



## Yavaş Yemek (Slow Food) Hareketinin Yerli Turistler (Akademisyenler) Tarafından Algılanışı (Perception of Slow Food Movement by Indigenous Tourists-‘Academicians’)

\*Gizem ÖZGÜREL<sup>a</sup>, Cevdet AVCIKURT<sup>b</sup>

<sup>a</sup>Muğla Sıtkı Koçman University, Marmaris Tourism Vocational School, Muğla/Turkey

<sup>b</sup>Balıkesir University, Tourism Faculty, Balıkesir/Turkey

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:  
31.05.2018

Kabul Tarihi: 11.12.2018

### Anahtar Kelimeler

Turist algısı  
Yavaş yemek hareketi  
Yavaş turizm  
Yerli turist  
Akademisyenler

### Öz

Bu çalışmanın amacı; yavaş yemek algısının turist perspektifinden incelenmesidir. Çalışma kapsamında; Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Marmaris Turizm MYO’da görev yapan akademisyenler ile yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla derinlemesine görüşme yapılarak, gereksinim duyulan veriler elde edilmiştir. Veri toplama çalışmaları 01.03.2018-01.04.2018 tarihleri arasında yapılmış, belirtilen tarihler arasında görevi başında bulunan Marmaris Turizm MYO akademisyenlerinden olan 16 katılımcıdan veriler elde edilmiştir. Veriler temel başlıklara ayrılarak frekans, sıklık ve yüzde ifadelerinin yer aldığı tablolar halinde sunulmuş ve akabinde yorumlanmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgular incelendiğinde; katılımcılar için “yavaş yemek kavramı” sıklık açısından 1. sırada “geleneksel yemek üretim ve tüketimi” ile “yerel/yöresel yemekler” (f=6); ikinci sırada “sağlıklı beslenme”, “yemekten keyif alma” ve “organik/doğal gıda” (f=5), üçüncü sırada ise “sofra kültürünü yaşama, yaşatma ve paylaşma” (f=3) anlamlarını taşımaktadır. Katılımcıların %62.5’i “destinasyon seçimlerinde yavaş yemek uygulamalarının tercihlerini etkilediğini” (f=10) ifade etmişlerdir. Katılımcıların %87.5’i “tatil deneyimi/deneyimlerinde yavaş yemek deneyimi yaşadıklarını” (f=14) belirtmişlerdir. Katılımcıların “yavaş yemek ürünleri hakkındaki önerileri” arasında ise sıklık açısından 1. sırada “yöresel, organik, taze ürünlerin kullanılması” (f=7), 2. sırada “reklam ve tanıtımların yapılması” (f=4), 3. sırada “kaliteden ödün verilmemesi ve hatta yükseltilmesi”, “toplumsal bilinç oluşturulması” ve “mutfak kültürünün gelecek nesillere aktarılması” (f=3) ifadeleri yer almıştır.

### Keywords

Tourist perception  
Slow food movement  
Slow tourism  
Indigenous Tourist  
Academicians

### Abstract

The purpose of this study is; to learn slow food perception from a tourist point of view. Within the scope of the study; In-depth interviews have been carried out with the academicians who work in Muğla Sıtkı Koçman University Marmaris Tourism Vocational School to obtain the required data. Data collection studies were implemented between 01.03.2018 and 01.04.2018 and data were obtained from 16 academician participants who were available in Marmaris Tourism Vocational School during these dates. The data separated by basic headings are presented in tabular form with frequency, density and percentage data and are subsequently interpreted. When the findings obtained from the study are examined; What the “slow food concept” is meant for the participants with regard to frequency is; “traditional food production and consumption” and “local / regional food” (f=6) in the first place; “healthy nutrition”, “enjoyment of eating food” and “organic / natural food” (f=5) in the second place; “living, supporting and sharing table culture” (f=3) in the third place. 62.5% of the participants stated that “slow food practices in destination selections affected their preferences” (f = 10). 87.5% of the participants stated that “they had a slow food experience in their holiday/holidays” (f=14). With regard to the frequency among “the recommendations regarding slow food products” of the participants are “the use of regional, organic, and fresh food” (f=7) in the first place, “advertising and giving demonstrations” (f=4) in the second place, “not making concessions in quality and even upgrading”, “formation of social consciousness” and “transferring of culinary to future generations” (f=3) in the third place.

\* Sorumlu Yazar.

E-posta: [gizemozgurel@mu.edu.tr](mailto:gizemozgurel@mu.edu.tr) (G. Özgürel)

**Makale Künyesi:** Özgürel, G. & Avcıkurt, C. (2018). Yavaş Yemek (Slow Food) Hareketinin Yerli Turistler (Akademisyenler) Tarafından Algılanışı. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 568-587.

DOI: 10.21325/jotags.2018.324

## **GİRİŞ**

Küreselleşme ve McDonalddlaşmaya paralel olarak, yemek üretimi ile tüketiminde yaşanan değişim ve dönüşümler, turizm sektöründe de etkisini göstermiştir. Turizm destinasyonlarında gerek konaklama işletmelerinde gerekse yiyecek-içecek işletmelerinde sunulan yiyecek-içeceklerin üretimi ve tüketimi, küresel ölçekte yaşanan gelişmelerden üzerine düşen payı almış ve almaya devam etmektedir. Yaşanan gelişmelere paralel olarak küresel mutfak ve küresel damak tadının ortaya çıkması, turizm destinasyonları, konaklama ve yiyecek-içecek işletmeleri açısından önemli bir çekicilik unsuru olan yerel/yöresel mutfak kültürünün unutulmaya yüz tutmasına zemin hazırlamıştır. Gündelik hayattan kaçan, farklılık ve yenilik arayan turist için destinasyonların mutfak kültürü önemli bir çekicilik, özgün bir turistik deneyim ve yüksek düzeyde tatmin yaşama anlamına gelebilmektedir. Bu anlamları edinebilme yolu ise turistin algılamalarından geçmektedir. Turistin algılamaları; deneyim öncesi, deneyim aşaması ve deneyim sonrası yorum ve davranışlarını etkilemektedir. Turist tatili öncesinde gideceği destinasyonu, nerede kalacağını, seyahatinde yeme-içme gereksinimlerini nasıl karşılayacağını kısacası nasıl bir tatil yapacağını belirlemek durumundadır. Turistin seyahat deneyimi sırasında yiyecek-içecek tüketimi; zorunlu bir gereksinim, sembolik bir tüketim, aşına olduğu yiyeceklerin tüketimi, farklı bir şeyler tüketme, alışkanlıklarına göre tüketim veya alışkın olmadığı tüketme gibi farklı biçimlerde olabilmektedir. Turistin deneyim sonrası elde ettiği tatmin ya da tatminsizlik bir sonuç olarak ortaya çıkmakta ve sonraki turistik davranışları üzerinde etki yaratmaktadır. Alan yazında yemek tüketimi üzerine yapılan araştırmalarda, ağırlıklı olarak, turistlerin yiyecek-içecekleri beğenme durumu, tercihleri, yiyecek-içecekleri seçme ve satın alma davranışlarının altında yatan faktörlerin neler olduğu sorularına cevaplar bulunmaya çalışılmaktadır. Turistler tarafından yavaş yemek uygulamalarının nasıl algılandığı, turistlerin yavaş yemek uygulamalarındaki istek ve beklentilerinin neler olduğuna yönelik, özellikle yerli alan yazında bir boşluk tespit edilmiş ve yapılan çalışma ile boşluğun doldurulması amaçlanmıştır. Bu bağlamda yapılan çalışma ile turistlerin perspektifinden yavaş yemeği nasıl algıladıkları anlaşılmasına çalışılmıştır. Çalışma kapsamında; ilgili alan yazın taraması yapılarak, küreselleşme ve yavaş hareketinin doğuşu, yavaş yemek kavramı, yavaş yemeğin turizme yansımaları ve turistlerden tarafından algılanışı konuları derinlemesine incelenmiş, devam eden kısımda araştırma bulguları ile sonuç ve önerilere yer verilerek çalışma sonlandırılmıştır.

## **KÜRESELLEŞME VE YAVAŞ HAREKETİNİN DOĞUŞU**

Günümüzde en güncel olgulardan biri olan küreselleşme ile ilgili yapılmış birçok çalışma ve inceleme ile karşılaşmak mümkündür. Bilim insanlarının çalışmalarında küreselleşmeyi genel olarak ekonomik, siyasal ve kültürel küreselleşme kuramları başlıkları altında incelediği görülmektedir. Her bir kuram kendi içinde farklı yaklaşımlar geliştirmiş ve küreselleşmeyi bu yaklaşımlara göre tanımlamışlardır. Bu durum küreselleşme ilgili ortak, tek bir tanımlama yapmayı güçleştirmiştir. Yine de genel bir tanımlama yapmak gerekirse küreselleşmeyi; ekonomik, teknolojik, kültürel, siyasal, sosyal ilişkilerin, yaşam pratiklerinin ve toplumsal yaşamın örgütlenişinin dünya çapında yayılması olarak açıklayabiliriz (Ritzer, 2011: 411 akt., Ünal ve Zavalı, 2016: 890).

1960'da Marshall McLuhan'ın "Understanding Media: The Extensions of Man" adlı çalışmasında "küresel köy-global village" kavramıyla, dünya üzerindeki sınırların ortadan kalkması, sermayenin, emeğin, teknolojinin ve bilginin uluslararası bütünleşmesi söylemleriyle küreselleşmenin olumlu etkilerine vurgu yapılmış; günümüzde küreselleşmenin saldırgan bir yapıya dönüştüğünü savunan yazarlar ise, "Küresel Yağma-Global Pillage" olarak adlandırdıkları durumun ekonomi, siyaset, kültür ve yaşam tarzları üzerinde birçok olumsuz etkiler yarattığını dile getirmişlerdir (Hocaoğlu, 2003: 268).

Cohen ve Cohen (2012)'ye göre; "Yaşanan teknolojik gelişmeler, iletişim ve bilgi devrimleri yaratmış, küreselleşme süreci ile sürüklenen dünyayı sosyal, kültürel, ekonomik değişimler hızlandırmıştır. Bu güçler yaşamın temposunda, zaman ve mekânın çöküşünde, kültürel çoğulculukta, sosyal alanların farklılaşmasının önlenmesinde ve yaşam biçimlerini parçalanmasında etkili olmuştur" (Cohen ve Cohen, 2012: 2177-2178).

Küreselleşmenin yarattığı etkilerden belki de en önemlilerden biri kültür üzerinde yarattığı etkilerdir. Küreselleşmenin kültür üzerinde yarattığı etkileri üç farklı perspektiften incelemek mümkündür. Bu perspektifler; kültürel farklılıklar, kültürel karışım ve kültürel aynılıktır. Kültürel farklılıklar perspektifinden küreselleşme, sadece yüzeyde meydana gelmekte, kültürlerin derin yapılarını etkilememektedir, başka kültürlerden etkilenmeyen kapalı bir toplumsal yapıya vurgu yapmaktadır. Kültürel karışım perspektifine göre, yerel ve küresel kültür birbiriyle bütünleşerek kültürel bir karışım oluşturmaktadır. Üçüncü perspektif olan kültürel aynılık ise dünyada artan biçimde aynılığa, tep tipleşmeye sebep olan küreselleşme olgusuna vurgu yapmaktadır. Kültürel aynılık; kültürel emperyalizm, batılılaşma, kültürün tek türleştirilmesi, Disneyleşme, McDonaldlaşma ve Amerikanlaşma gibi kavramlar ile açıklanmaya çalışılmaktadır (Demirhan ve Taylan, 2017: 87). Ritzer'in toplumun McDonaldlaştırılması (McDonaldization) olarak adlandırdığı bu süreçte verimlilik, öngörülebilirlik, hesaplanabilirlik, insansız teknolojiyle denetim ve rasyonelliğin irrasyonelliği, hayatın hemen hemen her alanında kendini göstermiş ve insanların yaşam kalitesinde bozulmalara yol açmıştır.

Küreselleşme yaşamı daha hızlı bir hale getirmiştir. Bu hızlılık yaşamın içerisinde; iletişim, ulaşım, etkileşim, üretim, tüketim, iş yaşamı, sosyal yaşam gibi birçok alanda görülmüş ve göz ardı edilemeyecek olumsuz etkiler yaratmıştır (Paul, 2014: 137). Küreselleşmenin yarattığı hızlı çalışma, hızlı tüketme, gideceğimiz yere hızlı gitme davranışları yaşamın hızlanmasına, koşuşturma içinde akıp giden sürekli bir şeye ya da bir yerlere yetişme durumu, günümüz modern insanının yaşamının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Yaşamın hemen hemen her alanında görülen hız; tarımın sürdürülebilirliğinin ihmal edilmesine, yeme-içme geleneklerinden uzaklaşılmasına, aşırı yiyecek-içecek tüketimi sonucunda karşılaşılan obezite problemlerine, gıdaların duyuşal özelliklerinde ve çeşitliliğinde azalan algılama durumlarına yol açmıştır. Karşılaşılan olumsuzluklar bilinçli tüketicilerin; yüksek kaliteli gıdalara ilgisinin artmasına, dolayısıyla organik tarımın önem kazanmasına ve yavaş yemek akımının ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır (Vega ve Ubbink, 2008: 373).

Son dönemlerde ortaya çıkan hızlı modern yaşam ve küreselleşme; kültürel farklılıkları, zenginlikleri, kültürel aynılıklara bırakmaya başlamış, küresel kültür olarak da ifade edilen Amerikan kültürünün yumuşak gücüyle<sup>1</sup> standartlaşma ile tek tipleşmenin önu açılmış ve tüm bu gelişmelerin bir sonucu olarak yaşanan bozulmalar toplumsal olarak tepkilere yol açmıştır. Bu tepkilerden biri de Carlo Petrini öncülüğünde bir grup aktivistin başlattığı yavaş yemek (slow food) hareketidir.

Yavaş yemek hareketi; geleneksel yemek kültüründe unutulmaya yüz tutmaya başlayan yemeklere, yemek kültürünü koruyarak “tatma hakkını” korumaya, yemek yeme keyfinde farkındalığı artırmaya, beraber yemek yemenin ve paylaşımların önemini vurgulamaya, geleneksel tarım yöntem ve tekniklerinde bilinçlenmeye hizmet etmektedir (Mayer ve Knox, 2006: 326). McDonalds’ın yapamadığı, yapmadığı herşeyi gerçekleştirme tezini sunan hareket; taze, yerel, mevsimlik ürünleri vaad ederek, yemek kültürünü oluşturan tarifleri, pişirme yöntemlerini korumayı savunmakta, yiyecek üreticileri ile tüketicilerin, yiyeceğin kendisi ile sofrada bulunan kişilerin sosyal ilişki ve etkileşimlerini kapsamaktadır (Güven, 2011: 114; Sırım, 2012: 121).

Yavaş felsefesi yaşamın birçok farklı alanında etkisini göstermiş; yavaş seyahat (slow travel), yavaş trafik (slow traffic), yavaş şehir (slow city) ve yavaş turizm (slow tourism) gibi akımların küresel ölçekte yayılmasına neden olmuştur (Dural ve Köseoğlu, 2017: 67). Genel olarak yavaş felsefesi, insanların hayattan zevk alarak ve yaşadığı her bir anın tadını çıkartarak, bilinçli bir biçimde yaşamını sürdürmesini öngörmektedir.

Yaşam kalitesinin artırılması insanın ruhsal, bedensel, sosyal ve zihinsel iyilik haline ulaşmasının anahtarıdır. Carl Honoré’nin “In Praise of Slow-Yavaş Övgüyle” adlı kitabında belirttiği gibi her şeyi doğru hızda yapma, tüm insanlığın yaşam kalitesini arttıracak ve anları atlamadan yaşamının tadına varmayı sağlayacaktır (Honoré, 2010).

Türkiye’de faaliyetlerini sürdüren Yavaş Yaşamı Destekleme Derneği; “*hayatı, zamanı, dünyayı tüketme*” sloganıyla yola çıkarak (yavasyasa.com, 2018):

- “Satın almadan önce –Buna gerçekten ihtiyacım var mı? Bunu alınca daha mı mutlu olacağım? Hayatımda ne değişecek? diye soralım,
- Yerel ürünler tüketelim, küçük esnafa destek olalım, köylülerimize-çiftçilerimize sahip çıkalım,
- Hem kendimiz hem başkaları için daha iyi bir yaşam kuralım. Durup bir soluklanalım, hayatın tadına varalım”, “Gelin biraz yavaşlayalım, yavaş yaşayalım” mesajlarıyla bilinçli, kaliteli bir yaşama davet etmektedir.

## **YAVAŞ YEMEK (SLOW FOOD)**

Günümüzde karmaşık bir yapıya bürünen yiyeceklerin üretimi ve tüketimi yerel sınırların ötesine geçmiş durumdadır. Küresel işletmeler bir taraftan standartlaşmış, tek tipleşmiş tüketim şekli sunmanın yanısıra bir diğer taraftan üretim şekillerinde de benzeştirmeye, standartlaştırarak aynılaştırmaya gitmelerinden dolayı

---

<sup>1</sup> **Yumuşak Güç:** Joseph Nye (1990) “*Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*” kitabında ilk kez kullandığı kavramı; “istediğin şeyleri baskı, tehdit yerine sahip olunan cazibe ile elde etme yeteneği” olarak tanımlamıştır.

eleştirilmektedirler (Taş Gürsoy, 2016: 72). Küreselleşmenin ve beraberinde modernleşmenin bir sonucu olarak tüm dünyada Amerikan kültürünün yayılması toplumların yemek üretim ve tüketim tarzlarında kaçınılmaz değişimlere yol açmış ve açmaya devam etmektedir. Kültürün küreselleşmesi olarak ifade edebileceğimiz bu süreç, toplumlar arası farklılıkları ve zenginlikleri ortaya koyan mutfak kültürlerinin zaman içerisinde tek tipleşmesine ve popüler kültürün hegemonyasında yitip gitmesine neden olmaktadır. Modern yaşamın bir uzantısı olarak görülen hızlı yemek; kolayca erişilebilen ve insanların herhangi bir risk almadan, her yerde rahatça ulaşabilecekleri yemek anlamını taşımaktadır. Ancak hızlı yemek, yemeğin sosyolojik ve psikolojik anlamlarını dışarıda bırakmakta, törensellikten uzaklaşan yemek, sadece vücudun ihtiyaç duyduğu enerjiyi sağlamaya odaklanmış bir durum ortaya çıkarmaktadır (Fell ve Lukiavona, 2015: 60). Günümüz tüketim kültüründe yemek; bir taraftan benzer insanların oluşturduğu toplumlar meydana getirirken sosyolojik, diğer taraftan benzer arzular, düşler ve hazlar ile psikolojik açıdan değişim ve dönüşüm içerisine girmiş, bu durum ise yemeğin anlamının sorgulanmasına yol açmıştır. İnsanoğlunun yiyecek- içecek tüketimeinin; yaşamsal faaliyetleri sürdürmenin ötesinde, yaşam tarzlarını, kültürlerini, toplumsal statülerini ve sosyalliklerini yansıtan eşsiz bir sembol olarak görülmesi gerekliliği tartışılmaya başlanmıştır.

Yavaş yemek hareketi, 1980'lerin sonunda, hızlı yemek (fast food) işletmelerinin dünya ölçeğinde yaygınlaşmasına ve modern yaşamın insanın gündelik hayatında getirdiği bozulmalara bir tepki olarak ortaya çıkmıştır. Yavaş yemek; sağlıklı yemeğe, yemek yemenin keyfine, misafirperverliğe ve mekân duygusuyla ilgili yerelin ayırt edici özelliklerine ilişkin değerlerin kaybolmasına odaklanmış bir karşı duruş akımıdır (Mayer ve Knox, 2006: 322). Küresel yavaş yemek hareketi; yemeğin tüm sürecini, topraktan kültürel anlam ve kimliklere, tüm yemek aşamalarını kapsamaktadır. Petrini yenen bir yemeğin çevresinde aile, ulus gibi kimliksel öğeler bulunduğunu ve kültürel alışverişin en yüksek düzeyde yaşandığı alanlardan birinin sofrası olduğunu belirtmektedir (Petrini ve Padovini, 2011: 248).

Yavaş yemek hareketi, acele etmeden, tadına ve gelenekselliğine uygun olarak yerelde yetiştirilmiş ürünlerden incelikle hazırlanmış yemekleri ön plana çıkartmaktadır. Bu doğrultuda yavaş yemek; tarımda yerel tohumların kullanılmasını, yerel yiyecek ve içecek üretiminin desteklenmesini, özgünlüğün sürdürülmesini, yerel halkın ekonomik çıkarlarının korunmasını, yerel kalkınmanın sağlanmasını içeren küreselleşmenin üretim ve tüketim alanında yarattığı tek tipleşmeye/aynılaşmaya karşı gerçekleştirilen küresel bir harekettir (Kinley, 2012: 1-2). Yiyecek tercihlerinin dünyanın geri kalanını nasıl etkilediğine dair taşınan sorumluluğa ve toplumların mutfak kültüründeki lezzet ve tatların yitip gidiyor olmasına dikkat çekmek, yavaş yemek hareketinin felsefesini oluşturmaktadır.

9 Kasım 1989'da, Paris'te Opera Comique'de Uluslararası Slow Food Birliği resmi olarak kurulmuş, on beş ülke (Almanya, Amerika Birleşik Devletleri, Arjantin, Avusturya, Brezilya, Danimarka, Fransa, Hollanda, İspanya, İsveç, İsviçre, İtalya, Macaristan, Japonya ve Venezüella) delegesinin katılımıyla Slow Food Manifestosu imzalanmıştır. Manifestoda; küreselleşme ve modernleşmenin insanların yaşam biçimlerini makinelere göre modellediğine ve bu durumun çılgınca bir verimlilik yanlışlığı içerdiğine vurgu yapılmıştır (Serdane, 2017: 19).

Slow food iyi, temiz ve adil gıda felsefesini benimsemektedir. Bu bağlamda iyi gıda; kaliteli, lezzetli ve sağlıklı gıdaya; temiz gıda; çevreye zarar vermeyen üretime ve adil gıda; tüketiciler için erişilebilir fiyatlar ile üreticiler için ödeme ve koşullarda adil olunmasını ifade etmektedir (www.slowfood.com, 2018). Akım günümüzde uluslar arası boyuta ulaşmış, sanatkar besin üretimi ve sakin, saygılı tüketimi öngörerek turizmin de bir parçası haline gelmiştir (Yıldız, 2016: 37).

## **YAVAŞ YEMEK HAREKETİNİN TURİZME YANSIMALARI VE TURİSTLER TARAFINDAN ALGILANIŞI**

Küreselleşmeye paralel olarak yemek üretim ve tüketiminde yaşanan değişim ve dönüşümler, turizmde yemek üretim ve tüketiminde özellikle her şey dâhil sistem ile kendini göstermektedir. Yemek tüketimi araştırmaları ağırlıklı olarak çeşitli yiyeceklerle ilgili beğenme, tercih etme, seçme ve satın alma ile ilgili davranışların belirleyici faktörlerini anlamaya odaklanmıştır (Mak ve diğr., 2012: 928). Gastronomi turizmi, şarap turizmi, yemek turizmi gibi başlıklarla bir çok çalışma turizm çatısı altında incelenmiş olsa da yavaş yemek üzerine yapılmış çok az çalışma bulunmaktadır (Henderson, 2009; Bardhi, Ostberg ve Bengtsson, 2010 akt., Soonsap, 2018: 1). Turist seyahati öncesi süreçte; nereye gideceğine, yeme-içme gereksinimlerini nasıl karşılayacağına, nasıl bir tatil yapacağına karar vermek durumundadır. Seyahati sırasında ise bir taraftan zorunlu bir gereksinim olarak, bir diğer taraftan kültürel gereksinim tercihinine bağlı olarak yeme-içme tüketimini gerçekleştirmekte ve bulunduğu turistik ortama bağlı olarak yerel kültür içine süzulebilmektedir. Hatta turist seyahatinden döndükten sonra da yaşadığı yeme-içme deneyimlerini; fotoğraflarla, çektiği videolarla, hediye ve/veya tüketim amaçlı satın aldığı yöresel ürünleri tıpkı kültürel bir bagaj gibi yanında götürmekte ve çevresine tanıtmaktadır.

Turistlerin seyahatlerinde yiyecek tüketimi üç durumu kapsayabilmektedir. Bunlar (Mak, Lumbers ve Eves, 2012: 172-188):

- Zorunlu bir gereksinim olarak yiyecek tüketimi veya sosyal ayrımın bir işareti olarak sembolik anlamı nedeniyle tüketim,
- Aşinalığın olduğu veya alışkın olunan yiyecek tüketimi ya da yenilik arayışı içinde farklı olanın tüketimi,
- Seyahatırken gündelik alışkanlıkların bir uzantısı şeklinde yiyecek tüketimi veya gündelik yaşamdaki alışkanlıkların karşısı olacak biçimde yiyecek tüketimidir.

Tüm toplumlarda yeme-içme aslında toplumsal etkileşimin ve törenlerin gerçekleştirilmesi için ortamlar oluşturmaktadır. Yemekler ve içecekler, içerisinde üretildikleri toplumun kültürel, tinsel, ekonomik ve politik yönlerini yansıtan bir ayna olarak görülmektedir (Sağır, 2012: 2677). Turistlerin yiyecek içecek tüketimlerini, sembolik anlamlar içeren ve yüksek düzeyde zıtlıkları (kontrast) barındıran cazip bir deneyime dönüştürmeleri mümkündür (Chang ve Mak, 2018: 89). Yemek turiste bir yörenin kültürü ile temasa geçme ve geçmişiyile, gelenekleriyle, tarihi ve kültürel mirasıyla bir bağ kurma olanağı sağlamaktadır (Yıldız, 2016: 36). Ancak bir taraftan McDonalddlaşma bir diğer taraftan küreselleşme homojenleşmeye neden olarak “küresel mutfağın” ve “küresel damağın” ortaya çıkmasına yol açmakta (Mak, Lumbers ve Eves, 2012: 172) turizm açısından önemli bir değer olan yerel/yöresel mutfak kültürlerinin yitip gitmesine zemin hazırlamaktadır.

Yavaş yemek uygulamaları ile kentsel ve kırsal alanlarda çekicilik yaratılması mümkün olmakta ve destinasyonda; ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel açıdan önemli etkiler yaratılabilmektedir. Bunlar (Işıldar, 2016: 51-54):

- *Ekonomik açıdan;* yerel halkın yavaş yemekten fayda sağlaması, turistlerin yerel yiyecek ve içecekleri tüketmesi ile başlayacaktır. Bu aynı zamanda yerel üretimin canlanmasına ve artmasına, çarpan etkisiyle diğer sektörler üzerinde etki yaratmasına, yerel halkın ve işletmelerin gelir elde etmesine, istihdam olanaklarının artmasına katkı sağlayacaktır. Tüm bu olumlu etkiler ise yerel ve bölgesel kalkınmaya destek sağlayacaktır.
- *Sosyo-kültürel açıdan;* yeme-içme kültürünün turistlere tanıtılması, soyut kültürel mirasın aktarılmasına katkı sunmaktadır. Yerel halk-turist arasında sosyal ve kültürel etkileşimin sağlanması sonucunda turist memnuniyeti ve tatmini, yerel halkın yaşam kalitesinin artması, yerel halkın kendileriyle gurur duymaları ve turist ile yerel halkın birbirleriyle kaynaşması sağlanacaktır.
- *Çevresel açıdan;* yerel ve otantik olanın kullanılması, biyo-çeşitliliğin korunması, turistlerin de çevre duyarlılığı ve sağlıklı gıda bilinci, karbon ayak izinin azaltılması gibi etkileriyle çevrenin korunmasında ve sürdürülebilirliğin gerçekleşmesinde katkılar sunacaktır.

Yerel mutfak, yörenin soyut kültürel mirasının dışavurumudur ve bunun tüketimi ile turistler özgün bir deneyim ve yüksek bir tatmin yaşamaktadırlar (Yıldız, 2016: 31-34). Yavaş hareketinin bir yansıması olarak günümüzde turistler kentin kalabalığından, hızlı yaşamdan kaçarak en azından tatildayken yaşam kalitelerini artırabilmek için, doğa ile başbaşa olabilecekleri, doğal besinler tüketerek, sakin bir tatil yaşayabilecekleri turizm destinasyonlarını tercih etmeye başlamışlardır. Yavaş yemek uygulamalarının gerek kentsel, gerekse kırsal özellik gösteren destinasyonlarda varlık göstermesi; doğal kaynakların değerlendirilmesine, yerel halkın sosyo-kültürel, ekonomik alanlarda refahının artmasına, destinasyonun çevresinin ve sahip olduğu kültürel değerlerin korunmasına destek sağlamaktadır. Özellikle tarımsal üretimin yerel ekonomiye hâkim olduğu alanlar, bir başka ifadeyle kırsal alanlar, kayıp bir cennetin romantik çekiciliğini korumaktadır (Hollnsteiner, 1972: 29; Berner, 2007: 15; Urry, 2015: 123-124). Yavaş yemek uygulamaları; kültürel kimliğin, geleneklerin, örf ve adetlerin dolayısıyla yaşam tarzının korunmasında, toplumsal aidiyetin oluşmasında, yerel ürünlere değer yaratmada, yerel ekonomiyi güçlendirmede, sahip olunan kaynakların sürdürülebilirliğinin sağlanmasında ve küresel rekabete karşı avantaj yaratmada destinasyonlar tarafından değerlendirilebilecek eşsiz bir potansiyel barındırmaktadır. Yavaş yemek uygulamaları; hem turist hem de yerel halkın eko-gıda ile bütünleşmelerini sağlamakta, sağlık ve çevre kalitesini artırmaktadır. Kalkınma odaklı bir yaklaşımı da içinde barındıran yavaş yemek, toplumun bedensel ve zihinsel iyiliğini (wellbeing) sağlamaktadır. Turizmde üretim ve tüketimde sürdürülebilirliğe vurgu yapan yavaş hareketi, tüm boyutlarıyla kalkınma için önemli bir model olarak görülmektedir. Yerel üretimin desteklendiği, destinasyon mimarisinin, doğasının, kültürel değerlerinin korunduğu, insanca ve daha kaliteli bir yaşama ulaşmanın amaçlandığı yavaş hareketi, iyi bir ekoturizm uygulamasıdır (Hekimci, 2014). Günümüzde 28 ülkede 182 üyesi ile genişleyen “yavaş kent hareketi” “yavaş yemek hareketini” kentsel boyuta ulaştırmıştır (cittaslowturkiye.org, 2018).

## **YÖNTEM**

### **Araştırmanın Amacı, Önemi, Sınırlılıkları ve Yöntemi**

Araştırmanın amacı; yerli turistlerin (akademisyenlerin) perspektifinden yavaş yemeği nasıl algıladıklarını öğrenmektir. Turizm sektöründe turistik arzı oluşturan destinasyonların ve işletmelerin; kendilerini farklı kılabilmek, turizmin geleceği için destinasyonun sahip olduğu mutfak kültürünün yaşatılmasını sağlayabilmek ve toplumsal sorumluluklarını yerine getirebilmek için yavaş yemek uygulamaları eşsiz bir seçenek olarak karşılıklarında durmaktadır. Bir diğer taraftan modern yaşamın bir parçası olarak görülen turizm aktivitelerine katılım, giderek artan biçimde bir yaşam biçimine dönüşmektedir. Turistlerin seyahat ve turizme yönelik tercihlerinde yeme-içme aktiviteleri, tatillerinin ve deneyimlerinin ayrılmaz bir parçasını oluşturmaktadır. Turistlerin yeme-içme aktivitelerine yönelik algılamaları; deneyim öncesi, deneyim aşaması ve deneyim sonrası yorum ve davranışları etkilemekte, turistik tercihlerine yön verebilmektedir. Bu bağlamda; çalışmada turizm aktivitelerine katılmış akademisyenlerin yavaş yemeği nasıl algıladıkları öğrenilmeye ve yavaş yemek ile ilgili deneyim sonrası yorum ve tutumlarının neler olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırmanın yapıldığı sürece kadar bir turist olarak turizm aktiviteleri içerisinde bulunmuş ve gelecekte de muhtemel bulunmaya devam edecek akademisyenlerin görüşlerinin öğrenilmesi, yavaş yemeğe yönelik algılarının nasıl olduğunun tespit edilmesi, bu hususta bir durum analizi yapabilmeyi sağlayacaktır. Yavaş yemeğe yönelik durumun yerli turist perspektifinden bilinmesi, bundan sonra yapılacak uygulamalar için sektörde değer yaratacak önerilerin geliştirilmesini sağlayacaktır.

Araştırmanın 01.03.2018-01.04.2018 tarihleri arasında yapılması, nitel araştırma yöntemlerinden derinlemesine görüşme ile durum tespiti yapılmasının tercih edilmesinden kaynaklı çalışma sonuçlarının genellemeye uygun olmaması çalışma kısıtlarını oluşturmaktadır.

Araştırmanın evrenini Marmaris Turizm MYO'da görevli toplam 17 akademisyen oluşturmaktadır. Çalışmada bilgi açısından zengin durumların seçilerek derinlemesine araştırma yapılmasına olanak tanıyan amaçlı örnekleme stratejilerinden ölçüt örnekleme seçilmiştir (Koç Başaran, 2017: 491). Bu doğrultuda Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Marmaris Turizm MYO'da görev yapan, turizm aktivitelerine katılmış, araştırmanın yapıldığı tarihlerde ulaşılabilen 16 akademisyen ile nitel araştırma yöntemlerinden derinlemesine görüşme yapılarak, yavaş yemeğe yönelik algıları tespit edilmeye çalışılmıştır. akademisyenlerin yarı yapılandırılmış sorulara verdikleri cevaplar araştırmacı tarafından yazılarak kayıt altına alınmış, veriler temel başlıklara ayrılarak frekans, sıklık ve yüzde ifadelerinin yer aldığı tablolar halinde sunulmuş ve akabinde yorumlanmıştır. Ayrıca katılımcılar tarafından verilen cevaplar katılımcılara okutularak iç geçerlilik sağlanmaya çalışılmıştır.

### **Bulgular**

Çalışma kapsamında elde edilen veriler aşağıda tablolar halinde sunulmuştur. Tablo 1'de katılımcıların yaş, cinsiyet, eğitim durumu ve gelir düzeyi değişkenlerini içeren veriler yer almaktadır.



**Tablo 1:** Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişkenler	Frekans (f)	Yüzde (%)
<b>Yaş</b>		
25-30	4	25.0
31-35	5	31.2
36-40	3	18.8
41-45	4	25.0
<b>Toplam</b>	<b>16</b>	<b>100.0</b>
<b>Cinsiyet</b>		
Kadın	8	50.0
Erkek	8	50.0
<b>Toplam</b>	<b>16</b>	<b>100.0</b>
<b>Eğitim Durumu</b>		
Lisans	1	6.2
Lisansüstü	15	93.8
<b>Toplam</b>	<b>16</b>	<b>100.0</b>
<b>Gelir Düzeyi</b>		
4.000-5.000 TL	16	100.0
<b>Toplam</b>	<b>16</b>	<b>100.0</b>

Tablo 1’de katılımcıların demografik özelliklerine yer verilmiştir. Katılımcılar “Yaş” değişkenine göre incelendiğinde; %25’i (f=4) “25-30 yaş aralığında”, %31.2’si (f=5) “31-35 yaş aralığında”, %18.8’i (f=3) “36-40 yaş aralığında”, %25’i (f=4) “41-45 yaş aralığında”dır. “Cinsiyet” değişkenine göre katılımcıların %50’si “kadın” (f=8), %50’si (f=8) ise “erkek”lerden oluşmaktadır. “Eğitim Durumu” değişkenine göre katılımcıların %93,8’i (f=15) “lisansüstü”, %6,2’si (f=1) “lisans düzeyi”nde eğitime sahiptir. “Gelir Durumu” değişkenine göre katılımcıların tamamı (f=16) “4.000-5.000 TL” aralığında gelir düzeyine sahiptir.

Tablo 2’de yavaş yemek kavramının katılımcılar için ne anlam ifade ettiğine yönelik sorulara verdikleri cevaplar yer almaktadır.

**Tablo 2:** “Yavaş Yemek” Kavramı Sizin İçin Ne Anlam İfade Ediyor?

Cevaplar	Sıralama	Frekans (f)
Geleneksel yemek üretimi ve tüketimi	1	6
Yerel/yöresel yemekler		
Sağlıklı beslenme	2	5
Yemekten keyif alma		
Organik/doğal gıda		
Sofra kültürünü yaşama, yaşatma ve paylaşma	3	3

Tablo 2’ye göre “Yavaş yemek kavramının katılımcılar için ne anlama ifade ettiğine” yönelik sorulara verilen cevaplar incelendiğinde; sıklık açısından 1. sırada “geleneksel yemek üretim ve tüketimi” ile “yerel/yöresel yemekler” (f=6); ikinci sırada “sağlıklı beslenme”, “yemekten keyif alma” ve “organik/doğal gıda” (f=5), üçüncü sırada ise “sofra kültürünü yaşama, yaşatma ve paylaşma” (f=3) yer almıştır. Verilen cevaplar genel olarak yavaş yemek felsefesinin tanınırlığının yavaş yemek ilkelerinden iyi gıda (kaliteli, lezzetli ve sağlıklı gıda) ve temiz gıda (çevreye zarar vermeyen üretim) ilkeleri

açısından yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir. Ancak adil gıda (tüketiciler için erişilebilir fiyatlar ile üreticiler için ödeme ve koşullarda adil olunması) ilkesi açısından, hiçbir katılımcı tarafından ifade edilmediği için ilgili yavaş yemek ilkesinin bilinmediği sonucuna ulaşılmıştır.

Aşağıda Tablo 3’te katılımcıların destinasyon seçimlerinde yavaş yemek uygulamalarının tercihlerini etkileyip etkilemediği sorusuna verilen cevaplar sunulmuştur.

**Tablo 3:** Destinasyon Seçiminizde Yöredeki “Yavaş Yemek Uygulamaları” Tercihlerinizi Etkiler Mi?

Cevaplar	Frekans (f)	Yüzde (%)
Evet, tercihlerimi etkiler.	10	62.5
Hayır, tercihlerimi etkilemez.	4	25.0
Kararsızım	2	12.5
<b>Toplam</b>	<b>16</b>	<b>100.0</b>

Tablo 3’e göre; “Destinasyon seçiminizde yöredeki -yavaş yemek uygulamaları- tercihlerinizi etkiler mi?” sorusuna verilen cevaplar incelendiğinde katılımcıların %62,5’i (f=10) “*evet, tercihlerimi etkiler*”, %25’i (f=4) “*hayır, tercihlerimi etkilemez*”, %12,5’i (f=2) ise “*kararsız olduğunu*” ifade etmiştir. Dünyada turistlerin %88,2’si destinasyon seçimlerinde yemeğin çok önemli olduğunu ifade etmektedirler (TÜRSAB, 2015). Yerli turistler açısından bu durum çalışmamızda yabancı turistler kadar yüksek bir oranda çıkmamış, %62.5 düzeyinde kalmıştır.

Tablo 4’te katılımcıların tatilleri esnasında yavaş yemek deneyimi yaşayıp yaşamadıkları sorusuna verilen cevaplar yer almaktadır.

**Tablo 4:** Tatiliniz/Tatilleriniz Esnasında Yavaş Yemek Deneyiminiz Oldu Mu?

Cevaplar	Frekans (f)	Yüzde (%)
Evet, yavaş yemek deneyimi yaşadım.	14	87.5
Hayır, yavaş yemek deneyimi yaşamadım.	2	12.5
<b>Toplam</b>	<b>16</b>	<b>100.0</b>

Tablo 4’de katılımcıların “Tatiliniz/tatilleriniz esnasında yavaş yemek deneyiminiz oldu mu? sorusuna verdikleri cevaplar incelendiğinde %87,5’i (f=14) “*yavaş yemek deneyimi yaşadıklarını*”, %12,5’i (f=2) “*yavaş yemek deneyimi yaşamadıklarını*” ifade etmişlerdir. Yavaş yemek deneyimi yaşamayan katılımcılar her şey dahil konseptinde tatilleri tercih ettiklerini, tüm zamanlarını tesis içerisinde geçirdiklerini ifade etmişlerdir.

Tablo 5’te katılımcılara yavaş yemek deneyimlerini nerelerde edindikleri sorusuna verdikleri cevaplar sunulmuştur.

**Tablo 5:** Yavaş Yemek Deneyimini/Deneyimlerini Nerede Yaşadınız?

Cevaplar	Sıralama	Frekans (f)
<b>Yurt içi (bölgeler): 14 katılımcı</b>		
Ege	1	11
Akdeniz	2	7
İç Anadolu	3	3
Marmara		
Güney Doğu Anadolu	4	2
Doğu Anadolu		
Karadeniz		
<b>Yurt dışı (ülkeler): 2 katılımcı</b>		
Belçika	5	1
İtalya		
İngiltere		

Tablo 5'e göre yavaş yemek deneyimi olan 14 katılımcının "Yavaş yemek deneyimi/deneyimlerini nerede yaşadıkları?" sorusuna verilen cevaplar incelendiğinde katılımcıların "tamamı yurt içinde" (f=14) ve "2 katılımcı aynı zamanda yurtdışında" (f=2) yavaş yemek deneyimi yaşadıklarını ifade etmişlerdir. Yurt içinde sıklık açısından, 1. sırada "Ege" (f=11), 2. sırada "Akdeniz" (f=7), 3. sırada "İç Anadolu" ve "Marmara" (f=3), 4. sırada "Güney Doğu Anadolu", "Doğu Anadolu" ve "Karadeniz" (f=2) yurt içindeki bölgelere göre dağılım göstermektedir. Yurt dışında ise; "Belçika", "İtalya" ve "İngiltere" (f=1) katılımcıların ifadelerine göre sıklık açısından 5. sırada yer almıştır.

Tablo 6'da katılımcılara yavaş yemek deneyimleri sonrasında algılarında değişiklik olup olmadığı ve algılarında değişiklik oldu ise nedeni sorulmuş, verilen cevaplar aşağıda sunulmuştur.

**Tablo 6:** Yavaş Yemek Deneyiminizden Sonraki Algınızda Değişiklik Oldu Mu? Neden?

Cevaplar	Frekans (f)	Yüzde (%)
Evet, yavaş yemek deneyimi sonrasında algılarımda değişiklik oldu.	9	64.3
Hayır, yavaş yemek deneyimi sonrasında algılarımda değişiklik olmadı.	5	35.7
<b>Toplam</b>	<b>14</b>	<b>100.0</b>

Tablo 6'ya göre yavaş yemek deneyimine sahip 14 katılımcıdan; % 64,3'ü (f=9) "yavaş yemek deneyimi sonrası algılarında değişiklik olduğunu", %35,7'si (f=5) "yavaş yemek deneyimi sonrası algılarında değişiklik olmadığını" ifade etmişlerdir. Kendileri için değer yaratan, beklentilerine uygun kalitede olan, katlanabilecekleri düzeyde maliyetleri bulunan, tüketimleri sonrasında memnuniyet ve tatmin yaratan yavaş yemek uygulamalarının algılamaları üzerinde etkili olduğunu ifade eden katılımcıların çoğu; yavaş yemek ürünlerini beğendiklerini, elde ettikleri deneyimin yaşam kalitelerini fiziksel, psikolojik ve sosyal açıdan artırdığını, yavaş yemeğin; duygu, düşünce ve tutumlarında olumlu yönde değişim yarattığını belirtmişlerdir. Yavaş yemek tüketmeye devam etmeye çalışmak, bireylerin kendi refahlarını önemsediklerini göstermektedir. Böylece bireylerin uzun vadede sağlıklarını olumlu biçimde etkileyeceğini söylemek yerinde olacaktır (Soonsap, 2018: 7).

Tablo 7'de katılımcılara yavaş yemek tüketmelerindeki ana sebeplerin neler olduğu sorusuna verilen cevaplar yer almaktadır.

**Tablo 7:** Yavaş Yemek Tüketiminizdeki Ana Sebepleriniz Nelerdir?

Cevaplar	Sıralama	Frekans (f)
Taze, doğal ve sağlıklı olduğunu düşünmeleri	1	8
Orijinal, yöresel yemek lezzetlerine ulaşma isteği	2	5
Yörenin yemek kültürünü tanıma isteği, merak		
Sağlıklı yaşam isteği	3	3
Geleneksel yemek kültürünü koruma isteği		
Alışkanlıklar	4	1

Tablo 7'ye göre yavaş yemek deneyimi olan 14 katılımcının "Yavaş yemek tüketimindeki ana sebepler" arasında verilen cevaplar incelendiğinde sıklık açısından, 1. sırada "taze, doğal ve sağlıklı olduğunu düşünmeleri" (f=8), 2. sırada "orijinal, yöresel yemek lezzetlerine ulaşma isteği" ve "yörenin yemek kültürünü tanıma isteği",

*merak*” (f=5), 3. sırada “*sağlıklı yaşam isteği*” ve “*geleneksel yemek kültürünü koruma isteği*” (f=3) ve 4. sırada “*alışkanlıklar*” (f=1) yer almıştır. Katılımcıların çoğunluğu yavaş yemek uygulamalarının sağlıklı olduğu inancını taşımaktadırlar. Damak tadına önem veren katılımcılar, yöresel yemek lezzetlerine ulaşarak ve farklı kültürleri tanıyarak turizm deneyimlerini zenginleştirmektedirler (Kim ve Eves 2012: 1458).

Aşağıda katılımcıların yavaş yemekten beklentilerine yönelik verdikleri cevapları içeren Tablo 8’de yer almaktadır.

**Tablo 8:** Yavaş Yemek Kalitesi, Fiyatı ve Servisi Hususundaki Beklentileriniz Nelerdir?

Cevaplar	Sıralama	Frekans (f)
Yüksek kaliteli olması	1	11
Özenli bir biçimde sunulması	2	10
Fiyatlar makul olmalı	3	5
Yüksek fiyat ödemeye razı olmaları		
Organik, doğal malzemeler kullanılması	4	4
Lezzetli, farklı tatlar sunulması		
Servis bekleme süresinin sorun olmaması		
Temiz, hijyenik olması	5	3

Tablo 8’e göre yavaş yemek deneyimi olan katılımcıların (f=14) “*Yavaş yemek kalitesi, fiyatı ve servisi hususundaki beklentileri*”ne yönelik cevapları sıklık açısından incelendiğinde; 1. sırada “*yüksek kaliteli olması*” (f=11), 2. sırada “*özenli bir biçimde sunulması*” (f=10), 3. sırada “*fiyatların makul olması*” ve “*yüksek fiyat ödemeye razı olmaları*” (f=5), 4. sırada ise “*organik, doğal malzemeler kullanılması*”, “*lezzetli, farklı tatlar sunulması*” ve “*servis bekleme süresinin sorun olmaması*” (f=4) son olarak 5. sırada “*temiz, hijyenik olması*” ifadeleri yer almıştır. Yerel ve yöresel lezzetlerden yüksek kalite bekleyen katılımcılar, kalite beklentilerini karşılayan yavaş yemekleri daha çok tercih etme eğilimi göstereceklerdir. Yavaş yemeklerin hazırlanması ve sunumunda özgünlüğün ve doğallığın korunması, işletmelere ve yöreye yönelik sadakat davranışının oluşmasına katkı sağlayacaktır (Benli, 2014: 92).

Tablo 9’da katılımcıların yavaş yemek servisi için bekleme süresine yönelik cevaplarına yer verilmiştir.

**Tablo 9:** Yavaş Yemek Servisi Çok Vakit Aldı Mı?

Cevaplar	Sıralama	Frekans (f)
Fazla beklemedikleri, zaman almadığı	1	7
Fast food’a göre zaman aldığı, ancak beklemeye değdiği	2	5
Sipariş edilen yemeğe göre bekleme süresinin değiştiği	3	2

Tablo 9’da yavaş yemek deneyimi olan katılımcılara (f=14) sorulan “*Yavaş yemek servisi çok vakit aldı mı?*” sorusuna yönelik verdikleri cevaplar incelendiğinde sıklık açısından 1. sırada “*fazla beklemedikleri, zaman almadığı*” (f=7), 2. sırada “*fast food’a göre zaman aldığı ancak beklemeye değdiği*” (f=5) ve 3. sırada “*sipariş edilen yemeğe göre bekleme süresinin değiştiği*” (f=2) ifadeleri yer almıştır.

Aşağıda Tablo 10’da katılımcıların yavaş yemek ürünlerine yönelik önerilerinin neler olduğu sorusuna verilen cevaplar sunulmuştur.

**Tablo 10:** Yavaş Yemek Ürünleri Hakkındaki Önerileriniz Nelerdir?

Cevaplar	Sıralama	Frekans (f)
Yöresel, organik, taze ürünlerin kullanılması	1	7
Reklam ve tanıtımların yapılması	2	4
Kaliteden ödün verilmemesi ve hatta yükseltilmesi	3	3
Toplumsal bilinç oluşturulması		
Mutfak kültürünün gelecek nesillere aktarılması		

Tablo 10’da katılımcıların “Yavaş yemek ürünleri hakkındaki önerileri” yer almaktadır. Bulunulan öneriler arasında sıklık açısından 1. sırada “yöresel, organik, taze ürünlerin kullanılması” (f=7), 2. Sırada “reklam ve tanıtımların yapılması” (f=4), 3. sırada “kaliteden ödün verilmemesi ve hatta yükseltilmesi”, “toplumsal bilinç oluşturulması” ve “mutfak kültürünün gelecek nesillere aktarılması” (f=3) ifadeleri yer almaktadır.

## SONUÇ

Günümüz modern insanın başa çıkmak zorunda olduğu en önemli problemlerden birisi zaman kıtlığıdır. Zamanı etkin ve verimli kullanmanın çözümü olarak hız, yaşamın hemen hemen her alanında görülen hızlanma, teknoloji ve iletişim alanında artan bir ivmeyle devam eden gelişmeler tarafından desteklenmektedir. Bu durum ise her şeyin bir taraftan hızla üretilmesine, bir diğer taraftan da hızla tüketilmesine yol açmaktadır.

Küreselleşme olarak adlandırılan, sosyal, kültürel, ekonomik ve siyasal boyutlarıyla dünyayı küçük bir köy haline getiren gelişme ve değişimler; değerlerin hızla tüketilmesine sebep olmuş ve farklılıkları ortadan kaldıran tek tipleşmenin önünü açmıştır. Toplumların birbirine benzer biçime dönüşmesi, küresel kültürün aynılaştırması, toplumları bir bilinmeyene doğru sürüklemektedir. Geçmişten bugüne taşınan, sahip olunan folklorun korunması, gelecek nesillere aktararak sürdürülebilirliğinin sağlanması için hem toplumsal, hem de küresel bilincin oluşturulması gerekmektedir. Carlo Petrini’nin öncülüğünde başlayan ve küresel ölçekte destek bulan yavaş yemek hareketi hızlı yemek üretim ve tüketimine bir tepki olarak ortaya çıkmış ve etkisi küresel boyutlara ulaşmıştır.

Turistlerin seyahatlerinde yiyecek içecek tüketimleri; fizyolojik gereksinimlerin giderilmesi yanında, sosyal ve psikolojik gereksinimlerini gideren, deneyimlerin taşıdığı sembolik anlamlar açısından turizm alan yazınında değerli ve önemli görülmektedir (Mak, Lumbers ve Eves, 2012: 1). Bu durum günümüzde turizm pazarında yürütülen çalışmalar ile desteklenerek, turistlerin seyahat edecekleri destinasyonlara karar vermelerinde yiyecek ve içeceklerin belirleyici bir unsur haline gelmesinde etkili olmuştur (Soonsap, 2018: 2).

Çalışma kapsamında turistlerin yavaş yemeği nasıl algıladıkları araştırılmıştır. Çalışmada elde edilen bulgular incelendiğinde katılımcıların genç ve eğitimlerinin yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. Gelir durumu açısından “hane halkı fertlerinin eğitim durumlarına göre yıllık ortalama esas iş gelirleri yükseköğretim mezunlarının aylık (2016) 3.295 TL’dir (TÜİK, 2016). Katılımcıların gelirleri 4.000-5.000 TL aralığı ile TÜİK verilerine göre Türkiye ortalamasının üzerinde yer almaktadır. Yavaş yemek kavramı katılımcılar için; “geleneksel yemek üretim ve tüketimi” ile “yerel/yöresel yemekler” anlamlarını taşımaktadır. Destinasyon seçimlerinde katılımcıların %62,5’i yavaş yemek uygulamalarının etkili olduğunu ifade etmişlerdir. Katılımcıların %87,5’i yavaş yemek deneyimi yaşamış ve 12 katılımcı yurt içinde, 2 katılımcı ise hem yurt içi hem de yurt dışında yavaş yemek deneyimleri

edinmiştir. Katılımcıların %64,3'ünün yavaş yemek deneyimleri algılarında değişiklik yaratmıştır. Yavaş yemek deneyimlerini tatmin edici ve memnuniyet yaratıcı bulan katılımcılar, tutumlarında olumlu yönde değişim olduğunu belirtmişlerdir. Yavaş yemek tüketmelerindeki ana sebepler arasında sıklık açısından 1. sırada taze, doğal ve sağlıklı olduğunu düşünmeleri öne çıkmıştır. Yavaş yemeğe yönelik beklentileri arasında, ifadelerdeki sıklığa göre 1. sırada yavaş yemeğin yüksek kaliteli olmasını istedikleri sonucuna ulaşılmıştır. Servis açısından fast fooda (hızlı yemek) göre hazırlık ve sunum için gerekli zaman katılımcılar tarafından bir sorun olarak görülmemekte, bekleme süreleri makul karşılanmaktadır. Katılımcıların yavaş yemeğe yönelik önerileri arasında ilk sırada yöresel, organik ve taze ürünlerin kullanılması yer almaktadır.

Türkiye bir taraftan tarımsal ürün çeşitliliği, diğer taraftan mutfak kültürü açısından eşsiz zenginlikler barındırmaktadır. Türkiye turizminde ürün çeşitlendirmesine gitmek, turizmin mevsimsellik etkisini ortadan kaldırmak, turizmden daha fazla gelir elde etmek, turizmin sürdürülebilirliğini sağlayabilmek için Türk mutfak kültürüne yönelik potansiyelin ortaya çıkartılması ve bu mirasa sahip çıkılması gerekmektedir. Destinasyonun mutfak kültürüne yönelik envanterin çıkartılması, sahip olduğu mutfak kültürünün güçlü ve zayıf yanları ile gelecekte destinasyonu bekleyen fırsatlar ile tehditlerin yapılacak GZFT (SWOT) Analizi ile belirlenmesi gerekmektedir. Özellikle destinasyonların pazarlanmasında, markalaşma çalışmalarında, yavaş yemek uygulamalarının ön plana çıkartılması, destinasyonun rekabet avantajı elde etmesini ve yavaş turistlerin destinasyona çekilmesini sağlayacaktır.

Kamu tarafından tarım, gıda, eğitim, sağlık ve turizm politikaları oluşturulurken yavaş yemeğe yönelik toplumsal bilincin ve duyarlılığın artırılması, yapılan planlar ve teşvikler ile çiftçilere ve turizm işletmelerine destekler verilmesi, söz konusu alanlarda sürdürülebilirliğin sağlanması yönünde çalışmalar artırılmalıdır. Türkiye'nin sahip olduğu mutfak kültürünün yavaş turistlerle buluşturulması bir taraftan tarım, diğer taraftan turizm cenneti olan Türkiye'nin sosyal, kültürel, ekonomik ve çevresel açıdan küreselleşmenin olumsuz etkilerinden daha az düzeyde etkilenmesine yardımcı olacaktır.

Konaklama işletmesi bünyesinde faaliyet gösteren ve müstakil olarak hizmet veren yiyecek-içecek işletmelerinin yavaş turistlerin istek ve beklentilerini karşılayabilmesi için; organik, taze, yerel/yöresel ürünler kullanmaları, kaliteden ödün vermemeleri, yavaş yemeklerin hazırlanması ve sunumunda gerekli özeni göstermeleri, sağlıklı malzemelerle hijyenik bir üretim ve tüketim ortamı oluşturmaları gerekmektedir.

Türkiye'de yavaş yemek uygulamalarının yaygınlaştırılması için;

- Kamu spotu reklamları ile toplumsal bilincin oluşturulması,
- Toplumda yaşam kalitesinin yükseltilmesi için kreşlerden başlayarak tüm eğitim hayatı boyunca çocuk ve gençlerin Türk mutfağına özgü yiyecek ve içecekleri tüketmeleri konusunda eğitilmesi ve teşvik edilmesi,
- Eğitim kurumlarında aşçılık ve gastronomi üzerine verilen eğitimlerin niteliği ve niceliğinin artırılarak eğitilmiş işgücü yaratılması,
- Yerel ürünlerin coğrafi işaretlemelerinin yapılması,
- Bir destinasyon olarak Türkiye'nin veya ülke içerisindeki alt destinasyonların tanıtımında, imaj çalışmalarında tıpkı İtalya'nın pizzasını-makarnasını diğer çekicilikler ile bütünleştirilmesi gibi, mutfak

kültürümüzden ürün/ürünler ile destinasyon çekiciliklerinin bütünleştirilerek pazarlama faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi,

- Yerel yönetimlerin yerel/yöresel mutfak envanter çalışmalarını üniversiteler ile iş birliği içerisinde gerçekleştirmesi önerilmektedir.

Çalışma Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Marmaris Turizm MYO'da görev yapan akademisyenler (yerli turistler) ile sınırlı olduğundan, yerli veya yabancı turistlere yönelik ülke çapında yapılacak -seyahat öncesi, seyahat süresi ve seyahat sonrası kapsayan- turistlerin algılarını ölçen araştırmalar ile daha kapsamlı bilgilere ulaşılarak genellemeler yapılabilir.

## KAYNAKÇA

- Benli, S. (2014). Yöresel Lezzet Deneyiminin Destinasyon İmajı ve Destinasyon Sadakati Üzerine Etkisi: Mersin'i Ziyaret Eden Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Mersin: Mersin Üniversitesi SBE Turizm İşletmeciliği ABD.
- Berner, E. (2007). Metropol İnkilemi: Küresel Toplum, Yerellikler ve Manila'da Kent Arazisi İçin Yürütülen Mücadele. A. Öncü, ve P. Weyland içinde, *Mekan, Kültür, İktidar: Küreselleşen Kentlerde Yeni Kimlikler* (s. 137-161). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Chang, R. C., ve Mak, A. H. (2018). Understanding Gastronomic İmage from Tourists' Perspective: A Repertory Grid Approach. *Tourism Management* (68), 89-100.
- Cohen, E. ve Cohen, S. A. (2012). Current Sociological Theories And İssues in Tourism. *Annals of Tourism Research* , 39 (4), 2177–2202.
- Demirhan, Y. ve Taylan, Ö. (2017). Amerikanlaşmanın Kültürel Boyutu: Diyarbakır Örneği. *Marmara Üniversitesi Siyasal Bilimler Dergisi* , 5 (2), 87-105.
- Dural, G. ve Köseoğlu, E. (2017). Destinasyon Tercihinde Kentsel Kimliğin Etkisi:Sakin Şehir Göynük Örneği. 4. *Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi* (s. 63-78). Kuşadası-Aydın: İstanbul Üniversitesi Anatolia Turizm Akademisi Nazmi Kozak.
- Fell, E. ve Lukianova, N. (2015). Fast Food and The Semiotics of Gastronomy. *Journal for Communication Studies* , 8 (2/16), 59-73.
- Güven, E. (2011). Yavaş Güzeldir: "Yavaş Yemekten Yavaş Medyaya Hızlı Tüketime Dair Bir Çözüm Önerisi. *Selçuk İletişim Dergisi* , 7 (1), 113-121.
- Hekimci, F. (2014). Sürdürülebilir Bir Yerel Kalkınma Modeli: "Yavaş Şehirler" ve Ekoturizm. *Kalkınmada Anahtar Verimlilik* (306).
- Hocaoğlu, D. (2003). Küreselleşme, Küresel Köy, Küresel Yağma ve Küresel Yoksulluk. *Yoksulluk Sempozyumu Tebliği* (s. 268-295). İstanbul: Yoksulluk: Cilt: I., Deniz Feneri Yardımlaşma ve Dayanışma Derneği.

- Honoré, C. (2010). *In Praise of Slow*. Jouve France: The Orion Publishing Group.
- Işıldar, P. (2016). Sürdürülebilirlik ve Gastronomi. H. Kurgun, & D. Bağırın Özşeker içinde, *Gastronomi (Kavramlar-Uygulamalar-Uluslararası Mutfaklar-Reçeteler) ve Turizm* (s. 45-63). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kim, Y. G. ve Eves, A. (2012). Construction and Validation of A Scale to Measure Tourist Motivation to Consume Local Food. *Tourism Management* (33), 1458-1467.
- Kinley, A. (2012). Local Food on a Global Scale: An Exploration of the International Slow Food Movement. *Journal of Integrated Studies* , 1 (3), 1-14.
- Koç Başaran, Y. (2017). Sosyal Bilimlerde Örnekleme Kuramı. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(47), 480-495.
- Mak, A. H., Lumbers, M. ve Eves, A. (2012). Globalisation and Food Consumption in Tourism. *Annals of Tourism Research* , 39 (1), 171-196.
- Mak, A. H., Lumbers, M., Eves, A. ve Chang, R. C. (2012). Factors Influencing Tourist Food Consumption. *International Journal of Hospitality Management* (31), 928-936.
- Mayer, H. ve Knox, P. L. (2006). Slow Cities: Sustainable Places in a Fast World. *Journal of Urban Affairs* , 28 (4), 321-334.
- Özşeker Bağırın, D. (2016). H. Kurgun ve D. Bağırın Özşeker içinde, *Gastronomi (Kavramlar-Uygulamalar-Uluslararası Mutfaklar-Reçeteler) ve Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Paul, B. D. (2014). From Slow Food to Slow Tourism. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series* , 137-144.
- Petrini, C. ve Padovini, G. (2011). *Slow Food Devrimi*. (Ç. Ekiz, Çev.) İstanbul: Sinek Sekiz Yayınevi.
- Ritzer, G. (2011). *Globalization: The Essentials*. West Sussex UK: John Wiley & Sons Ltd.
- Sağır, A. (2012). Bir Yemek Sosyolojisi Denemesi Örneği Olarak Tokat Mutfağı. *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic* , 7 (4), 2675-2695.
- Serdane, Z. (2017). *Slow Tourism in Slow Countries: The Case of Latvia*. Salford: Salford Business School, University of Salford.
- Sırım, V. (2012). Çevreyle Bütünleşmiş Bir Yerel Yönetim Örneği Olarak “Sakin Şehir” Hareketi Ve Türkiye’nin Potansiyeli. *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi* , 1 (4), 119-131.
- Soonsap, P. (2018). Understanding International Tourists’ Perspective on Slow Food Tourism’s Current Market in Chiang Mai, Thailand. *Proceedings of the International Conference on Tourism & Marketing* (s. 1-13). Hong Kong: ICT18 Hong Kong Conference January 19-20, 2018.



- Taş Gürsoy, İ. (2016). Küreselleşme ve Yerelleşme Ekseninde Gastronomi. H. Kurgun, & D. Bağırın Özşeker içinde, *Gastronomi (Kavramlar-Uygulamalar-Uluslararası Mutfaqlar-Reçeteler) ve Turizm* (s. 65-83). Ankara: Detay Yayıncılık.
- TÜİK. (2016). *Hanehalkı Fertlerinin Eğitim Durumlarına Göre Yıllık Ortalama Esas İş Gelirleri, 2006-2016*. Ankara: Türkiye İstatistik Kurumu.
- TÜRSAB. (2015). *Gastronomi Turizmi Raporu*. İstanbul: [https://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmi-raporu\\_12302\\_3531549.pdf](https://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmi-raporu_12302_3531549.pdf).
- Urry, J. (2015). *Mekanları Tüketmek* (2 b.). (R. G. Ögdül, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Ünal, Ç. (2016). Turizm Coğrafyasında Yeni Kavramlar "Yavaş Şehirler ve Yavaş Turizm". *Doğu Coğrafya Dergisi* (36), 13-28.
- Ünal, M. ve Zavalısız, Y. S. (2016). Küreselleşme Karşıtı Bir Hareket: Yavaş Hareketi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5 (4), 889-912.
- www.slowfood.com. (2018). 02 02, 2018 tarihinde Slow Food International: <https://www.slowfood.com/about-us/our-history/> adresinden alındı.
- yavasyasa.com. (2018). 02 09, 2018 tarihinde <http://yavasyasa.com/> adresinden alındı.
- Yıldız, Ö. E. (2016). Turistik Ürün Olarak Gastronomi. H. Kurgun, & D. Bağırın Özşeker içinde, *Gastronomi (Kavramlar-Uygulamalar-Uluslararası Mutfaqlar-Reçeteler) ve Turizm* (s. 25-44). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Zencirkıran, M. (2017). *Sosyoloji* (6 b.). Bursa: Dora Basım-Yayın-Dağıtım.

## **Perception of Slow Food Movement by Indigenous Tourists (Academicians)**

**Gizem ÖZGÜREL**

Muğla Sıtkı Koçman University, Marmaris Tourism Vocational School, Muğla/Turkey

**Cevdet AVCIKURT**

Balıkesir University, Tourism Faculty, Balıkesir/Turkey

### **Extensive Summary**

In today's world, globalization influencing the countries, people, and many important aspects of life took place in the studies of scientists. Scientists studying in different disciplines from economy to sociology and politic sciences to business administration have sometimes made their way from economic, political and cultural globalization theories and tried to explain the phenomenon of globalization. The concept of globalization which couldn't have been identified in an inclusive and common way so far has been defined in different aspects and generally dealt with the positive and negative aspects in terms of the effects it creates. Perhaps the most important effect that the globalization creates in human life is the penetration of speed into almost every aspect of life. This speed has led to changes in social, cultural, economic, technological, political and environmental life. The changes in many different areas such as tourism, communication, interaction, production, consumption, business life, social life stand as a field of observation. Although the speed in current life is expressed as a desired or desirable situation, it creates undesirable effects and unignorable negative changes in many areas notably in social life. The speed leading to the unification of the world as a common culture, especially causing monotype use in terms of culture is attempted to be explained in the phenomenon of McDonaldization and Disneying. Increasingly, societies tending to be the same cause fast living, fast production and fast consumption. In modern life, speed has become destructive to life. This has led to the ignorance of the sustainability of agriculture, be away from eating and drinking traditions, obesity problems as a result of excessive food and drink consumption, be the target of social reactions. One of these reactions, slow movement was told as an activist-activist approach advocating a slower pace of life that was developed under the guidance of Carlo Petrini. The outlet of slow movement is the slow food movement. Slow food movement; is a civilian initiative spreading across the globe, organized around rural and urban areas for fair, clean and good food by abolishing local culinary cultures, resisting to fast food and fast life. The emergence of this movement has been influenced by conscious consumers, the rise in the level of interest in high quality food, and the importance of organic and good agricultural practices. Slow food movement focused on food that has begun to be forgotten in traditional food culture, cooking patterns, maintaining people's "right to taste", and emphasizing that eating is a pleasure. It also serves to raise consciousness by creating awareness about slow food, paying attention to the value of sharing food with respect to social relations, and emphasizing the importance of using traditional methods and techniques in terms of production in agriculture. Having reached international dimensions since the beginning of the movement, the

craftsman has become an instrument of the tourism industry by proposing food and beverage production and respectful consumption.

Parallel to globalization and McDonaldization, changes and transformations in food production and consumption have also shown an impact in the tourism sector. Both accommodation facilities and catering firms in tourism destinations with the presented production and consumption of food and beverages have received and continue to take a share on global developments. Parallel to the developments in the world, the emergence of a global cuisine and a global taste creates grounds for forgetting the local/regional culinary culture, which is an important attraction in terms of tourism destinations. Culinary culture of destinations for tourists, who are escaping from daily life and looking for diversity and innovation, can mean a significant charm, an authentic tourist experience and a high level of satisfaction. The way of obtaining these meanings is related to the perception of the tourists. Tourist perceptions influence the comments and behaviours displayed during pre-experience, experience, and post-experience stages. Tourist must determine the destination of the holiday, where to stay, how to meet the food-beverage requirements of the trip, briefly, how type of holiday it will be. Food and beverage consumption may vary during the tourist travel experience as a compulsory requirement, a symbolic consumption, consumption of familiar foods, consumption of different tastes, consumption according to habits, or exhaustion of not being accustomed. Satisfaction or dissatisfaction after the tourists' experience arises as a result and has an impact on the subsequent tourist behaviours. In the researches on food consumption in literature part, it is predominantly tried to find answers to the questions which are the factors underlying the behaviour of the tourists in terms of food-beverage preferences, preferences, food-beverage selection and purchasing behaviours. In this context, it will be tried to comprehend how they perceive the slow food from the tourists' perspective with this study. Within the scope of the study; the literature part is created, the birth of the globalization and slow motion, the concept of the slow food, the reflections of slow food to tourism, and the perception of it by tourists were examined and the study was ended with the results of the research findings and recommendations.

Qualitative research has been adopted as a research method in the study. Within the scope of the study; In-depth interviews have been carried out with the academicians who work in Muğla Sıtkı Koçman University Marmaris Tourism Vocational School to obtain the required data. In-depth interview is a technique which enables to get detailed answers with open-ended questions covering all aspects related to the subject being investigated and by reaching the participants with their feelings, experiences, information and observations (Tekin, 2006:101). Data collection studies were implemented between 01.03.2018 and 01.04.2018 and required data were obtained from 16 academician participants who were available in Marmaris Tourism Vocational School during these dates. The data separated by basic headings are presented in tabular form with frequency, density and percentage data and are subsequently interpreted. The answers given by the participants to semi-structured questionnaire were written by the researcher and recorded, the internal validity was provided by keeping the participants to read the answers. When the demographic findings obtained from the study are examined; 56.2% of the participants are in the "25-35 age range" (f=9), 50% of them are "female" (f=8) and 50% of them are "male" (f=8) and 93.8% of them have "master degree" (f=15). What the "slow food concept" is meant for the participants with regard to frequency is; "traditional food

production and consumption” and “local / regional food” (f=6) in the first place; “healthy nutrition”, “enjoyment of eating food” and “organic / natural food” (f=5) in the second place; “living, supporting and sharing table culture” (f=3) in the third place. 62.5% of the participants stated that “slow food practices in destination selections affected their preferences” (f = 10). 87.5% of the participants stated that “they had a slow food experience in their holiday/holidays” (f=14). Participants with slow food experience stated that “all in the country” (f=14) and “two participants at the same time abroad” (f=2) experienced it. 64.3% of the participants with the slow food experience indicated that “a change in their perceptions after the slow food experience” (f=9). Majority of the participants expressed that the slow food practices are effective on their perceptions whether these practices create a value, provide a good quality and affordable price for themselves, and satisfy them after consumption. Besides, they stated that they liked the slow food products, the experience that they acquired increased the quality of their lives physically, psychologically and socially, and the slow food influenced their emotions, thoughts and attitudes positively. With regard to the frequency among “the recommendations regarding slow food products” of the participants are “the use of regional, organic, and fresh food” (f=7) in the first place, “advertising and giving demonstrations” (f=4) in the second place, “not making concessions in quality and even upgrading”, “formation of social consciousness” and “transferring of culinary to future generations” (f=3) in the third place. Since the study is limited with the academicians (indigenous tourists) working in Muğla Sıtkı Koçman University Marmaris Tourism Vocational School, more comprehensive information and generalizations can be obtained from the researches – covering pre-travel, travel period, and post-travel- which will be carried out nationwide for the indigenous and foreign tourists and measure their perceptions.