



Kubilay Oğraş

Gastronomik Etkinliklere Katılma Motivasyonu

Motivation To Participate In Gastronomic Events

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, kubilayogras1@gmail.com

Öz

Günümüzde gastronomi, yalnızca beslenme ihtiyacını karşılayan bir alan olmaktan çıkarak kültürel etkileşimlerin, sosyal paylaşımların ve deneyim temelli turizmin önemli bir bileşeni hâline gelmiştir. Bu bağlamda gastronomik etkinliklere katılım motivasyonlarının anlaşılması hem bireysel deneyimlerin çözümlemesi hem de etkinlik planlamasında yol gösterici olması açısından önemlidir. Bu çalışma, gastronomik etkinliklere katılan bireylerin motivasyonlarını nitel bir yaklaşımla derinlemesine incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmada, daha önce gastronomik etkinlik deneyimi yaşamış 21 bireyle yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiş ve elde edilen veriler tematik analiz yöntemiyle değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda dört ana tema belirlenmiştir: kişisel ve sosyal gelişim, deneyim kalitesi ve organizasyon, yaşam tarzına entegrasyon ve kültürel keşif ve öğrenme. Katılımcılar, gastronomik etkinliklerin yalnızca bir yeme içme deneyimi olmadığını, aynı zamanda yaratıcılığı teşvik eden, sosyal bağları güçlendiren ve kültürel farkındalığı artıran çok yönlü bir etkinlik olarak değerlendirmiştir. Elde edilen bulgular, gastronomi temalı organizasyonların bireysel gelişime katkı sunan, kültürel aktarımı destekleyen ve sosyal etkileşimi artıran yapısıyla önemli bir deneyim alanı olduğunu ortaya koymuştur.

Anahtar Kelimeler: , Kültürel Deneyim, Katılım Motivasyonu, Gastronomik Etkinlik

Abstract

Today, gastronomy has transcended its traditional role of meeting nutritional needs and has become a significant component of cultural interaction, social engagement, and experience-based tourism. In this context, understanding individuals' motivations for participating in gastronomic events is essential both for interpreting personal experiences and for guiding effective event design. This study aims to explore the motivations behind individuals participation in gastronomic events through a qualitative research approach. Semi-structured interviews were conducted with 21 individuals who had previously attended such events, and the data were analyzed using thematic analysis. The findings revealed four main themes: personal and social development, experience quality and organization, lifestyle integration, and cultural exploration and learning. Participants emphasized that gastronomic events are not merely about food and drink, but rather multifaceted experiences that foster creativity, strengthen social bonds, and enhance cultural awareness. The results demonstrate that gastronomy-themed events serve as meaningful experiential platforms that contribute to personal growth, support cultural transmission, and promote social interaction.

Keywords: Gastronomic Events, Participation Motivation, Cultural Experience

Giriş

Günümüzde gastronomi, yalnızca bireylerin temel beslenme ihtiyacını karşılayan bir alan olmanın ötesine geçerek, kültürel etkileşimlerin ve deneyim odaklı turizmin önemli bir bileşeni hâline gelmiştir (Chang, 1997'den akt. Şimşek, 2020 s.29). Özellikle gastronomik etkinlikler, bireylerin yerel lezzetlerle tanışmalarına, kültürel mirasla etkileşime geçmelerine ve sosyal deneyim kazanmalarına imkân sağlayan çok boyutlu organizasyonlar olarak öne çıkmaktadır (Küçükkömürler ve Şirvan, 2018 s.79). Son yıllarda bu etkinliklere artan ilgi, katılımcı motivasyonlarının daha derinlemesine anlaşılmasını gerekli kılmaktadır. Literatürde gastronomi festivallerinin turizm, destinasyon imajı ve ekonomik katkılarına dair çeşitli çalışmalar bulunmakla birlikte, bireylerin bu etkinliklere katılım kararlarını şekillendiren içsel ve dışsal motivasyon unsurları henüz yeterince açıklığa kavuşmamıştır. Bu doğrultuda hazırlanan bu çalışma, gastronomik etkinliklere katılım motivasyonlarını nitel bir yaklaşımla incelemeyi amaçlamaktadır.

Kavramsal Çerçeve

Dünyaca tanınan üç temel kavram, gastronominin kültürel önemini vurgular: tanınmışlık, özgünlük ve çeşitlilik. Tanınmışlık, yemek yapma ve sunum tekniklerinin diğer kültürler tarafından tanınması ve uygulanmasını ifade eder. Özgünlük, yemeklerin ve sunumlarının tamamen belirli bir ülkenin mutfağına özgü olduğunu belirtir. Çeşitlilik ise, mutfaklarda sunulan yemek çeşitlerinin bolluğunu ve farklılıklarını anlatır (Aktaş ve Özdemir, 2005 'den akt. Hatipoğlu, 2014, s.1). Bir destinasyona ait yiyecek ve içecekler, sadece turistik ürünlerin bir parçası olmakla kalmaz, aynı zamanda tek başına bir çekicilik unsuru da oluşturabilir (Eren, 2016, s.25). Gastronomiyi tam anlamıyla tanımlamak kolay değildir. Nitekim, gastronomiye dair tanım yapmaya çalışan birçok yazarın ortak noktası, bu kavramın kapsamının geniş olması nedeniyle tanımların çoğu zaman eksik kalmasıdır. Gastronomi, temelinde yeme-içme zevkini barındıran ve insan merkezli bir alan olarak değerlendirilir. Gastronomik değerler ise kültürel, coğrafi ve sosyal beslenme faktörleri gibi birçok unsura dayanır (Gillespie & Cousins, 2001, s.2).

Etkinlik Kavramı

Etkinlik, bir örgütün belirlenen amaç ve stratejik hedeflerine ulaşma sürecinde gerçekleştirdiği faaliyetlerin sonucunu ölçen bir performans boyutudur. Etkinlik, hedeflere ne ölçüde ulaşıldığını değerlendirirken, aynı zamanda planlanan etki ile gerçekleşen etki arasındaki ilişkiyi de ortaya koyar (Arslan, 2002, s.4). Yeni milenyumun yılbaşı kutlamaları, etkinliklerin artan sayısını ve televizyonun büyük organizasyonları küresel izleyicilere ulaştırma gücünü gözler önüne sermiştir (Getz, 1991, s.4). Yiyecek kültürünü sadece günlük bir ihtiyaç olmaktan çıkararak toplumsal kimliğin bir parçası hâline getirir. Bu bağlamda, yemekle ilgili düzenlenen çeşitli etkinlikler de kültürel aktarım ve toplumsal etkileşim açısından önemli bir yere sahiptir.

Gastronomi Etkinlikleri

Gastronomi festivalleri, hasat, olgunlaşma, toplama gibi alana özgü tüketim dönemlerinde gerçekleşir. Ayrıca yerel yiyecek ve içeceklerle ilgili olarak da gerçekleştirilir. (Solunoglu & Orgun, 2024 s.467). Gastronomi Etkinlikleri, kırsal alanlarda sürdürülebilirliği artırmak, sosyal ve ekonomik olarak katkıda bulunmak için bir araç olarak kullanılır (Dredge & Whitford, 2011, s. 487). Festivaller, bireylerin geçmişten getirdikleri kültürel alışkanlıkları günümüzle harmanlayarak, sınırlı zaman ve mekânda keyifli vakit geçirme, sosyalleşme ve eğlenme imkânı sunan etkinliklerdir (Atak, 2009'dan akt. Çavuş ve Gürgah, 2022, s13). Gastronomi festivalleri, bireyin yemeğe ve gastronomiye olan tutkusunu ifade etmesi açısından oldukça önemlidir (Büyükşalvarcı & Akkaya, 2018, s.454). Bu tutkuyu besleyen en önemli unsurlardan biri ise bireyleri bu tür etkinliklere katılmaya yönelten motivasyonlardır.

Motivasyon, bireylerin belirli bir hedef doğrultusunda davranış sergilemesini sağlayan ve bu süreçte gerekli isteği ve enerjiyi ortaya çıkaran psikolojik bir dinamik olarak değerlendirilmektedir (Güney, 2013, s.353). Motivasyon, insanların hedeflerine ulaşmak için içsel istek ve arzularıyla hareket etmelerini sağlayan bir süreçtir. İşletme bağlamında motivasyon hem organizasyonun hem de

Çalışanların beklentilerini karşılayan bir ortam oluşturulması ve bireyin hedeflenen davranışı sergilemeye istekli hale getirilmesi sürecidir. Bu süreç, ruhsal, bedensel ve zihinsel glerin işletme amaçlarına yönlendirilmesini içerir (Berkman v.d., 2007'den akt. Ünsar, İnan ve Yrk, 2010, s.254). Gastronomi alanında motivasyon, şeflerin ve gastronomi meraklılarının yaratıcı süreçlere katılımını artırarak yeni tarifler geliştirmeye ve kültürel bağlar kurmaya teşvik eder. Bu hem bireysel tatmini hem de gastronomi sektörünün başarısını artırır. Bu alanda bazı motivasyon teorileri vardır. Bu teorileri kapsam ve süreç teorileri olarak iki temel başlıkta incelenebilir (Ulukuş, 2024, s.249). Bireylerin güdülenme düzeyi ile işten duydukları memnuniyeti ele alan yaklaşımlar genellikle kapsam kuramları içerisinde değerlendirilir (Tütüncü ve Küçükusta, 2008, s.7-8). Süreç teorisi ise bireylerin öğrenme süreçlerini ve deneyimler yoluyla edindikleri bilgi birikimini piyasa dinamiklerine dahil etmektedir (Oğuz, 2005, s.256).

Literatür Taraması

Akturfan ve şen (2023) tarafından yapılan bu araştırmanın amacı gastronomi festivallerini ve gastronomi etkinliklerini tespit etmektir. İkincil veri toplama akademik çalışmalardan, sivil toplum örgütlerinden ve bakanlık verilerini içeren ikincil kaynaklar bulunmaktadır. Dünyada gerçekleştirilen gastronomi temalı etkinlikler bölgelere ekonomik katkı sağladığı ve çekim unsuru olduğu sonucuna varılmıştır.

Solunoğlu ve örgün (2024) tarafından yapılan çalışmada. Türkiye'deki gastronomi festivallerinin etkinlik turizmi bağlamındaki önemini vurgulamak ve mevcut durumlarını incelemek amaçlanmıştır. Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Veri toplama yöntemi olarak ise doküman analizi yapılmıştır. Gastronomi festivalleri, Türkiye'nin mutfak kültürünün tanıtımında etkili olurken, aynı zamanda ekonomik ve kültürel katkılar sağlamakta; ülkenin turistik imajını güçlendirerek kültürel diplomasi alanında da önemli bir rol üstlenmektedir sonucuna varılmıştır.

Büyükşalvarcı ve Akkaya (2018) tarafından yapılan çalışmada. Gastronomi festivallerinin etkinlik turizmi içindeki rolünü değerlendirmek ve Türkiye'deki uygulamalarını incelemek amaçlanmıştır. Nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılmış olup, her bir katılımcıya 4 açık uçlu soru yöneltilmiştir. Araştırma kapsamında 23 bireyle görüşme gerçekleştirilmiştir. Farklı beslenme alışkanlıklarına sahip olan bireylerin alternatif yiyecek-içecek deneyimini yaşamak, boş zamanlarını değerlendirmek/eğlenmek ve farklı bölgelerin yemeklerini tatmak için gastronomi festivallerine katıldıkları anlaşılmıştır.

Guzman ve arkadaşları (2017) tarafından yapılan bu çalışmanın amacı, Guayaquil, Ekvador'daki bir gastronomi festivalini ziyaret eden turistlerin, gastronomiye ilişkin algılarına göre segmentasyonunu yapmaktır. Bu çalışmada tek faktörlü ANOVA analizi gerçekleştirilmiş olup, araştırma nicel yöntemle yürütülmüştür. Festivale katılan 200 turist katılmıştır. Gastronominin, turistik destinasyonları güçlendirme potansiyeline sahip olduğu ve seyahate çıkan bireylerin destinasyondan daha fazla tatmin ve istek duymalarına katkı sağladığı anlaşılmıştır.

Özbay ve Semint (2020) tarafından yapılan çalışmada, 11. Uluslararası Pişmaniye Festivali'ne katılan bireylerin festival deneyimlerinin ve görüşlerinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmış ve festivale katılan 49 kişiyle görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların %70'i festivalin fiziki donanımını yeterli bulmuş, %94' ise festivali başkalarına tavsiye edeceğini belirtmiştir. Tavsiye nedenleri arasında ilk sırada eğlence yer alırken, bunu şehirlerini ve yöresel lezzetlerini tanıtma motivasyonu takip etmiştir.

Bekar ve Sürücü (2017) tarafından yapılan bu çalışmanın amacı, gastronomi festivallerinin destinasyon imajı üzerindeki etkilerini ve katılımcıların destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetlerini incelemektir. Çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. 200 gönüllü katılımcı anket doldurmuştur. Veriler anket formu aracılığıyla toplanmıştır. Analiz sürecinde faktör analizi, yüzde değerleri, aritmetik ortalama, standart sapma ve çoklu regresyon modeli uygulanmıştır. Destinasyonu tekrar ziyaret etme niyeti ile olumlu bir ilişki bulunduğu sonucuna varılmıştır.

Akçay ve Yavuz (2023) tarafından yapılan bu çalışmada Türkiye'deki gastronomi etkinliklerinin mevcut durumu ve şeflerin bu konu hakkındaki görüşlerini tespit etmektir. Farklı gastronomik etkinliklerde katılım göstermiş olan 17 şef ile görüşme tekniği kullanılarak nitel araştırma yapılmıştır. Türkiye'de yapılan gastronomik etkinliklerin işleyişinde bazı eksikliklerin bulunduğu sonucuna varılmıştır.

Çakmak (2023) tarafından yapılan bu çalışmada, bireylerin gastronomi festivallerine katılım amaçlarını, motivasyonlarını, memnuniyetlerini ve demografik farklılıkları belirlemeyi amaçlamaktadır. Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmış ve toplamda 1078 anket toplanmıştır. Bireylerin katılım amaçlarının, motivasyonu etkilediği ve bu motivasyonun sonucunda memnuniyet üzerinde olumlu bir etkisi olduğu anlaşılmıştır.

Sancak (2023) tarafından yapılan bu çalışmada Didim Vegan Festivali'nin, veganların yeme alışkanlıklarına hitap eden sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel etkilerini araştırmak amacıyla yapılan bu çalışmada, festivalin katılımcılar üzerindeki etkileri incelenmiştir. Bu araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış ve veri toplama aracı olarak anket formu uygulanmıştır. Araştırma, 398 kişi üzerinde gerçekleştirilmiştir. Vegan turistler, yerel halka kıyasla festivali daha olumlu algılamaktadır. Ayrıca, 25 yaş ve altı katılımcılar festivale daha olumlu yaklaşırken, yöresel yemek ve vegan yiyecek tadan katılımcılar festival hakkında daha pozitif görüşler bildirmiştir.

Cordova vd., (2021) tarafından yapılan bu çalışmada Peru'nun Puno kentinde düzenlenen "Virgen de la Candelaria" festivali sırasında şehri ziyaret eden turistlerin gastronomiyle ilgili deneyimlerini analiz etmeyi amaçlamaktadır. Özellikle turistlerin gastronomi temelli motivasyonlarını ve tatmin düzeylerini, gastronomik ilgilerine göre segmente ederek değerlendirmektedir. Bu araştırmada Nicel araştırma yöntemi uygulanmıştır. Araştırma 600 turist üzerinde gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar gastronomi ilgisine göre üç gruba ayrılmıştır: Survivors: Gastronomiye düşük ilgi, Enjoys: Orta düzeyde ilgi, Experiencers: Yüksek düzeyde ilgi En yüksek tatmin düzeyi experiencers grubunda gözlemlenmiştir. En güçlü gastronomik motivasyonlar: Kültürel deneyim ve interpersonal ilişkiler Gastronomik ilginin tatmin ve destinasyon seçimi üzerinde anlamlı etkileri olduğu bulunmuştur.

Keskin, vd., (2024) tarafından yapılan bu araştırma, gastronomi festivallerinde deneyimlenen hizmet kalitesi, unutulmaz yeme deneyimi, sadakat, davranışsal niyet ve psikolojik iyi oluş (hedonik ve eudaimonik) gibi faktörler arasındaki ilişkileri analiz etmeyi amaçlamaktadır. Festival deneyiminin katılımcıların gelecekteki davranışsal eğilimleri üzerindeki etkileri irdelenmiştir. Araştırma yöntemi olarak nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. 545 yerli turist üzerinde uygulanmıştır. Festival kalitesi, unutulmaz yemek deneyiminin tüm alt boyutlarını (üstün hizmet, lezzetli yemek, fiziksel ortam, yüksek algılanan değer) olumlu etkilemiştir.

Sandybayev (2018) tarafından yapılan bu araştırma Abu Dhabi Food Festival örneğinde, sokak yemekleri temalı gastronomi festivallerinin ziyaretçilerin duygusal tepkileri ve memnuniyet düzeyleri üzerindeki etkilerini incelemektir. Ayrıca, bu duygusal ve memnuniyet temelli faktörlerin turistlerin davranışsal niyetleri üzerindeki etkisi analiz edilmiştir. Nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. 320 kişi ile anket yapılmıştır. Festivalin atmosferi, eğlence ve duygusal deneyim, turistlerin etkinliğe olan bağlılığını artırmakta ve gelecekteki katılım niyetlerini güçlendirmektedir. Literatürde yer alan bu çalışmalar doğrultusunda, araştırmanın yöntemi aşağıda açıklanmıştır.

Yöntem

Araştırma Yöntemi ve Deseni

Bu çalışma, bireylerin gastronomik etkinliklere katılım motivasyonlarını derinlemesine anlamayı amaçlayan nitel bir araştırmadır. Araştırmada, katılımcıların deneyimlerine ve bu deneyimlere yükledikleri anlamlara odaklanmak amacıyla olgu bilim (fenomenoloji) deseni benimsenmiştir. Fenomenolojik desen, belirli bir olguya ilişkin bireysel farkındalık, algı ve anlamlandırmaları açığa çıkarmak için uygun bir yaklaşım sunmaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2016). Gastronomik etkinliklere katılım gibi çok boyutlu ve öznel bir olguyu anlamaya yönelik olarak bu desen tercih edilmiştir. Araştırmanın çalışma grubunu, daha önce en az bir kez gastronomik etkinliğe katılmış bireyler oluşturmaktadır. Katılımcı seçiminde temel ölçüt, bireylerin geçmişte gastronomik bir etkinlikte doğrudan deneyim yaşamış olmalarıdır. Araştırmanın çalışma grubunu, daha önce en az bir kez gastronomik etkinliğe katılmış 21 birey oluşturmaktadır. Katılımcı sayısı, veri doygunluğuna ulaşılması esas alınarak belirlenmiştir. Görüşmeler sırasında, yeni veri üretiminin durduğu ve tekrarların başladığı noktada veri toplama süreci sonlandırılmıştır. Veri toplama sürecinde yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Bu form, gastronomik etkinliklere katılım nedenleri, deneyim süreçleri, tatmin düzeyleri ve kişisel yansımalar gibi temalara odaklanan açık uçlu sorular içermektedir (Yıldırım & Şimşek, 2016; Patton, 2002). Görüşme formunda yer alan açık uçlu sorular, tüm katılımcılara aynı sırayla yöneltilmiş, ancak katılımcıların cevaplarında serbest ifadelerine olanak tanınmıştır. Görüşme sürecinde formdaki sorulara bağlı kalınmış, ancak veri üretimi açısından açıklayıcı ve derinleştirici yanıtlar alınması amaçlanmıştır. Görüşmeler, çoğunlukla yüz yüze veya çevrim içi sesli görüşmeler şeklinde gerçekleştirilmiş olup, her biri yaklaşık 15–20 dakika sürmektedir. Katılımcılardan araştırma hakkında bilgilendirme yapıldıktan sonra sözlü onam alınmış ve görüşmeler ses kaydı ile kaydedilmiştir. Tüm görüşmeler araştırmacı tarafından yürütülmektedir. Görüşmeler tamamlandıktan sonra elde edilen ses kayıtları yazılı metne dönüştürülerek analiz edilmiştir. Verilerin analizi sürecinde tematik analiz yöntemi kullanılmıştır. Bu analiz yöntemi, verilerdeki tekrar eden temaları belirlemeye ve bu temalar doğrultusunda motivasyon unsurlarını sınıflandırmaya olanak tanımaktadır (Braun & Clarke, 2006). Kodlama sürecinde MAXQDA yazılımı aracılığıyla analiz yapılmıştır.

Bulgular

Araştırma kapsamında elde edilen veriler, gastronomik etkinliklere katılan bireylerin deneyimlerini ve katılım motivasyonlarını farklı boyutlarıyla ortaya koymaktadır. Katılımcıların anlatımlarında, gastronomik etkinliklerin yalnızca yeme içme eyleminden ibaret olmadığını, aynı zamanda sosyal bağ kurma, kültürel keşif, estetik tatmin ve kişisel gelişim gibi çok yönlü deneyimler sunduğu gözlemlenmiştir. MAXQDA programı aracılığıyla yapılan içerik analizi sonucunda elde edilen bulgular, “kişisel ve sosyal gelişim”, “deneyim kalitesi ve organizasyon”, “yaşam tarzına entegrasyon” ve “kültürel keşif ve öğrenme” gibi ana temalar altında sınıflandırılmıştır. Bu temalar doğrultusunda yapılan analiz, katılımcıların gastronomik etkinliklere yönelik motivasyonlarının çok boyutlu ve öznel olduğunu ortaya koymaktadır. Elde edilen verilere kelime bulutu analizi yapılmış ve bu analiz katılımcıların en çok tekrar ettiği kelimelerin neler olduğuna genel bir bakış açısı ile ortaya konulmaya çalışılmıştır. Kelimeler en az 10 kez tekrarlanma şartı konularak kelime bulutu oluşturulmuştur. Buna göre gastronomik kelimesi dışında en çok tekrar eden kelimeler birlikte, keyifli, evde, yeni, değişti, çocuklar, insanlarla, bilgi vb. kelimeler olmuştur. Buna göre genellikle katılımcıların çocukların sosyalleşmesi ve yeniliklere açık olması, insanlarla sosyalleşme alanı, evde uygulanabilir olması ve keyifli zaman gibi şeyler için gastronomik etkinliklere katıldığı çıkarımı yapılmıştır.

2. Deneyim Kalitesi ve Organizasyon (Toplam: 20 Kod)

- 2.1 Malzeme ve Ortam Kalitesi (6)
- 2.2 Çocuklarda Yaratıcılık ve Özgüven (3)
- 2.3 Görsel Estetik ve Sunum (11)

Bu temada katılımcılar, etkinliğin genel kalitesine ilişkin değerlendirmeler yapmıştır. "Malzeme ve Ortam Kalitesi" alt temasında kullanılan ürünlerin niteliği, hijyen, mekân düzeni ve ortam atmosferi öne çıkmıştır. "Çocuklarda Yaratıcılık ve Özgüven" alt temasında çocukların aktif katılım sağlayarak hem özgüven kazandıkları hem de mutfakta yaratıcı davranışlar geliştirdikleri belirtilmiştir. "Görsel Estetik ve Sunum" alt temasında ise özellikle ürünlerin estetik sunumu ve sosyal medya üzerinden paylaşılabilişliği dikkat çekmiştir.

Katılımcıların bu alt temalarla ilgili bazı cevaplarının betimsel analizi;

K5

"Ayrıca açık hava mutfak atölyeleri, bahçede pasta yapma gibi konseptler"

Malzeme ve Ortam Kalitesi

K7

"Acaba kızımın hayal gücünü tetikleyebilir miyiz?" diye düşündüm."

Çocuklarda Yaratıcılık ve Özgüven

K12

"Etkinliğin sosyal medya sayfasındaki görseller çok profesyonel ve samimiydi."

Görsel Estetik ve Sunum

3. Yaşam Tarzına Entegrasyon (Toplam: 29 Kod)

- 3.1 Düzenli Katılım Alışkanlığı (11)
- 3.2 Evde Uygulama ve Yaratıcılık (5)
- 3.3 Sağlıklı ve Bilinçli Beslenme (13)

Bu tema altında, gastronomik etkinliklerin bireylerin yaşam tarzlarına olan etkileri değerlendirilmiştir. "Düzenli Katılım Alışkanlığı" alt temasında etkinliklerin bir rutin haline gelmeye başladığı ve katılımcıların bu tür organizasyonları takip ettiği görülmektedir. "Evde Uygulama ve Yaratıcılık" alt temasında ise öğrenilen tekniklerin ev ortamında uygulanması ve özellikle çocuklarla birlikte mutfakta yaratıcı etkinlikler yapılması öne çıkmaktadır. "Sağlıklı ve Bilinçli Beslenme" alt temasında ise katkısız, doğal ve besleyici içeriklere yönelim ile beslenme farkındalığında artış gözlemlenmiştir.

Katılımcıların bu alt temalarla ilgili bazı cevaplarının betimsel analizi;

K17

"Daha sık katılmaya başladığım için artık daha seçici davranıyorum; etkinliğin içeriğinin derinliğine, eğitmenin uzmanlığına ve kullanılan malzemelerin kalitesine daha çok dikkat ediyorum."

Düzenli Katılım Alışkanlığı , malzeme ve ortam kalitesi

K18

"Evde pratik ve lezzetli şeyler yapabilmek benim için önemli.....Pasta atölyesi evde misafir ağırlarken çok işime yaradı,.....sushi ise dışarıda yediğimde çok para ödediğim bir şeyi evde yapabilmek imkanı sundu."

Evde Uygulama ve Yaratıcılık

"Şimdi oğlumla birlikte "ev yapımı" pasta tarifleri deniyoruz. Şeker oranını kendimize göre ayarlıyoruz."

Sağlıklı ve Bilinçli Beslenme

4. Kültürel Keşif ve Öğrenme (Toplam: 28 Kod)

- 4.1 Kültürel Farkındalık (13)
- 4.2 Yeni Beceriler ve Teknikler Öğrenme (2)
- 4.3 Damak Zevkinin Genişlemesi (13)

Katılımcılar, gastronomik etkinlikler aracılığıyla farklı mutfaklara ve kültürlere dair farkındalık kazandıklarını ifade etmiştir. "Kültürel Farkındalık" alt temasında farklı yöresel ya da uluslararası mutfaklara ait tariflerin uygulanması sayesinde kültürlerarası öğrenmenin teşvik edildiği görülmektedir. "Yeni Beceriler ve Teknikler Öğrenme" alt temasında ise temel mutfak becerilerinin geliştirilmesi, yeni pişirme tekniklerinin öğrenilmesi gibi kazanımlar dile getirilmiştir. "Damak Zevkinin Genişlemesi" alt temasında ise daha önce deneyimlenmeyen lezzetlere açık olma, yeni tatlara karşı ilgi geliştirme gibi duyuşsal ve estetik yönelimler ön plana çıkmıştır. Katılımcıların bu alt temalarla ilgili bazı cevaplarının betimsel analizi;

K20

"Bu da kültürel bir dönüşüm bence, tüketici olmaktan üretici olmaya geçiyoruz."

Kültürel Farkındalık

K4

"Çilek ve limon karışımı gibi yeni tatlar keşfettik."

Damak Zevkinin Genişlemesi

K14

"Hangi kremlerin daha iyi tuttuğunu, şeker hamurunun nasıl açıldığını öğrendim."

Yeni Beceriler ve Teknikler Öğrenme

Bu analiz sonuçları doğrultusunda, gastronomik etkinliklerin sadece eğlenceli bir aktivite değil, aynı zamanda bireysel gelişim, kültürel farkındalık ve sağlıklı yaşam alışkanlıklarına katkı sağlayan çok yönlü bir deneyim sunduğu ortaya konulmuştur.



Şekil 2. Ana ve Alt Tema Kod Bulutu Analizi

Yukarıda şekil 2’de verilen ana ve alt tema kod bulutu analizinde, katılımcı görüşlerine dayanan ana ve alt tema kavramların sıklığı ve vurgusunu görsel olarak temsil eden bir kod bulutu analizidir. Kod bulutunda yer alan ifadeler, analiz sürecinde geliştirilen ana temalar ile bunlara bağlı alt temaların yoğunluğunu yansıtmaktadır. Görselde yer alan kavramların büyüklükleri, katılımcıların söylemlerinde ne düzeyde tekrarlandıklarını ve hangi kavramların daha merkezi bir yer tuttuğunu betimlemektedir. Örneğin, “Kültürel Keşif ve Öğrenme”, gastronomik etkinlikler aracılığıyla edinilen kültürel bilgiler ve farklı mutfaklara dair farkındalıkların sıklıkla vurgulanması nedeniyle görselde baskın olarak yer almaktadır. Bununla birlikte, bu ana temanın alt kavramları olan “Kültürel Farkındalık”, “Görsel Estetik ve Sunum” veya “Yeni Beceriler ve Teknikler Öğrenme” gibi ifadeler de kod bulutunda yer almakta ve tematik ayrışmayı daha detaylı biçimde göstermektedir. Elde edilen bulguların tematik çeşitliliğini nitel bir özet olarak sunmaktadır. Kod bulutunun oluşturulmasında kullanılan kavramlar, çalışmanın kodlama şeması doğrultusunda oluşturulmuştur.

SONUÇ

Bu araştırma, gastronomik etkinliklere katılan bireylerin motivasyonlarını çok boyutlu bir perspektifle ele alarak, katılım nedenlerinin yalnızca beslenme veya eğlenceyle sınırlı olmadığını, kültürel, sosyal, duygusal ve estetik yönleri de içeren zengin bir deneyim alanına işaret ettiğini ortaya koymuştur. Nitel araştırma desenine uygun olarak elde edilen bulgular, gastronomik etkinliklerin bireylerin yaşamlarına farklı düzeylerde dokunduğunu göstermektedir. Katılımcıların ifadeleri, gastronomik etkinliklerin sadece tüketim amaçlı bir eylem değil, aynı zamanda kişisel gelişim, sosyal bağ kurma, kültürel öğrenme ve yaratıcı ifade alanı sunduğunu göstermektedir. Araştırmada elde edilen tematik bulgulara göre bireylerin bu etkinliklere katılımında dört ana boyut ön plana çıkmaktadır: kişisel ve sosyal gelişim, deneyim kalitesi ve organizasyon, yaşam tarzına entegrasyon ve kültürel keşif ve öğrenme. Katılımcılar, özgüven kazandıklarını, çocuklarıyla birlikte yaratıcı ve öğretici etkinlikler gerçekleştirdiklerini ve benzer ilgi alanlarına sahip bireylerle etkileşim kurma fırsatı bulduklarını belirtmişlerdir. Özellikle ebeveyn-çocuk ilişkilerinde bu tür etkinliklerin ortak üretim ve paylaşım zemininde ilişkileri güçlendirdiği görülmüştür. Ayrıca, etkinliklerin sağladığı görsel estetik ve sosyal medya üzerinden paylaşılabirlik gibi unsurlar, bireylerin estetik beklentilerini karşılamaının yanı sıra sosyal görünürlüğe de katkı sağlamaktadır. Bir diğer önemli bulgu, gastronomik etkinliklerin bireylerin günlük yaşam pratiklerine entegre edilebilmesi ve öğrenilen bilgi ve becerilerin ev ortamına taşınabilir olmasıdır. Katılımcıların evde uygulanabilir tarifler edinmeleri, sağlıklı beslenme farkındalığının artması ve etkinliklerin yaşam rutini içinde yer edinmesi, bu organizasyonların sürdürülebilirliğine dair önemli ipuçları sunmaktadır. Ayrıca kültürel çeşitlilikle tanışma, yeni tatlar keşfetme ve geleneksel mutfaklara dair farkındalık geliştirme gibi çıktılar, bu etkinliklerin sadece bireysel düzeyde değil, kültürel aktarım ve korunma bağlamında da işlevsel olduğunu göstermektedir. Bu çalışmanın sonuçları, gastronomi turizmi literatüründe yer alan birçok kuramsal çerçeveye uyumluluk göstermekte, özellikle motivasyon teorileri kapsamında bireylerin içsel güdülenmelerine dair nitel veriler sunmaktadır. Ayrıca araştırma bulguları, gastronomi festivallerinin sadece destinasyon tanıtımı veya ekonomik katkı amacıyla değil aynı zamanda bireylerin psikolojik ve kültürel doyumlarını sağlayacak biçimde tasarlanmasının önemine işaret etmektedir. Sonuç olarak, gastronomik etkinlikler bireyler için hem bilişsel hem de duyuşsal düzeyde zenginleştirici bir deneyim sunmakta. Öğrenme, paylaşma, keşfetme ve estetik tatmin gibi farklı ihtiyaçlara yanıt vermektedir. Bu bağlamda, benzer etkinliklerin planlanmasında katılımcı motivasyonlarını merkeze alan ve deneyim çeşitliliğini artırmayı hedefleyen bütüncül yaklaşımların benimsenmesi önerilmektedir. Gelecekte yapılacak araştırmalarda, farklı demografik grupların motivasyonlarını karşılaştırmalı olarak ele almak ve uzun vadeli katılım davranışlarını izlemek, gastronomi turizmi alanına daha derinlikli katkılar sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Akçay, S. Z., & Yavuz, G. (2023). *Türkiye'deki şeflerin bakış açısıyla gastronomi etkinliklerinin değerlendirilmesi*. Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 20(3), 368-388.
- Akturfan, M., & Şen, A. (2023). Rekreasyon turizmi bağlamında gastronomi temalı festivaller. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 13(1), 230-244.
- Arslan, A. (2002). Kamu harcamalarında verimlilik, etkinlik ve denetim. *Maliye dergisi*, 140(2), 1-14.
- Bekar, A., Kocatürk, E., & Sürücü, Ç. (2017). *Gastronomi festivallerinin algılanan destinasyon imajına ve tekrar ziyaret etme niyetine etkisi: Fethiye Yeşilüzümlü ve yöresi kuzugöbeği mantar festivali örneği*. Journal of Tourism & Gastronomy Studies, 5(Special Issue 2), 28-36.
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.
- Büyükşalvarcı, A., & Akkaya, R. A. A. (2018). The evaluation of gastronomy festivals as events tourism. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 67(6), 452–467.
- Güney, S. (2013). Davranış bilimleri. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Cordova-Buiza, F., Gabriel-Campos, E., Castaño-Prieto, L., & García-García, L. (2021). *The gastronomic experience: motivation and satisfaction of the gastronomic tourist—the case of Puno city (Peru)*. Sustainability, 13(16), 9170
- Çakmak, M. (2023). *Gastronomi festivallerine katılım amacı, motivasyon ve memnuniyet ilişkisi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi
- Çavuş, A., & Gürgah, A. (2022). Etkinlik turizmi kapsamındaki festivallerin yerel halk üzerindeki olumsuz etkilerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma: Uluslararası

- Silifke Müzik ve Folklor Festivali örneği. *Journal of Silk Road Tourism Research*, 2(1), 12–23.
- Dredge, D., & Whitford, M. (2013). Event tourism governance and the public sphere. In *Tourism Governance* (pp. 69-89). Routledge
- Eren, R. (2016). Türkiye'nin gastronomi imajı, ziyaretçilerin bilgi kaynakları ve harcamaları. *Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.*
- Elshaer, I. A., Azazz, A. M. S., & Hammad, R. (2023). The impact of street and food festivals in gastronomic tourism through visitor's emotions and satisfaction: A case of Abu Dhabi food festival. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(3), 2376.
- Getz, D. (1991). *Festivals, special events, and tourism* (p. 374pp).
- Gillespie, C., & Cousins, J. (2001). *European gastronomy into the 21st century*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780080494845>
- Hatipoğlu, A. (2014). *Osmanlı saray mutfakları'nın gastronomi turizmi çerçevesinde incelenmesi* (Doctoral dissertation, Sakarya Üniversitesi (Turkey)).
- Keskin, Emrah, et al. "How do gastronomic festivals trigger behavioral intentions? The role of hedonic and eudaimonic well-being." *Journal of Hospitality and Tourism Insights* 7.2 (2024): 986-1009.
- Küçükkömürler, S., Şırvan, N. B., & Sezgin, A. C. (2018). Dünyada ve Türkiye'de gastronomi turizmi. *Uluslararası Turizm Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(2), 78–85.

- López-Guzmán, T., Uribe Lotero, C. P., Pérez Gálvez, J. C., & Ríos Rivera, I. (2017). *Gastronomic festivals: Attitude, motivation and satisfaction of the tourist*. *British Food Journal*, 119(2), 267-283
- Oğuz, F. (2005). Bilgi, regülasyon ve rekabet: Bir piyasa süreci yaklaşımı. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6(2), 253–267.
- Özbay, G., & Semint, S. (2020). *Gastronomi temalı festivallerde katılımcı deneyimi üzerine bir araştırma: Uluslararası Pişmaniye Festivali örneği*. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (38), 315-341.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods* (3rd ed.). Sage Publications.
- Sancak, B. (2023). *Gastronomi turizmi kapsamında Didim Vegan Festivali etkilerinin incelenmesi: Katılımcıların algıları üzerine bir araştırma* (Yüksek lisans tezi, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Türkiye).
- Solunoglu, A., & Orgun, E. (2024). Gastronomy festivals in the development of event tourism and the current situation in Turkey. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 16(4), 464-473.
- Şimşek, A. (2020). Ziyaretçilerin gastronomik faaliyetlere katılım niyetlerinin belirlenmesi: Erzurum örneği. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(3), 28–43.
- Tütüncü, Ö. ve Küçükusta, D. (2008). Organizasyonlarda Bireyler: Tutum,
- Ulukuş, K. S. (2024). Motivasyon teorileri ve lider yöneticilik unsurlarının bireylerin motivasyonuna etkisi. *The Journal of Academic Social Science*, 25(25), 247–262.

Ünsar, A. S., İnan, A., & Yürük, P. (2010). Çalışma hayatında motivasyon ve kişiyi motive eden faktörler: Bir alan araştırması. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(1), 248–262

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2016). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Etik Beyan

“Gastronomik Etkinliklere Katılma Motivasyonu” başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir.