafyadır. Seçilen bu bölgede doğal olarak yetişen yenilebilir ot türleri tespit edilerek, hangi otun hangi il ya da ilçede yoğun olarak bulunduğu ve temin edilebileceği hususunda kapsamlı veriler elde edilmiştir (Bkz. Tablo 3.3 ve Şekil 3.4).

Belirlenen bu otlar, yalnızca doğal ürünler olarak değil, aynı zamanda gastronomik birer unsur olarak değerlendirilmiş; yöresel mutfağın özgünlüğünü ve zenginliğini yansıtan temel bileşenler olarak ele alınmıştır. Bu bağlamda, bölgedeki

yenilebilir otlar, ekonomik değer taşıyan ‘ticari ürünler’ ile daha çok evsel tüketim amaçlı kullanılan ‘destekleyici ürünler’ şeklinde iki ana kategoride incelenmiştir.

Ticari anlamda öne çıkan ve pazarlarda sıkça satılan çiriş, uşgun, heliz gibi bazı otların, iç ve dış pazara yönelik yüksek talep gördüğü anlaşılmıştır. Buna karşın, belheviz, kari, siyabo gibi daha çok yerel halk tarafından tanınan ve sadece bireysel tüketim amacıyla toplanan bazı otların ise ticari dolaşıma çok fazla girmediği, daha çok kültürel birikim ve mutfak mirası kapsamında değerlendirildiği tespit edilmiştir.

Bu doğrultuda, gastronomi rotası ya da ürün planlaması yapılırken, yüksek talep gören ve ticareti yapılan otların ana temin ürünleri olarak; yalnızca yerel halkın tanıyıp tükettiği, ancak kültürel değer taşıyan otların ise rotayı zenginleştiren ve yerel anlatıyı güçlendiren ‘destekleyici öğeler’ olarak ele alınması önerilmektedir.

## 2. Aşama

Turistlerin yenilebilir otlara erişim sağlayabileceği çeşitli alternatif noktaların bölge genelinde mevcut olduğu gözlemlenmiştir. Özellikle Van ili bu açıdan diğer illere kıyasla daha gelişmiş bir yapıya sahiptir. Van'da yerel mutfak kültürünü yansıtan birçok restoran faaliyet göstermekte; bu restoranlarda yenilebilir otlardan yapılan geleneksel yemekler menülerde sıkça yer almaktadır. Ayrıca kent merkezinde yer alan Peynirciler Çarşısı ve mevsimsel olarak kurulan yerel ot pazarı hem bölge halkına hem de ziyaretçilere bu otların doğrudan temini açısından önemli alışveriş noktaları sunmaktadır.

Muş ilinde ise benzer bir gastronomik yapı ya da sürekli faaliyet gösteren bir ot pazarı bulunmamaktadır. Bununla birlikte, yılın belirli dönemlerinde—özellikle ilkbahar aylarında—esnaf ve bazı sokak satıcıları tarafından ot satışı yapılmaktadır. Ancak bu satışlar daha çok geçici ve dağınık nitelikte olup, düzenli bir pazar veya turistik bir gastronomi durağı olarak değerlendirilmemektedir.

Hakkâri'de ise yenilebilir otların pazarlanması daha organize bir biçimde gerçekleşmektedir. Kent merkezinde birçok esnaf bu otların satışını sistemli olarak sürdürmekte; ayrıca şehirde bulunan bazı restoranlarda bu otlardan hazırlanan

geleneksel yemeklerin deneyimlenmesine imkân sunulmaktadır. Bu durum, Hakkâri'nin gastronomi turizmine katkı sunabilecek potansiyele sahip olduğunu göstermektedir.

Bitlis ilinde ise gözlemlenen verilere göre, ot temelli yöresel yemeklerin sunulduğu bir restoran bulunmamaktadır. Ancak yılın belirli dönemlerinde faal hâle gelen ve yerel halk tarafından sıklıkla ziyaret edilen bir ot pazarı mevcuttur. Bu pazar, daha çok evsel tüketime yönelik olarak hizmet vermekte; ancak turistik ilgiye açılacak bir potansiyel taşımaktadır. Tüm bu bulgular ışığında, TRB2 Kalkınma Bölgesi'nde yenilebilir otlara yönelik gastronomi duraklarının bölgesel olarak farklılık gösterdiği, Van ve Hakkâri gibi illerin bu alanda ön plana çıktığı, Muş ve Bitlis'in ise gelişime açık olduğu sonucuna varılabilir.

### 3. Aşama



**Kaynak:** Google Earth, 2025.

Tüm bu veriler ışığında, TRB2 Kalkınma Bölgesi'nde yenilebilir otlara yönelik oluşturulacak bir gastronomi ve kırsal turizm rotasının çekirdek noktaları olarak özellikle Van ve Hakkâri illerinin temel alınması uygun görülmektedir. Bu iki ilin hem gastronomik miras hem de ot temelli ekonomik faaliyetler açısından güçlü birer potansiyele sahip olduğu gözlemlenmiştir. Bu kapsamda, Bitlis ve Muş illerinin de destekleyici duraklar olarak rotaya entegre edilmesi, bölgenin genel tanıtımı ve kalkınması açısından bütüncül bir yaklaşım sunacaktır. Rota için güzergâh önerisi ise şehir merkezleri baz alınarak verildiğinde şu şekildedir;

- Rotaya Muş ilinden başlanarak burada özellikle hüsso, pıltan, geven gibi bitkiler kolaylıkla temin edilebilir ve satın alınabilir.
- Ardından rotaya Bitlis ili ile devam edilerek özellikle tatvanda yenilebilir ot pazarından otlar turistler tarafından deneyimlenebilir. Bitlis ilinde ise yoğunlukta bulunan çağ, kenger, bittim ve sebisk gibi yenilebilir otlar kolaylıkla bulunabilir.
- Daha sonra Van iline geçilerek bu bölgede bulunan peynirciler çarşısı ve yenilebilir ot pazarı gezilebilir. Ak pancar başta olmak üzere hemen her bitkiyi burada bulmak mümkündür. Büyük çoğunluğunun ticareti yapıldığından dolayı daha geniş çaplı bir ot envanterine ulaşmak mümkündür.
- Nihayetinde rotanın son durağı olan Hakkâri ili ile başta hegedan olmak üzere birçok bitki temini olabilmektedir. Dağlık bir alan olması nedeniyle bu bölgede bitkilerin endemik olma sıklığı artmaktadır. Ayrıca bölgede bulunan yerel restoranlarda mevsimine göre yapılan yenilebilir ot yemekleri deneyimlenebilir.

Van ilinde, başta Bahçesaray ve Çatak olmak üzere bazı ilçelerde bu otların yalnızca doğadan toplanmadığı, aynı zamanda tarımsal üretiminin de yapıldığı belirlenmiştir. Özellikle ticareti yapılan ot türlerinin (heliz, çağ) ekim alanlarının genişletilmesiyle birlikte bu bölgeler, gastronomi turizminin ötesine geçerek kırsal deneyim turizmi kapsamında da değerlendirilebilecek nitelikte faaliyet alanlarına dönüşmektedir. Şehre gelen ziyaretçilerin bu kırsal alanlarda hem geleneksel ot

toplama süreçlerine katılmaları hem de yerel halkla etkileşim içinde doğal üretim süreçlerini gözlemlemeleri mümkün kılınabilir.

Benzer şekilde, Hakkâri'nin Yüksekova ilçesinde doğal flora'ya dayalı olarak sürdürülen ot toplama faaliyetleri, ziyaretçilere etnobotanik deneyimler sunma potansiyeline sahiptir. Turistler, burada yöre halkı eşliğinde dağlık alanlarda ot toplama etkinliklerine katılabilir, ardından bu otlardan yapılan geleneksel yemeklerin hazırlanma sürecini izleyebilir ya da bu yemekleri birlikte pişirme fırsatı elde edebilirler. Bu tür katılımcı uygulamalar, yalnızca turistik ilginin artmasını sağlamakla kalmaz, aynı zamanda yerel halkın ekonomik kalkınmasına da doğrudan katkı sağlar.

Rota kapsamında Bitlis ve Muş illerinde yer alan geçici ot pazarları, yöresel ürün stantları ve halk mutfağına dair unsurların dahil edilmesiyle daha geniş bir coğrafyaya yayılabilir. Böylece gastronomi temelli bu rota yalnızca tüketimi değil; üretim, toplama, dönüştürme ve kültürel aktarım gibi birçok süreci de içine alan etkileşimli bir turizm modeli olarak yapılandırılabilir.

Hazırlanan gastronomi rotası ile kırsal alanların kalkınması, istihdamın teşvik edilmesi, doğa temelli turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi ve turist profilinin çeşitlendirilmesi hedeflenmektedir.

Bu noktada ayrıca şunlar önerilebilir;

- Rota kapsamında başlangıç noktası olarak Muş ili belirlenerek, Muş ilinde sokak satıcılarıyla doğrudan etkileşim kurulması ve potansiyel kadın kooperatifleriyle iş birlikleri geliştirilmesi planlanabilir.
- Bitlis'te yılın belirli dönemlerinde kurulan ot pazarlarının ziyaret edilmesi ve yerel halktan birebir anlatımlarla gastronomik kültürün deneyimlenmesi sağlanabilir.
- Van ilinde ise Peynirciler Çarşısı'nda alışveriş, yöresel yemek tadımları ve Bahçesaray ile Çatak ilçelerinde yer alan ot tarım alanlarının ziyaret edilmesi gibi etkinlikler önerilebilir.

- Hakkâri'nin Yüksekova ilçesinde ziyaretçilere doğal ortamda ot toplama deneyimi sunulabilir ve bu otlarla hazırlanan geleneksel yemekler tadılabilir. Bu rota önerisi, bölgenin doğal ve kültürel zenginliklerini tanıtarak, sürdürülebilir kırsal turizm için somut adımlar atılmasına imkân tanımakta ve geliştirilmeye açık bir yapı sunmaktadır.
- Yerel ot festivali ile TRB2 Kalkınma Bölgesi'nde yer alan illerde (Van, Bitlis, Hakkâri, Muş) yerel halkın katılımıyla, bölgenin biyolojik çeşitliliğini ve ot temelli mutfak kültürünü tanıtmayı amaçlayan "Yenilebilir Otlar Festivali" her yıl Nisan-Mayıs aylarında, otların doğada en yoğun bulunduğu dönemde düzenlenebilir. Festival kapsamında yöresel otlarla yapılan yemek yarışmaları, bitki tanıma atölyeleri, yerel üreticiler için stant alanları ve gastronomi uzmanlarının katılımıyla panel ve söyleşiler gerçekleştirilebilir.
- Yöresel restoranlar için yenilebilir ot menüsü tasarlanabilir. Bölge restoranları, TRB2 bölgesinde doğal olarak yetişen yenilebilir otları kullanarak mevsimsel ve sürdürülebilir menüler oluşturabilir. Otlu peynirler, ot kavurmaları, otlu börekler, çorbalar, otlu pilavlar ve çaylar gibi hem geleneksel hem de yaratıcı tariflerle zenginleştirilmiş menüler, gastronomi turistlerine özgün tatlar sunar. Bu menüler, bölgenin doğal kaynaklarına dayalı olarak geliştirilip, coğrafi işaret alma potansiyeli taşıyan ürünlerle desteklenebilir.
- Rehber eşliğinde yenilebilir ot trekking rotaları oluşturulabilir. Bölgenin doğal florası içerisinde yer alan yenilebilir otları tanıtmak amacıyla, doğa yürüyüşü ve botanik turizmi temelli "Ot Toplama Turları" organize edilebilir. Bu turlar, alanında uzman rehberler eşliğinde gerçekleştirilerek katılımcılara doğada yetişen otların morfolojik özellikleri, kullanım alanları ve toplama yöntemleri hakkında bilgi verilir. Ayrıca, bu etkinliklerde sürdürülebilir toplama bilinci kazandırılarak doğal kaynakların korunması da teşvik edilir.

- Gastronomi rotasının coğrafi bilgi sistemleri (CBS) ile haritalandırılabilir. Bölgeye özgü yenilebilir otların yayılış alanlarını, kullanım noktalarını ve gastronomiyle ilişkilendirilebilecek yerleşim yerlerini içeren bir Gastronomi Rotası, Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS) aracılığıyla haritalandırılabilir. Bu sayede, yerli ve yabancı turistler için dijital ortamda erişilebilir, görsel ve işlevsel bir rota sunularak bölgenin turistik cazibesi artırılır. Harita üzerinde yer alan her ot noktasında bilgi panoları, QR kodlar ve mobil uygulamalarla desteklenen dijital tanıtımlar da entegre edilebilir.
- QR kod uygulamaları ile otların tanıtımı dijitalleştirilebilir. Bölgedeki otların tanıtımı, ziyaretçilere daha etkili ve sistematik bir biçimde ulaştırılmak üzere QR kod uygulamaları ile desteklenebilir. Her bitki türünün bulunduğu noktalara yerleştirilecek QR kodlar aracılığıyla, bitkinin bilimsel adı, yöresel adları, kullanım alanları, tarif örnekleri ve korunma durumu gibi bilgilere mobil cihazlar üzerinden erişim sağlanabilir. Bu dijital sistem, gastronomi rotasına katılan turistlerin deneyimini zenginleştirirken, eğitim ve farkındalık oluşturma açısından da önemli bir katkı sağlar.
- Ot temalı ürün geliştirme ve markalaşma çalışmaları yapılabilir. Otlu eriştelere, otlu yağlar, kurutulmuş ot karışımları (çay, baharat karışımı vb.), uşgun reçeli, çiriş pestili, kenger sakızı gibi yerel ürünlerin markalaştırılabilir. Bu ürünlerin coğrafi işaret alması için ilgili kurumlara başvurular yapılabilir.

## KAYNAKÇA

**ACAR**, Vedat ve Kağan Karaosmanoğlu (2019). “Çerkes Mutfak Kültürünü Deneyimlemeye Yönelik Bir Tur Önerisi: Düzce İli Örneği”, **International Journal Of Contemporary Tourism Research**, 3(2), 177-197.

**ADİKARİ**, Thakshila ve Thanuja Lakmali (2016). “A Recipe Book of Traditional Sri Lankan food”, **Procedia Food Science**, 6, 60-64.

**AĞLAMAZ SUSUP**, Ayşe Ebru (2018). İzmir'de Gastronomi Turizminin Geliştirilmesine Yönelik Sistemsel Bir Yaklaşım, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.

**AKAN**, Hasan ve Yasemin Bakır Sade (2015). “Kahta (Adıyaman) Merkezi ve Narince Köyü'nün Etnobotanik Açısından Araştırılması”, **BEÜ Fen Bilimleri Dergisi**, 4(2), 219-248.

**AKDU**, Uğur ve Serap Akdu (2018). “Turizm Tanıtımında Gastronomik Değer Vurgusu: Unesco Gastronomi Şehirleri Örneği”, **Journal Of Tourism And Gastronomy Studies**, 6(4), 933-952.

**AKGÖZ**, Erkan, Fatih Varol ve Merve Öksüz (2023). “The Role of Geographically Indicated Products in the Determination of Gastronomy Routes in Konya”. **Yaşar Üniversitesi E-Dergisi**, 18(72), 547-68. <https://doi.org/10.19168/jyasar.1313808>

**AKKOR**, Ömür (2021). **Türkiye Gastronomi Atlası**, Ketebe Yayınları, İstanbul.

**AKSAKALLI BAYRAKTAR**, Zuhâl (2021). Gastronomi Turizmi Kaynağı Olarak Gastronomi Rotaları: Schleswig-Holstein Peynir Rotası Örneği Üzerinden Kars Peynir Rotası Model Önerisi. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

**AKSAKALLI BAYRAKTAR**, Zuhâl; Peynir Rotaları, **Gastronomi Deneyiminde Rotalar ve Festivaller**, Ed. Gülizar Akkuş, 1. Baskı, Nobel Yayın Grubu, Ankara, 2022,95-136.

**AKKUŞ**, Gülizar (2017). **Deneyimsel Turizm**, Ankara: Sage Yayıncılık.

**AKTAŞ**, Ahmet ve Bahattin Özdemir (2012). **İçki Teknolojisi**, Ankara: Detay Yayıncılık.

**ALAEDDİNOĞLU** Faruk, Hakkârî'nin Coğrafi Özellikleri, **HAKKÂRİ**, Ed. Mehmet Top, ANIT MATBAA, Ankara, 2010, ss.15-54.

**ALAEDDİNOĞLU**, Faruk (2013). Van İlinde Turizmin Arz Kaynakları “Çekicilikler”, Van Turizmi Geleceğini Arıyor Çalıştayı, Van, 19-20 Aralık 2013, ss. 61-103.

**ALAEDDİNOĞLU**, Faruk ve Meryem Samırkaş Komşu (2017). “TRB2 Bölgesi Turizminin Rekabet Gücü Üzerine Bir Alan Araştırması”, **Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 7(2), 428-448.

**ALEBAKİ**, Maria ve Olga Iakovidou (2010). “Segmenting the Greek Wine Tourism Market Using a Motivational Approach”, **New Medit**, 9(4): 31-40.

**ALKAN**, Adnan (2018). “An Alternative Tourism Route: Kurtalan Express”, **Journal of Tourism and Gastronomy Studies**, 6(4), 1016-1038. DOI:10.21325/jotags.2018.346

**ALONSO**, Abel Duarte ve Jeremy Northcote, (2010). The Development of Olive Tourism in Western Australia, *International Journal of Tourism Research*, 12, 696–708.

**ALTUNIŞIK**, Remzi ve diğerleri Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., ve Yıldırım, E. (2015). **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı**, Sakarya Yayıncılık, Sakarya.

**ANDIŇÇ**, Seval ve diğerleri (2009). “Some Chemical Characteristics of Edible Wild Rhubarb Species (*Rheum Ribes L.*)”, **Research Journal of Agriculture and Biological Sciences**, 5(6), 973-977.

**ARINÇ**, Kenan (2017). “Unesco Yaratıcı Kentler Ağı İçin Bir Öneri: Bitlis Gastronomi Kenti”, **Electronic Turkish Studies**, 12(29), 87-106.

**ARSLAN**, Ömer (2018). “Muş İli Özelinde Doğal Tarım ve Hayvancılığa Dayalı Sürdürülebilir Bir Ekonomik Gelişim”, **Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 6(1), 75–90.

**ATOCHE-SİLVA**, Luz Angélica ve diğerleri (2024). “The Gastronomic Industry: A Line Of Sustainable Tourism. Migration Letters”, 21(S2), 966-975.

**AYDEMİR**, Durmuş Ali (2023). Yöresel Gastronomik Ürünlerin Değerlendirme Kriterleri ile Analizi ve Coğrafi Bilgi Sistemleri Aracılığıyla Kapadokya Bölgesi Gastronomi Rotalarının Geliştirilmesi (Doktora Tezi) Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

**AYDIN**, Melih, Hatice Sarı Gök ve Simge Şalvarcı (2022). “Does Gastronomy Brand Image Affect The Perceived Emotional Value And Tour Satisfaction?”, **Enlightening Tourism. A Pathmaking Journal**, 12(1), 366-397.

**BARRERA** Ernesto ve Olivia Bringas Alvarado O (2009). “Rutas Alimentarias: una estrategia de negocios inclusivos que vincula las políticas agrarias y turísticas (Food

Routes: An Inclusive Business Strategy That Links The Agricultural and Tourism Policies)", *Études caribéennes*, (13-14). DOI: 10.4000/etudescaribeennes.3828

**BAYAR**, Saadet (2020). Gaziantep Geleneksel Kent Dokusu'nda Gastronomi Rotasının Belirlenmesi ve Gast(Ro)Ta Önerisi (Yüksek Lisans Tezi) Hasan Kalyoncu Üniversitesi

**BAYTOP** Turhan (1984). **Türkiye'de Bitkilerle Tedavi**. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.

**BEAMES**, Geoffrey (2003). The Rock, the Reef and the Grape: The Challenges of Developing Wine Tourism in Regional Australia. *Journal of Vacation Marketing*, 9(3): 205-212.

**BELASCO**, Warren (2008). **Food: The Key Concepts**. Oxford: Berg

**BELLİ** Oktay (1982). Urartular, **Anadolu Uygarlıkları**, Görsel Yayınları, C.1, Ankara, ss.140-209.

**BELLİ**, Oktay, Van Yoncatepe Kalesi ve Nekropolü Kazıları. **Türkiye Arkeolojisi ve İstanbul Üniversitesi**, Ed. Oktay Belli, 2000, Ankara, s. 181-190.

**BELLİ**, Güzin Sühran ve Oktay Belli (2009). Evliya Çelebi'ye Göre 17. Yüzyılın Ortalarında Van Bölgesi Mutfak Kültürü ve Yemekleri, V. Uluslararası Van Gölü Havzası Sempozyumu, 09-13 Haziran 2009, Van, ss. 695-699.

**BERBEL-PINEDA**, Juan M. ve diğerleri (2019). "Gastronomic Experience As A Factor Of Motivation İn The Tourist Movements", **International Journal of Gastronomy and Food Science**, 18, 100171.

**BERG**, Bruce L. (2001). **Qualitative Research Methods for the Social Sciences** (4th ed.), Boston: Allyn & Bacon.

**BERG**, Bruce L. ve Howard Lune (2001). **Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri**, Çev. Hasan Aydın. Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları.

**BJÖRK**, Peter ve Hannele Kauppinen-Räisänen (2014). "Culinary-Gastronomic Tourism-A Search For Local Food Experiences", **Nutrition & Food Science**, 44(4), 294-309.

**BOYNE**, Steven, Derek Hall ve Fiona Williams (2003). "Policy, Support and Promotion for Food- Related Tourism Initiatives: A Marketing Approach to Regional Development", **Journal of Travel & Tourism Marketing**, 14(3-4), 131-154.

**BRAKMAN**, Steven, Harry Garretsen, Marc Schramm (2006), "Putting New Economic Geography to the Test: Free-ness of Trade and Agglomeration in the EU Regions", **Regional Science and Urban economics**, 36(5), 613-635.

**BRAMWELL, D.** (2002). "How many plant species are there", **Plant Talk**, 28, 32-34.

**BRAUN, Victoria ve Virginia Clarke** (2013). **Successful Qualitative Research: A Practical Guide For Beginners**, Sage.

**BRILLANT-SAVARIN, Jean-Anhelme** (1994). **La Physiologie du Gout**. Penguin, London (Anne Drayton, Trans.; As the Physiology of Taste, 1. Baskı (1826). London: Penguin.

**BRUWER, Jahan** (2003). "South Africa Wine Routes: Some Perspectives on the Wine Tourism Industry's Structural Dimensions And Wine Tourism Product", **Tourism Management**, 24, 423-435.

**BUKHAROV, Igor ve Svetlana Berezka** (2018). "The Role Of Tourist Gastronomy Experiences In Regional Tourism In Russia", **Worldwide Hospitality and Tourism Themes**, 10(4), 449-457.

**BÜYÜKİPEKÇİ, Büşra** (2019). *Gastronomi Turizmi Açısından Mevlevi Mutfağının Konya Turizmine Katkısı, (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi.*

**CARLSEN, Jack ve Ross Dowling, R.** (2001). "Regional Wine Tourism: A Plan of Development for Western Australia", **Tourism Recreation Research**, 26(2), 45-52.

**CHEUNG, Sidney C.** (2013). "From Foodways to intangible Heritage: A Case Study of Chinese Culinary Resource", **Retail and Recipe in Hong Kong, International Journal of Heritage Studies**, 19(4), 353-364.

**COHEN, Erik ve Nir Avieli** (2004). "Food in Tourism: Attraction and Impediment", **Annals of Tourism Research**, 31(4), 755-778.

**CONGCONG, Tang** (2014). "The study of festival tourism development of Shanghai", **International Journal of Business and Social Science**, 5 (4), 52-58.

**CORBİN, Juliet ve Anselm Straus** (2015). **Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory**. (4. Baskı). SAGE Publications.

**CORREIA, Antònia ve diğerleri** (2008). "The Determinants Of Gastronomic Tourists' Satisfaction: A Second-Order Factor Analysis", **Journal of Foodservice**, 19(3), 164-176.

**CORREIA, Luís Ferreira ve Steve Charters** (2004). "Wine Routes in Portugal: A Case study of the Bairrada Wine Route", **Journal of Wine Research**, 15(1), 15-25.

**CRESWELL, John W.** (2016). **30 Essential Skills For The Qualitative Researcher**. Sage.

**CRESWELL**, John W. (2013). **Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches** (3. baskı), Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

**CRESWELL**, John W. (2023). **Nitel Araştırma Yöntemler Beş Yaklaşımına Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni**, Ankara: Siyasal Kitabevi.

**CSAPODY**, Bence (2024). “Online Content Analysis Focusing On Local Ingredients And Food Culture: A Study Of Selected Food Festival Websites”, **Turizmus Bulletin**, 4-14.

**CULINARY BACKSTREETS** (2025). <https://culinarybackstreets.com/tours-food-tours/tours-istanbul/2016/two-mar-> (Erişim Tarihi: 02.15.2025).

**CUNHA**, Sandra (2018). “Gastronomic tourism, a differential factor”, **Millenium**, 05, 93-98 <https://doi.org/10.29352/mill0205.09.00157>

**ÇAKIR**, Ali, Gürsel Ciftci ve Gülay Çakır (2017). “Trakya Turizm Rotası Projesi: Lezzet Rotası Üzerine Bir Değerlendirme”, **Journal of Tourism And Gastronomy Studies**, 5(2), 194-205.

**ÇAKIR**, Tuğba (2017). Şehir Markalaşmasında Gastronomi Pazarlamasının Önemi ve Van Örneği, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Nişantaşı Üniversitesi, İstanbul.

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

**ÇAVUŞOĞLU**, Mehmet ve Olena Çavuşoğlu (2018). “Gastronomi turizmi ve Gökçeada lezzet rotası”, **Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi**, 2(Ek1), 347-359.

**ÇELEBİ**, Mustafa (Ed.). (2022). **Nitel Araştırma Yöntemleri**, Pegem Akademi Yayıncılık.

**ÇETİN**, Merve, Hüsne Demirel ve Kadir Çetin (2019). “Gastronomi konulu festivaller: Türkiye örneği”, **VIII. National IV. International Eastern Mediterranean Tourism Symposium**. 882-893.

**DAKA** (2014). **TRB2 Bölgesi Mevcut Durum Analizleri**, <https://www.daka.org.tr/panel/files/files/yayinlar/mda-2024.pdf>, (Erişim Tarihi: 12.11.2024).

**DAKA** (2023). **TRB2 Bölgesi 2013-2023 Bölge Planı**, [https://www.daka.org.tr/panel/files/files/yayinlar/trb2\\_2014\\_2023\\_bp.pdf](https://www.daka.org.tr/panel/files/files/yayinlar/trb2_2014_2023_bp.pdf), (Erişim Tarihi: 12.11.2024).

**DAKA** (2025). **Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı**, <https://www.daka.org.tr/icerikler/hakkimizda> (Erişim Tarihi: 06.01.2025).

**DAMAYANTI**, Maya ve diğerleri (2024). “Contribution Of Gastronomy Tourists To The Ecological Footprint In Salatiga”, **IOP Conference Series: Earth and Environmental Science**, 14(1), 012085.

**DAŞDEMİR**, Ayşegül (2021). Van İli Mutfak Kültürünün Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi. **Journal of Silk Road Tourism Research**, 1(1), 62-75.

**DAVRAS** Özgür, İsmail Özperçin (2021). “The relationships of motivation, service quality, and behavioral intentions for gastronomy festival: the mediating role of destination image”, **Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events**, 15(4), 451-464 [Doi: 10.1080/19407963.2021.1968881](https://doi.org/10.1080/19407963.2021.1968881)

**DEMİR**, İbrahim (2020). “A Study on Wild Edible Plants for Human Consumption in Hızan County of Bitlis, Turkey”, **Bangladesh J. Plant Taxon**, 27(2), 377-389.

**DEMİRCİ**, Barış ve Batuhan Aktepe (2021), “Türkiye’de yenilebilir bitkilerle ilgili yapılan araştırmaların bibliyometrik analizi”, **Journal of Global Food Research**, 2(1), 14-39.

**DEMİRCİ**, Barış ve Berkay Çal (2024). “Türkiye’deki Yenilebilir Otların Haritalandırılması”, **Akademik MATBUAT**, 8(1).

**DENİZ**, Elif ve Bedrettin Bedir (2017). Havacılık Ulaşımında Niş Pazarlama Stratejilerinin Kullanılması: Panjet (Pan Aviation) Örneği. **Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi**. 5(57): 170-191.

**DENİZ**, Orhan (2008). “Van Gölü Güney Kıyılarının Ekoturizm (Mavi Tur) Amaçlı Değerlendirme Olanakları”, **Doğu Coğrafya Dergisi**, 13(20), 183-194.

**DENİZ**, Orhan (2009). Van Kent Merkezine Yapılan Göçler ve Göçün Kentsel Gelişim Üzerine Etkisi. **Tücaum V. Ulusal Coğrafya Sempozyumu**, 16-17.

**DENZIN**, Norman K. ve Yvonna S. Lincoln (2018). **The SAGE Handbook Of Qualitative Research**, Thousand Oaks: SAGE.

**DEVECİ**, Bilal ve Bahar Deveci (2021). Gastronomi Turizmi Rotaları ve Turları, **Gastronomi Turizmi Kavramlar, İlkeler ve Uygulamalar**, Ed. Serkan Şengül ve Alper Kurnaz, Ankara: Detay Yayıncılık, ss. 103-149.

**DOĞAN**, Süleyman (2016). Gevaş (Van) İlçesinde Yöresel Olarak Taze Tüketilen Bazı Yabani Bitkiler ve Besin Değerlerinin Belirlenmesi, (Yüksek Lisans Tezi), Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Van.

**DÖLEK**, İskende ve Fuat Şaroğlu (2017). “Geositesto Be Used In Terms Of Geotourism in Muş Province and Its Surroundings”, **Firat University Journal of Social Sciences**, 27(2), 1-16. <https://doi.org/10.18069/firatsbed.346467>

**DÖNER**, Berken (2019). Azınlıkların gündelik yaşamında kültürel süreçler: İstanbul örneği (Moda, Tatavla, Samatya, Burgazada), (Yayımlanmamış doktora tezi), Kocaeli Üniversitesi.

**DURLU ÖZKAYA**, Fügen ve Cömert, Menekşe (2011). Türk mutfağında yer alan yemek grupları ve zeytinyağının önemi. “International Symposium on Kazdağları (Mount Ida) and Edremit” IKES 2011 proceeding book, ed. Recep Efe, Münir Öztürk and İbrahim Atalay., Mayıs, 2011, 434-448, Edremit, Balıkesir.

**DURLU ÖZKAYA**, Fügen ve Mücahit Taha Özkaya (2017). Türk Mutfağında Zeytin ve Zeytinyağı Kültürü, **Sofralık Zeytin ve Zeytinyağı Teknolojisi**, Ed. Erkan Susamcı, Semih Ötleş ve Harun Dıraman, ss. 395-412. Zeytincilik Araştırma Enstitüsü Yayını.

**DÜNDAR**, Alev (2015). “An Approach To Culinary Tourism Development İn Turkey”, **Journal of Toursim and Hospitality Management**, 377-386.

**EKERİM**, Fatih (2020). Türkiye Gastronomi Rotaları ve Haritalandırılması (Yüksek Lisans Tezi) Kastamonu Üniversitesi.

**EKİM T.** (1990). **Türkiye'nin Biyolojik Zenginlikleri**. Türkiye Çevre Sorunları Vakfı Yayını. Ankara.

**ERCİYAS**, Nisa ve İlkay Yılmaz (2021). “Gastronomi Turizminin Gelişiminde Gastronomi Festivalleri ve Türkiye'deki Mevcut Durum”, **ART/Icle: Sanat ve Tasarım Dergisi**, 1(1), 91-108.

**ERMOLAEV**, Vıladimir A., Natalia Yashalova ve Dmitry A. Ruban (2019). “Cheese as a Tourism Resource in Russia: The First Report and Relevance to Sustainability”, **Sustainability**, 11(19), 5520.

**ERTAŞ**, Kasım (2017). “19. Yüzyılda Bitlis'te Ermeniler ve Toplumsal Hayattaki Konumları”, **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**, 16(60), 217-233.

**ERTAŞ**, Numan (2019). “Düzey 2 Sınıflandırmasına Göre Mevcut Hayvancılık Durum Analizi, Mekânsal ve Zamansal Dağılışı: TRB2 Örneği”, **Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 44, 11-39.

**ERTAŞ**, Yasemin ve Makbule Gezmen Karadağ (2013). “Sağlıklı Beslenmede Türk Mutfak Kültürünün Yeri”, **Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi**, 2(1), 117-136.

**ERTUĞ**, Füsün, Bozkır Etnobotaniği, *Alıç Ağacının Gölgesinde Anadolu Bozkırları*, Ed. Tuna Ekim ve Mutlu Kar Gür, Türkiye İşbankası Kültür Yayınları, İstanbul, 2019, ss. 141-179.

**EUROSTAT** (2025). **Nuts-Nomenclature Of Territorial Units For Statistics** <https://ec.europa.eu/eurostat/web/nuts/overview> (Erişim Tarihi: 06.01.2025).

**FLİCK**, Uwe (2014). **An Introduction To Qualitative Research**, New York: Sage.

**FUSTÉ-FORNÉ** Francesc (2015). “Cheese Tourism in a World Heritage Site: Vall de Boí (Catalan Pyrenees)”, **European Journal of Tourism Research**, 11, 87-101.

**FUSTÉ-FORNÉ** Francesc (2016). “El queso como recurso turístico para el desarrollo regional: la Vall de Boí como caso de estudio”, **PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, 14(1), 243-251. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2016.14.016>

**FUSTÉ-FORNÉ** Francesc (2020). “Savouring Place: Cheese as a Food Tourism Destination Landmark”, **Journal of Place Management and Development**, 13(2), 177-94.

**GASTRO GO TÜRKİYE**. (2021). **Routes Gastro**, <https://gogastroturkiye.com/> (Erişim Tarihi: 0101.2025).

**GATTİ**, Silvia ve Fabrizio Incerti (1997). “The Wine Routes as an Instrument for the Valorisation of Ty. pical Products and Rural Areas”, Typical and Traditional Productions: Rural Effect and Agro-industrial Problems, Seminar - Parma, June, 19-21.

**GAZİOĞLU ŞENSOY**, Ruhan İlknur ve Ali Tutuş (2017). “Tarih Boyunca Van İli ve Çevresinde Bağcılık Kültürü”, **Yüzüncü Yıl Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi**, 22(1), 56-63.

**BRİSSON**, Geneviève ve Rocci Luppigini (2015). "Branding Prince Edward County as a Gastronomic Niche Tourism Destination: A Case Study", **International Journal of Social Ecology and Sustainable Development (IJSESD)**, 6(2), 1-19.

**GOOGLE** **EARTH**, 2025. [https://earth.google.com/web/@44.30442545,10.2460172,1217.11089761a,602080.71135753d,35y,-0h,0t,0r/data=CgRCAggBQgIIAEoNCP\\_wEQAA](https://earth.google.com/web/@44.30442545,10.2460172,1217.11089761a,602080.71135753d,35y,-0h,0t,0r/data=CgRCAggBQgIIAEoNCP_wEQAA) (Erişim Tarihi: 30.06.2025).

**GOKCE**, Bilcan (2016). Urartu'da Yemek Kültürü. **Journal of Human Sciences**, 13(2), 2656-2667.

**GÖKDENİZ**, Ayhan ve diğerleri (2015). “Gastronomi Turizmi: Ayvalık’a Yerli Turistler Üzerinde Görgül Bir Araştırma”, **Journal of Tourism and Gastronomy Studies**, 3(1).

**GLEISBERG**, Wolfgang (1938). **Türkiye Bağcılığı Üzerinde Araştırmalar**. I. Ziraat Vekaleti Neşriyatı.

**GREGORASH**, Bill (2018). “Understanding Authenticity Within Gastronomic Experience, Authenticity And Tourism”, **Tourism Science Series**, 24(Emerald Publishing Limited), 145-163.

**GUZMÁN**, A. (2020) Study of the impact of souvenirs on the tourism promotion of the Ambato canton. (Bachelor’s Thesis in Tourism and Hospitality). Technical University of Ambato. Ambato-Ecuador.

**GÜLBAY**, Yasin (2007). Turizm Tur Güzergahlarının CBS Kullanılarak Etkileşimli Tasarlanması, Fethiye Örneği (Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi.

**GÜNEŞ**, Mehmet Emin (2021). Muş İli Merkez İlçesi ve Köylerinde Etnobotanik Araştırmalar (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi) Bitlis Eren Üniversitesi.

**GÜNDÜZ**, Cemil ve diğerleri (2024). “Culinary Tourism: Exploring Cultural Diplomacy Through Gastronomy Festivals In Turkey And Italy”, **British Food Journal**, 126(7), 2621-2645.

**GÜNGÖR**, Fatma (2002). Yabani Olarak Yetişen Çiriş (Eremurus Spectabilis (Bieb.) Fedtsch.), Çaşır (Prangos Ferulacea İndl.) Ve Sarı Çaşır (Hippomarathrum Microcarpum Bieb.) Bitkilerinin Morfolojik ve Biyolojik Özellikleri ile Kültüre Alınabilme İmkanları Üzerine Araştırmalar, (Doktora Tezi), Erzurum.

**GÜRSOY**, Deniz (2014). **Deniz Gürsoy'un Gastronomi Tarihi**, İstanbul: Oğlak Yayıncılık.

**GÜZEL SAHİN**, Gonca (2015). “Gastronomy Tourism as an Alternative Tourism: An assessment on the Gastronomy Tourism Potential of Turkey”, **International Journal of Academic Research in Business and social sciences**, 5(9), 79-105.

**HALL**, Colin Michael ve Liz Sharples (2003). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste, **Food tourism around the world; development, management, and markets**, Ed. Colin Michael Hall, Sharples Liz, Richard Mitchell, Niki Macionis ve Brock Cambourne, 1-24. Oxford: Butterworth Heinemann.

**HAN**, Yan, Hongzhi Guan ve Jiaying Duan (2014). “Tour route multiobjective optimization design based on the tourist satisfaction”, **Discrete Dynamics in Nature and Society**, Article ID 603494. <https://doi.org/10.1155/2014/603494>

**HASHİMOTO**, Atsuko ve David J. Telfer (2003). “Positioning an Emerging Wine Route in the Niagara Region: Understanding the Wine Tourism Market and its Implications for Marketing”, **Journal of Travel & Tourism Marketing**, 14(3-4), 61-76.

**HASTAOĞLU**, Emre, Melda Erdoğan ve Mustafa Işkın (2021). “Gastronomi Turizmi Kapsamında Türkiye 155 Peynir Çeşitliliği Haritası”, **Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 25(3), 1084-1113.

**HATİPOĞLU**, Aysu (2010). İnançların Gastronomi Üzerine Etkileri: Bodrum’daki Beş Yıldızlı Otellerin Mutfak Yöneticilerinin Görüşlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Sakarya Üniversitesi.

**HENDERSON**, Joan C. (2016). “Local and Traditional or Global and Modern? Food and Tourism in Singapore”, **Journal of Gastronomy and Tourism**, 2(1), 55-68.

**HJALAGER**, Anne Mette ve Greg Richards(2002) **Tourism and Gastronomy**. London and New York: Routledge.

**HORNG**, Jeou- Shyan ve Chen-Tsang Tsai (2011). “Culinary Tourism Strategic Development: An Asia-Pacific Perspective”, **International Journal of Tourism Research**, 14(1), 40-55.

**IGNATOV**, Elena ve Stephen Smith (2006). “Segmenting Canadian Culinary Tourists”, **Current Issues in Tourism**, 9, (3) 235-255.

**İŞILDAR**, Pınar ve Ozay Yıldız, O. (2020). “İzmir Craft Beer Trail”, **Universal Journal of Management**, 8(5), 209-219.

**İŞİN**, Priscilla Mary (2019). **Avcılıktan gurmeliğe yemeğin kültürel tarihi**. Yapı Kredi Yayınları.

**İYİĞÜN**, Özgül ve Zeki Özer (2001). “Muş ve Yöresinde Gıda Olarak Kullanılan Yabancı Otlar”, **Türkiye Herboloji Dergisi**, 4(2), 66-73.

**JALİS**, Mohd Hairi, Deborah Chea ve Kevin Markwell (2014) “Utilising local cuisine to market Malaysia as a tourist destination”, **Procedia- Social and Behavioral Sciences** 144,102-110.

**KALKINMA AJANSLARI** (2025) **Kalkınma Planlamasında İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflandırması**, <https://ka.gov.tr/sayfalar/kalkinma-planlamasinda-istatistikî-bolge-birimleri-siniflandirmasi--> (Erişim Tarihi: 24 06.01.2025).

**KAMAN**, Gizem Sultan (2024). “Turizm Tanıtım Faaliyetlerinde Türk Mutfak Kültürüne Ait Unsurların İncelenmesi”, **Business & Management Studies: An International Journal**, 12(4), 780-793.

**KARASAR**, Niyazi (2014). **Bilimsel Araştırma Yöntemi**, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

**KARATAŞ**, Zeki (2015). “Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri”, **Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi**, 1(1).

**KARDAŞ** Canser (2019). “Muş'ta Yabani Bitkilerin Halk Hekimliğinde Kullanılması”, **Lokman Hekim Dergisi**, 9 (1), 85-96.

**KARGİGLİOĞLU**, Şaban, Gül Erkol Bayram ve Yavuz Çetin (2019). “Gastronomi Turlarının Coğrafi İşaretli Ürünler Aracılığı ile Oluşturulması: Batı Karadeniz Turları Örneği”, **Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research**, 3(4), 624-639. <https://doi.org/10.32958/gastoria.585792>

**KAŞTAN**, Yüksel ve Seda Alpaslan (2022). “Cumhuriyet Döneminde Muş'ta Tarım Alanındaki Gelişmeler”, **Journal of Internabonal Social Research**, 15(91), 44-61.

**KEMALOĞLU**, Muhammet (2011). “Terekeme-Karapapak Türkleri ve yemek kültürü (Muş-Bulanık çevresinde)”, **Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 4(2), 415-438.

**KILIÇ**, Selim (2013). “Örnekleme yöntemleri”, **Journal of Mood Disorders**, 3(1), 44-6. <https://doi.org/10.5455/jmood.20130325011730>

**KIRAN**, Evren ve İsmail Kızılırmak; Şehir Bazlı Gastronomi Rotaları, **Gastronomi Deneyiminde Rotalar ve Festivaller**, Ed. Gülizar Akkuş, 1. Baskı, Nobel Yayın Grubu, Ankara, 2022, 199-220.

**KIZILGEÇİ**, Çiğdem (2019). Gastronomi Turizminin Alternatif Turizm Ürünü Olarak Değerlendirilmesi: Mardin İlinde Bulunan İşletmelere Yönelik Bir Uygulama, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.

**KIZILIRMAK**, İsmail, Merve Ofluoğlu ve Leyla Şişik (2016). “Türkiye’de Uygulanan Gastronomi Turları Rotalarının Web Tabanlı Analizi ve Değerlendirilmesi”, **Journal of Tourism and Gastronomy Studies**, 4, 258-269.

**KİVELA**, Jaksa ve John C. Crotts (2005). “Gastronomy Tourism: A Meaningful Travel Market”, **Journal of Culinary Science and Technology**, 4(2), 29- 55.

**KİVELA**, Jaksa ve John C. Crotts (2006). “Tourism And Gastronomy: Gastronomy’s Influence On How Tourists Experience A Destination”, **Journal of Hospitality and Tourism Research**, 30(3), 354-377.

**KO**, Sanha (2015). Food Tours in Korea: An Investigation of Foreign Tourists’ Perceptions of Food Tour Service Attributes. (Unpublished doctoral dissertation), California State Polytechnic University. Pomona, USA.

**KO**, Sanha ve diğeri (2018). "An Exploration of Foreign Tourists' Perceptions of Korean Food Tour: A Factor-Cluster Segmentation Approach", **Asia Pacific Journal of Tourism Research**, 23(8), 833-46. <https://doi.org/10.1080/10941665.2018.1494613>

**KÖKLER**, Neslihan ve Neslihan Çetinkaya (2022). "Yenilebilir yabancı bitkilerin gastronomik açıdan değerlendirilmesi: Erzurum Uzundere örneği", **Turar Turizm Ve Araştırma Dergisi**, 11(1), 50-74.

**KÖNEZ AĞZİKÜÇÜK**, İlknur (2023). Giresun'da Bulunan Su Değirmenlerinin Gastronomi Rotası Olarak Değerlendirilmesi Üzerine Nitel Bir Araştırma (Yüksek Lisans Tezi) Giresun Üniversitesi.

**KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI**, (2023). **Türkiye Turizm Stratejisi**, [https://kuzka.gov.tr/dosya/turizm\\_stratejisi\\_2023.pdf](https://kuzka.gov.tr/dosya/turizm_stratejisi_2023.pdf) , ss. 48- 74, (Erişim Tarihi: 01.12.2024).

**KVALE**, Steinar ve Svend Brinkmann (2009). **Interviews: Learning The Craft Of Qualitative Research Interviewing**, Thousand Oaks: Sage Publications.

**LECOMPTE**, Margaret D. ve Judith Preissle Goetz (1982). "Problems of reliability and validity in ethnographic research", **Review of educational research**, 52(1), 31-60.

**LEE**, Insun ve Charles Arcodia (2011). "The Role of Regional Food Festivals for Destination Branding", **International Journal of Tourism Research**, 13, 355-367. <https://doi.org/10.1002/jtr.852>

**LİAMPUTTONG**, Pranee (2013). **Qualitative Research Methods (4th ed.)**, South Melbourne: Oxford University Press.

**LİGNON-DARMAİLLAC**, Sophie (2009). **L'oenotourisme en France. Nouvelle valorisation des vignobles**. Analyse et bilan. Bordeaux: Éditions Féret.

**LİN**, Xinyue ve diğeri (2024). "Cultural routes as cultural tourism products for heritage conservation and regional development: a systematic review", **Heritage**, 7, 2399-2425. <https://doi.org/10.20944/preprints202404.0407.v1>

**LLOYD**, Seton (1989). **Ancient Turkey, A Traveller's History**. British Museum Press, London, s. 240.

**LONG**, Biyue, Noor Suhaila Yusof ve Muna Azmy (2024). "Factors Influencing The Development Of Food Tourism Destinations: Evidence From China", **International Journal of Religion**, 5(11), 1589-1612.

**MARSHALL**, Catharine ve Gretchen B. Rossman (2014). **Designing Qualitative Research**, New York: Sage.

**MAXWELL**, Rahsaan ve Michaela Desoucey (2015). “Gastronomik Kozmopolitizm: Süpermarket Ürünleri Fransa ve Birleşik Krallık”, **Poetika**, 1-13.

**MAXWELL**, Joseph Alex (2012). **Qualitative Research Design: An Interactive Approach**, Thousand Oaks: SAGE.

**MWANGI**, Grace ve Joseph Mwalongo (2023). “Exploring The Role Of Communication In Enhancing The Gastronomic Tourism Experience”, **Journal of Digital Marketing and Communication**, 3(1), 28-35. <https://doi.org/10.53623/jdmc.v3i1.248>

**MEACCI**, Luca ve Giovanni Liberatore (2015). “Towards A Senses-Based Model For Experiential Tourism: The Youtooscan.Com Case”, In **International Conference on Experiential Tourism**, Santorini.

**MERRIAM**, Sharan B. (2009). **Qualitative Research: A Guide To Design And Implementation**, Hoboken, New Jersey: Jossey-Bass.

**MEYER D** (2004) Tourism Routes and Gateways: Key issues for the development of tourism routes and gateways and their potential for Pro- Poor Tourism. Yurtdışı Kalkınma Enstitüsü.

**MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE**, Genoveva Millán, Emilio J. Morales Fernández, ve Eva M. Agudo Gutiérrez (2010). “El Oleoturismo Como Motor De Desarrollo Rural: La Denominación De Origen De Montoro-Adamuz”, **Mundo agrario**, 11(21).

**MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE**, Genoveva, Juan Manuel Arona Fuentes ve Luis Amador Hidalgo (2017). “Olive Oil Tourism: Promoting Rural Development in Andalusia (Spain)”, **Tourism Management Perspectives**, 21, 100-108.

**MILLÁN**, Genoveva Dancausa ve Genoveva Millán Vázquez de la Torre (2022). “Quality Food Products as a Tourist Attraction in the Province of Córdoba (Spain)”, **International Journal of Environmental Research and Public Health (IJERPH)**, 19(9).

**MOIRA**, Polyxeni, Dimitrios Mylonopoulos ve Georgia Konstantinou (2021). “Tourists, Pilgrims and Cultural Routes: The Case of the Kumano Kodo Route in Japan”, **International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage**, 9(3), 36-48, <https://doi.org/10.21427/YZPE-2K40>

**MURGADO**, Eva Maria ve diğerleri (2011). El Aceite de Oliva Como Elemento Nuclear Para el Desarrollo del Turismo, **Turismo Gastronómico: Estrategias de Marketing y Experiencias de Éxito**, Ed. Carlos Flavián and Carmina Fandos, Prensas Universitarias de Zaragoza, Zaragoza, ss.191-220.

**MURGADO**, Eva Maria (2013). Turning Food into a Gastronomic Experience: Olive Oil Tourism, Options Mediterranean's, No:106, 97-109.

**MUSLU**, Mücahit ve Funda Şensoy (2020). "Muş Yemeklerinin Beslenme Antropolojisi Bağlamında Değerlendirilmesi", **Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 8(UMS'20), 21-27. <https://doi.org/10.18506/anemon.832136>

**MUTLU**, Hülya (2022). Afyonkarahisar Gastronomi Envanteri Oluşturularak Gastronomi Rotalarının Belirlenmesi, (Doktora Tezi), Afyon Kocatepe Üniversitesi.

**NAVARRO**, Virginia ve diğerleri (2012). "Cooking and nutritional science: Gastronomy goes further", **International Journal of Gastronomy and Food Science**, 1, 37- 45.

**NİCOLETTİ**, Sandra ve diğerleri (2019). "Motivations Of The Culinary Tourist In The City Of Trapani, Italy", **Sustainability**, 11(9), 2686. <https://doi.org/10.3390/su11092686>

**OCAK**, Elvan ve diğerleri (2021). "Yerel Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği Kapsamında Van Gastronomi Rotası Önerisi", **Journal of Tourism and Gastronomy Studies**, 9 (4), 2655-2669.

**OĞUZ**, Fatma ve Işık Tepe (2017). "Yüksekova (Hakkâri) Yöresinde Halk Tababetinde Kullanılan Bitkiler ve Kullanım Alanları", **Turkish Journal of Weed Science**, 20(2), 28-37.

**OKUMUS**, Fevzi ve Bob Mc Kercher (2007). "Incorporating Local And International Cuisines In The Marketing Of Tourism Destinations: The Cases Of Hong Kong and Turkey", **Tourism Management**, 28(1), 253-261. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.12.020>

**ONUR**, Neslihan (2021). "Gastronomi Turizmi ve Hatay Lezzet Rotası", **Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi**, 3(2), 150-162.

**OYBAK DÖNMEZ**, Emel (2002). Arkeobotanik Çalışmaların Işığında Tarih Öncesi Anadolu'da Asma. Türkiye 5. Bağcılık ve Şarapçılık Sempozyumu. 5-9 Ekim. Nevşehir. 22-30.

**QUEELING**, Leong ve diğerleri (2017). "An Integrated Structural Model Of Gastronomy Tourists' Behaviour", **International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research**, 11(4), 573-592. <https://doi.org/10.1108/ijcthr-05-2016-0047>

**ÖZÇELİK** Hasan (1989). "Van ve Yöresinde Süt Mamüllerinin Hazırlanmasında Yararlanılan Bitkilerin Kullanılışları Üzerine Bir Araştırma", **TÜBİTAK, DOĞA, Türk Tarım ve Ormanlık Dergisi**, 13, 356-360.

**ÖZERSİN**, Uğur (2019). Gastronomi Turizminin Destinasyon İmajı ve Destinasyon Seçimine Etkisi: Çeşme Örneği, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

**ÖZGEN**, Özden (2016). “Hakkâri Bölgesinde Yaşamış Dini Topluluklar”, **Assam Uluslararası Hakemli Dergi**, 3(6), 33-53.

**ÖZGEN**, Necmiye Nida (2020). Gastronomi turizmi festivalleri ve İzmir ili örneğinde festivallerin değerlendirilmesi, (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.

**ÖZKAYA**, Mücahit Taha ve diğerleri (2018). “Anadolu Da Zeytin ve Zeytinyağlı Yemekler Rotası”, **Journal Of Tourism And Gastronomy Studies**, 6(3), 263-274.

**ÖZTÜRK M**, Özçelik H. (1991). **Doğu Anadolu'nun Faydalı Bitkileri**, Siskav, Siirt İlim, Spor, Kültür ve Araştırma Vakfı, Ankara.

**PAGANO**, Marcello ve Kimberlee Gauvreau (1993). **Sampling Theory**, Duxbury Press, 1993, 469 72.

**PATTERSON**, Lan ve Hamid Turaev (2020). “Gastonomy Tourism As An Emerging Niche Market In Uzbekistan”, **Journal of Gastronomy, Hospitality, and Travel**, 3(1).

**PATTON**, Michael Quinn (2018). **Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri**, (M. Bütün ve S. Demir, Çev. Ed.). Ankara: Pegem Akademi.

**PEDROSA**, André, Filomena Martins ve Zélia Breda (2022). “Tourism Routes: A Scoping Review”, **European Journal of Tourism Research**, 32, 3216. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v32i.2575>

**PÉREZ-PRİEGO**, Manuel ve diğerleri (2019). “Segmentation Based On The Gastronomic Motivations Of Tourists: The Case Of The Costa Del Sol (Spain)”, **Sustainability**, 11(2), 409. <https://doi.org/10.3390/su11020409>

**PLUMMER**, Ryan ve diğerleri (2005). “Beer tourism in Canada along the Waterloo-Wellington Ale Trail”, **Tourism Management**, 26(3), 447-458.

**POLAT**, Ayşe (2022). “Nitel Araştırmalarda Yarı-Yapılandırılmış Görüşme Soruları: Soru Form ve Türleri, Nitelikler ve Sıralama”, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 22(Özel Sayı 2), 161-182. <https://doi.org/10.18037/ausbd.1227335>

**POLAT** Rıdvan (2012). “Bingöl Semt Pazarlarında Satılan Bitkilerin Etnobotanik Açısından İncelenmesi”, **Biological Diversity And Conservation**, 5(3), 155-161.

**POROY** Hüseyin (2004) Bölgesel gelişme stratejileri çerçevesinde Yeşilirmak havza gelişim projesi, Türkiye İktisat Kongresi, İzmir.

**POVEY**, Ghislaine (2011). Gastronomy and tourism. (Ed.) Peter Robinson, Sine Heitmann and Peter Dieke, **Research Themes for Tourism**, Oxon GBR: CABI Publishing: Oxford, ss. 233-249.

**PRIETO** Mario Fernando ve María Fernanda Triana Valiente (2019). “Las rutas gastronómicas en el departamento del Meta. Una propuesta de sustentabilidad turística”, **Turismo y Sociedad**. 25, 169–194.

**PRIVITERA**, Donetalla ve diğerleri (2020). **Food, Rural Heritage, And Tourism In The Local Economy**. Handbook Of Research On Agricultural Policy, Rural Development, and Entrepreneurship in Contemporary Economies, 189-219. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-9837-4.ch010>

**LEONG**, Queeling ve diğerleri (2017). “An integrated structural model of gastronomy tourists’ behaviour”, **International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research**, 11(4), 573-592. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-05-2016-0047>

**RACHÃO**, Susana ve diğerleri (2019). “Food Tourism And Regional Development: A Systematic Literature Review”, **European Journal of Tourism Research**, 21, 33-49. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v21i.357>

**ROGERSON**, Christian M. (2007). “Tourism Routes As Vehicles For Local Economic Development In South Africa: The Example Of The Magaliesberg Meander”, **Urban Forum**, 18(2), 49-68. <https://doi.org/10.1007/s12132-007-9006-5>

**SAMSA**, Ramazan (2019). Van’ı Ziyaret Eden İranlı Turistlerin Alışveriş Davranışları ve Alışveriş Memnuniyet Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Van.

**SAN**, M. Salih (1966). **Doğu Anadolu ve Muş’un izahlı kronolojik tarihi**. Ankara: Yargıçoğlu Matbaası.

**SAMIRKAŞ**, Meryem (2014) “Turizm Sektörünün Ekonomi İçindeki Yeri ve Önemi: Van İli Bağlamında Bir Değerlendirme”, Van Turizmi Geleceğini Arıyor Çalıştay Kitabı İçinde, Yayın: DAKA, ss.96-109.

**SAY** Dilek ve Nuray Güzeler (2016). “Süt Pıhtılaştırılmasında Kullanılan Bazı Bitkiler” **Nevşehir Bilim ve Teknoloji Dergisi**, Özel Sayı 253-261.

**SAYDAM**, Celal (2013). **Bitlis ve beyaz petrol**, İstanbul: Prizma Press A.Ş.

**SHENG**, Ni ve U Wa Tang (2015). “Spatial Techniques To Visualize Acoustic Comfort Along Cultural And Heritage Routes For A World Heritage City”, **Sustainability**, 7(8), 10264-10280. <https://doi.org/10.3390/su70810264>

**SHENOY**, Sajna S. (2005). Food tourism and the culinary tourist, Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. Clemson University. <https://www.proquest.com/dissertations-theses/food-tourism-culinary-tourist/docview/305009233/se-2>

**SMİTH**, Stephen L. J. Ve Honggen Xiao (2008). “Culinary Tourism Supply Chains: A Preliminary Examination”, **Journal of Travel Research**, 46(3), 289-299. <https://doi.org/10.1177/0047287506303981>

**SMİTH**, Sylvia ve Carol Costello (2009). “Culinary Tourism: Satisfaction With A Culinary Event Utilizing İmportance-Performance Grid Analysis”, **Journal of Vacation Marketing**, 15, 99-110. <https://doi.org/10.1177/1356766708100818>

**SOLUNOGLU**, Ali ve Emrah Orgun (2024). “Gastronomy Festivals İn The Development Of Event Tourism And The Current Situation İn Turkey”, **Worldwide Hospitality and Tourism Themes**, 16(4), 464-473. <https://doi.org/10.1108/whatt-06-2024-0136>

**SORMAZ**, Ümit ve diğeri (2016). “Gastronomy in Tourism”, **Procedia Economics and Finance**, 39, 725-730.

**SÖNMEZ**, Mehmet (2010). “Muş ilinde nüfus hareketlerinin nedenleri ve sonuçları”, **Türk Coğrafya Dergisi**, (55), 45-57.

**SUCU**, Fatih (2022). Nevşehir İli İçin Coğrafi Bilgi Sistemleri Destekli Turizm Rota Planlaması, (Yüksek Lisans Tezi), Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi.

**SUJOOD** ve diğeri (2023). “Emerging Themes İn Food Tourism: A Systematic Literature Review and Research Agenda”, **British Food Journal**, 126(1), 372-408. <https://doi.org/10.1108/bfj-11-2022-0939>

**STONE**, Matthew, Steven Migacz ve Erose Sthapit (2021). “Connections Between Culinary Tourism Experiences And Memory”, **Journal of Hospitality & Tourism Research**, 46(4), 797-807. <https://doi.org/10.1177/1096348021994171>

**STRAUSS**, Anselm ve Juliet Corbin(2014). **Basics Of Qualitative Research Techniques**, New York: Sage Publications.

**ŞAHİN**, Gonca Güzel (2015). “Gastronomy Tourism As An Alternative Tourism: An Assessment On The Gastronomy Tourism Potential Of Turkey”, **International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences**, 5(9), 79-105. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v5-i9/1816>

**ŞAHİN**, Güven ve Mustafa Kahraman (2017). “Hakkâri'nin Turizme Yönelik Potansiyelleri Hakkında Bir Değerlendirme”, **İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Coğrafya Dergisi**, 34, 1-21.

**ŞAHİN**, Salih Zeki (2016). Turizmde Gastronominin Ürün Çeşitlendirme Stratejisi Olarak Kullanımı: Hatay Örneği, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

**ŞEKER**, İbrahim, Hasan Tasalı ve Hakan Güler (2012). “Muş İlinde Sığır Yetiştiriciliği Yapılan İşletmelerin Yapısal Özellikleri”, **Fırat Üniversitesi Sağlık Bilimleri Veteriner Dergisi**, 26(1), 9-16.

**ŞEKER**, Zehra (2022, Ocak). Muş Mutfak Kültürü. (Yüksek Lisans Tezi), Fırat Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi.

**ŞENCAN**, Hüner (2005). **Güvenilirlik ve Geçerlilik**, Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.

**ŞİMŞEK**, Aykut ve Salih Yıldız (2020). “Türlere Özgü İçkilerin Gastronomi Turizmi Açısından İncelenmesi”, **Journal of Tourism and Gastronomy Studies**, 8 (1), 684-699.

**ŞİMŞEK**, Aykut ve Seher Çelik Yeşil (2022). “Examining Traditional Winter Preparations: The Case of Bitlis Cuisine”, **Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 11(2), 277-288. <https://doi.org/10.47130/bitlissos.1099555>

**TASHAKKORİ**, Abbas ve Charles Teddlie (2010). **Sage Handbook Of Mixed Methods in Social & Behavioral Research (2nd Ed.)**, Thousand Oaks, CA: Sage.

**TASTE PORTO** (2025). <https://www.tasteporto.com/> (Erişim Tarihi: 02.15.2025).

**TAS**, Barış (2006). “AB uyum sürecinde Türkiye için yeni bir bölge kavramı: istatistikî bölge birimleri sınıflandırması (İBBS)”, **Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 8(2), 185- 197.

**TİRYAKİ**, Sırrı (2019). “Eski Çağ'da Muş”, **Iğdir University Journal of Social Sciences**, (19), 75-114.

**TUNCEL**, Metin (1992). **Bitlis**. Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi, 6, 225-228.

**TUNÇ**, Tuğba ve Emrah Yıldırım (2024). “Doğal ve Kültürel Peyzaj Değerleri İle Alternatif Turizm Rotaları: Finike, Antalya”, **Journal of Agriculture Faculty of Ege University**, 61(4), 501-517. <https://doi.org/10.20289/zfdergi.1456452>

**TÜİK** (2025) **Gösterge Uygulaması**, <https://biruni.tuik.gov.tr/ilgosterge/?locale=tr> , (Erişim Tarihi: 28.01.2025).

**TÜRKAY**, Oğuz ve Koray Genç (2017). Gastronomi Turizmi, **Tüm Yönleriyle Gastronomi Bilimi** Ed. Mehmet SARIŞIK, Ankara: Detay Yayıncılık, ss. 211-238.

TÜRK PATENT VE MARKA KURUMU (2025). <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisaretler/liste?il=65> (Erişim Tarihi: 28.01.2025).

**TZİMİTRA-KALOGİANNİ**, Irene ve diğerleri (1999). “Wine Routes in Northern Greece: Consumer Perceptions”, **British Food Journal**.

**UÇKAN ÇAKIR**, Merve ve Gülçin Özbay (2022). “The Role of Brand Image in Gastronomic Destinations: An Analysis on Turkey and Malaysia Website”, **Uluslararası Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi**, 6(1), 40-53. <https://doi.org/10.30625/ijctr.1064603>

**ULLAH**, Nadeem ve diğerleri (2022). “Gastronomic Tourism and Tourist Motivation: Exploring Northern Areas of Pakistan”, **Int. J. Environ. Res. Public Health**, 19, 7734. <https://doi.org/10.3390/ijerph19137734>

**UNWTO** (United Nations World Tourism Organization) (2012). **Global report on food tourism**. Madrid: Author.

**UNWTO** (United Nations World Tourism Organization) (2025) **Gastronomi ve Şarap Turizmi**, <https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism>, (Erişim Tarihi: 11.01.2025).

**UZUN**, Celalettin (2018). “Muş Mütesellimi Alaaddin İsyanı”, **Journal of History and Future**, 4(1), 38-51.

**ÜN**, Aykut ve Çinuçen, Okat (2023). “Van İlinin Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi”, **Journal of Humanities and Tourism Research**, 13(3), 488-504.

**ÜZÜLMEZ**, Meral ve Gürkan Akdağ (2020). “Gastronomi Turizminde Yeni Tur Rotaları: 3 A (Adana-Antep-Antakya) Lezzet Bölgesi Örneği”, **Journal of Tourism and Gastronomy Studies**, Special Issue (4), 51-63.

**VELAZQUEZ**, Emmanuel Mérida, Tirzo Castañeda Martínez ve Gandhi González-Guerrero, G. (2021). “Tourism Routes for the Diversification of Rural Livelihoods: A Methodological Approach”, **IntechOpen**. doi: 10.5772/intechopen.94871.

**VÁZQUEZ-MARTÍNEZ**, Ulpiano J., Carlos Sanchís-Pedregosa ve Antonio Leal-Rodríguez, (2019). “Is Gastronomy A Relevant Factor For Sustainable Tourism? An Empirical Analysis Of Spain Country Brand”, **Sustainability**, 11(9), 2696. <https://doi.org/10.3390/su11092696>

**VINEYARDS.COM** (2025), **Tuskany Wine Map**, <https://vineyards.com/wine-map/italy/tuscany>, (Erişim Tarihi: 20.01.2025).

**YALÇIN**, Halit (2011). Hakkâri kültürü, **Hakkâri**, Ed. Mehmet Top, T.C. Hakkâri Valiliği, 6, ss.17-18.

**YAŞAR**, Mustafa (2018). “Nitel araştırmalarda nitelik sorunu”, **Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, 5(2), 55-73.  
<https://doi.org/10.21666/muefd.426318>

**YAZAR**, Özkan (2019). Gökçeada'nın Gastronomi Rotalarında Slow Food ve Gastronomi Turizmi (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi) Okan Üniversitesi.

**YILDIRIM**, Ali ve Hasan Şimşek (2008). **Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (6. Baskı)**, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

**YILDIRIM**, Ali ve Hasan Şimşek (2016). **Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri**, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

**YILDIRIM**, Ali ve Hasan Şimşek (2021). **Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri**, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

**YILDIRIM**, İrem ve Ezgi Kırıcı Tekeli (2022). “The Development of Gastronomy Tourism in the Context of Destination Marketing: A Qualitative Study on Travel Agencies”, **İşletme Araştırmaları Dergisi**, 14(4), 2686–2703.  
<https://doi.org/10.20491/isarder.2022.1527>

**YILDIZ**, Salih; Şarap Rotaları, **Gastronomi Deneyiminde Rotalar ve Festivaller**, Ed. Gülizar Akkuş, 1. Baskı, Nobel Yayın Grubu, Ankara, 2022, 57-92.

**YILDIZ**. Özay Emre E. (2009). Türkiye'de Şarap Turizmi: Çeşme Örneğinde Ürün Geliştirme Modeli (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

**YILMAZ**, Fidan (1985). **Özel Bağcılık**, Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları, Ankara, s.401.

**YÜCEL GÜNGÖR**, Mehtap, Pınar Şenel ve Seden Doğan (2021). “Türkiye ve İtalya’da Gastronomi Turu Düzenleyen Seyahat İşletmelerinin Tur İçeriklerinin Karşılaştırılması”, **Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi**, 1(2), 75-84.

**YÜNCÜ**, Hilmi Rafet H. R. (2009) “Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası”, 10. Aybastı Kabataş Kurultayı, Eskişehir.

**ZADA**, Muhammed ve diğerleri (2022). “Contribution of Small-Scale Agroforestry to Local Economic Development and Livelihood Resilience: Evidence from Khyber Pakhtunkhwa Province (KPK), Pakistan”, **Land**,11(1), 71.  
<https://doi.org/10.3390/land11010071>

**ZAINAL**, Artinah, Ahmad Nizan bin Zali ve Mohd Nizam bin Kassim (2010). “Malaysian Gastronomy Routes as a Tourist Destination”, **Journal of Tourism, Hospitality and Culinary Arts**, 1(2), 15-24.

**ZAKARIYA**, Khalilah ve diğeri (2020). “Landscape Characters For Tourism Routes: Criteria To Attract Special Interest Tourists To The Kuala Selangor – Sabak Bernam Route”, **Planning Malaysia Journal**, 18(4), 430-441. <https://doi.org/10.21837/pm.v18i14.843>

**ZAREBSKI**, Patrycja ve Dominika Zweglińska-Galecka (2020). “Mapping The Food Festivals And Sustainable Capitals: Evidence From Poland”, **Sustainability**, 12(24), 10283. <https://doi.org/10.3390/su122410283>

**ZEYBEK**, Ulvi ve Necmettin Zeybek (2002). **Farmasötik Botanik** (3. Baskı), Ege Üniv. Eczacılık Fak. Yayınları, No:3, İzmir.

**ZHANG**, Tao, Junya Chen, J. ve Boaliang Hu (2019). “Authenticity, Quality, and Loyalty: Local Food and Sustainable Tourism Experience”, **Sustainability**, 11(12), 3437.

**ZOIROVA**, Shokhsanam (2023). “Gastronomy Tourism Problems In Surkhandarya”, **Iqtisodiy Taraqqiyot Va Tahlil**, 1(7), 181-185. <https://doi.org/10.60078/2992-877x-2023-vol1-iss7-pp181-185>

**ZVIRBULE**, Andra, Anita Auziņa ve Gunta Grīnberga-Zālīte (2023). “Gastronomic Tourism and Smart Solutions Used For Its Development: The Case Of A Region Of Latvia”, **Worldwide Hospitality and Tourism Themes**, 15(5), 570-580. <https://doi.org/10.1108/whatt-06-2023-0076>

**WORLD TOURISM ORGANIZATION** (WTTC), (2012). **Global Report on Food Tourism**, <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/9789284414819> (Erişim Tarihi: 14.10.2024).

**EKLER****Ek1.** Görüşme Formu**Ek2.** Etik Kurul Kararı**Ek3.** Özgeçmiş

**Sayın Katılımcı,**

**Size sunulan bu görüşme formu, Yenilebilir Otlar Açısından Gastronomi Rotasının Belirlenmesi ve EnvanterOluşturulması: TRB2 Kalkınma Bölgesi doktora tezi kapsamında hazırlanmıştır. Veriler, bilimsel amaçlar doğrultusunda, gizlilik ilkelerine bağlı kalınarak değerlendirilecektir. Lütfen soruları dikkatlice okuyup cevap veriniz. İlginize teşekkür ederiz.**

**Tez Danışmanı**  
**Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Büşra MADENCİ**

**Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi**  
**Gastronomi ve Mutfak Sanatları Gastronomi ve**  
**Mutfak Sanatları**

**Tez Hazırlayan**  
**Öğr. Gör. Ayşegül DAŞDEMİR KIPÇAK**

**Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Van Meslek**  
**Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri**  
**Bölümü**

**Ad-Soyad:**

**Cinsiyet:**

**Yaş:**

**Medeni durum:**

**Meslek:**

**Nereli:**

**Kaç yıldır bu şehirde ikamet ediyor:**

**Soru 1.** Bölgede toplanan ve kullanılan bitkiler nelerdir?

**Soru 2.** Bu bitkilere verilen yöresel isimler nelerdir?

**Soru 3.**Bu bitkilerden ne amaçla yararlanılmaktadır?

**Soru 4.** Hangi bitkiler ne zaman yetişmekte ve toplanmaktadır?

**Soru 5.** Bu bitkilerin hangi kısımları kullanılmaktadır?

**Soru 6.** Bitkinin toplanan kısımları nasıl kullanılmaktadır?

**Soru 7.** Bu bitkilerden ne tür yemekler yapılmaktadır?

**Soru 8.** Yörede yetişen yenilebilir yabani bitkilerin bölgesel kalkınmadaki önemi nedir?



**NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER BİLİMSEL ARAŞTIRMALAR ETİK KURULU**  
**BAŞKANLIĞI**  
**ETİK KURUL KARARI**

<b>Etik Kurul Toplantı Tarihi/Sayısı ve Karar No</b>	<b>Tarih :12/04/2023</b> <b>Toplantı Sayısı:05</b> <b>Karar No :2023/190</b>
<b>Araştırmanın Başlığı</b>	Yenilebilir Otlar Açısından Gastronomi Rotasının Belirlenmesi ve Envanter Oluşturulması: TRB2 Kalkınma Bölgesi.
<b>Sorumlu Araştırmacı</b>	Doç. Dr. Ayşe Büşra MADENCİ
<b>Yardımcı Araştırmacı</b>	Lisansüstü Öğrenci Ayşegül DAŞDEMİR
<b>Etik Kurul Kararı</b>	13389 sayılı başvuru Etik Kurul tarafından değerlendirilmiş olup, başvurunun bilimsel araştırma etiği açısından “Uygun” olduğuna karar verilmiştir.

ASLI GİBİDİR  
12/04/2023

Doç. Dr. Ahmet KURNAZ  
Başkan

## Ayşegül Daşdemir Kıpçak Öz Geçmiş

Öğr. Gör. Ayşegül Daşdemir Kıpçak, 2018 yılında Erzurum Atatürk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü'nden mezun olmuştur. 2021 yılında Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı'nda yüksek lisans eğitimini tamamlamıştır. 2021 yılından itibaren Van Meslek Yüksekokulu'nda Öğretim Görevlisi olarak görev yapmaktadır. Yerel mutfak, Van mutfağı, yenilebilir otlar alanlarında bilimsel çalışmalar yürütmektedir.