Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Dergisi
International Rural Tourism and Development Journal
E-ISSN: 2602-4462 5(2) 2021

Aydın'da Arkeoloji ve Tarımın Turizm Potansiyeline Katkısı

Ferit ÇOBANOĞLU[1,*] Renan TUNALIOĞLU[1] Naciye TOK[2]

[1]Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü
[2]Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Atça Meslek Yüksekokulu

*Corresponding author e-mail:ferit.cobanoglu@adu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-7706-2993
Recieved: 01.12.2021 Accepted: 31.12.2021

Özet

Aydın ili sahip olduğu tarihi miras ve kültür bağlamında, arkeoloji ve tarımsal üretim imkanlarının, yörenin turizm potansiyeline önemli katkılar sunacağı öngörülmektedir. Bu çalışmanın amacı, yukarıda bahsedilmiş olan bileşenlerin, ilin turizm potansiyeline olan olası katkılarını belirli düzeyde de olsa ortaya koyabilmektir. Bunun için, detaylı bir literatür taraması yapılarak, sonuç ve bulgular kapsamlı olarak analiz edilerek, sentezlenmiştir. Turizm, tarımdan sonraki ikinci önemli gelir kaynağıdır. Türkiye genelinde, 2019 yılı verilerine göre 172 milyar dolarlık ihracat yapılmasına karşın, yaklaşık olarak 35 milyar dolar turizm geliri elde edilmektedir. Yine 2019 yılı için, 203 milyar dolarlık ithalat yapılırken, turizm kaynaklı 4,5 milyar dolar turizm gideri söz konusudur. Aydın'da Aydın Müzesi ve buna bağlı Yörük Ali Efe Etnografya Müzesi, Afrodisias Müzesi ve buna bağlı Karacasu Etnografya Müzesi, Milet Müzesi, Çine Kuva-i Milliye Müzesi, Çine Arıcılık Müzesi ve Nazilli Etnografya Müzesi olmak üzere 8 müze ile 21 önemli ören yeri mevcuttur. Yine ilin çok zengin gastronomik ürün çeşitleri bulunmaktadır. Yöre birçok tarımsal ürün üretiminde, Türkiye genelinde ilk sıralarda bulunmaktadır. Bunlardan bazıları şunlardır: Zeytin (1.), incir (1.), kestane (1.), pamuk (2.), çilek (2.). Bu ürünlerden elde edilen birçok işlenmiş tarım ürünü de tüketiciler tarafından yoğun olarak tercih edilmektedir. Aydın ili turizm potansiyeli, bölgede önemli bir katma değer ve çok boyutlu bir katkı oluşturmakla birlikte, hedeflenen yüksek düzeye çıkarılmasında, tarım ve arkeoloji bağlamında, tarihi ve kültürel miras ve değerlerinin payının da oldukça önemli olduğu düşünülmektedir. Bununla birlikte, söz konusu üç bileşen ve bunun altındaki çok sayıda alt bileşenin, daha etkin olarak kullanılıp, bütünleştirilme imkanlarının değerlendirilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Gastronomi, Kültürel Miras, Tarım, Arkeoloji, Turizm*

The Contribution of Archaeology and Agriculture to Tourism Potential in Aydın

Abstract

It is predicted that in the context of historical heritage and culture that Aydın province has, archeology and agricultural production opportunities will make significant contributions to the tourism potential of the region. The aim of this study is to reveal the possible contributions of the above-mentioned components to the tourism potential of the province, albeit at a certain level. For this purpose, a detailed literature review was made, and the results and findings were analysed and synthesized in detail. Tourism is the second most important source of income after agriculture. Despite the export of 172 billion dollars according to the data of 2019, tourism income is approximately 35 billion dollars in Turkey. On the other hand, while there was 203 billion dollars of imports in 2019, there is a tourism expenditure of 4.5 billion dollars from tourism. Aydın Museum and its affiliated Yörük Ali Efe Ethnography Museum, Aphrodisias Museum and its Karacasu Ethnography Museum, Miletus Museum, Çine Kuva-i Milliye Museum, Çine Beekeeping Museum and Nazilli Ethnography Museum, there are 8 museums and 21 important ruins. Again, the

province has a very rich variety of gastronomic products. The region is in the first place in the production of many agricultural products throughout Turkey. Some of these are as follows: Olive (1st), fig (1st), chestnut (1st), cotton (2nd), strawberry (2nd). Many processed agricultural products obtained from these products are also heavily preferred by consumers. Although the tourism potential of Aydın province creates an important added value and multidimensional contribution in the region, it is thought that the share of historical and cultural heritage and values in the context of agriculture and archeology is very important in increasing the targeted high level. However, it is thought that these three components and many sub-components under them should be used more effectively, and their integration possibilities should be evaluated.

Key Words: *Gastronomy, Cultural Heritage, Agriculture, Archeology, Tourism*

1. Giriş

Belirli bir coğrafyada, kültürel miras ile toplumsal gelişmenin, yüksek düzeyli bir ilişki çerçevesinde geliştiği ifade edilebilir. Türkiye'nin geneli olduğu gibi Aydın ilinin sahip olduğu coğrafya, arkeoloji ve tarımsal potansiyel için önemli bir zenginliğe sahipken, bunların yöresel ekonominin yanında, turizm potansiyeline de önemli etkilerinin olduğu ifade edilebilir.
Belirli bir bölgenin gelişmesi ve kalkınmasında, sahip olunan yer altı ve yer üstü zenginliklerin yanında, beşerî özellikler, girişimcilik, sermaye birikimi gibi birçok bileşenin etkilerinin ayrı ayrı ve birlikte oldukça yüksek olduğu öngörülmektedir.

Coğrafya biliminin, merkezine insan ve mekanı alarak, bunlar arasındaki korelasyonu dikkate alıp, toplum ve doğal çevre arasındaki karmaşık ekosistemi incelediği belirtilmektedir [1].

Fiziki coğrafya ve beşerî coğrafya olarak iki ana kola ayrılan coğrafyanın, esas olarak arkeoloji ve tarım kapsamında turizme olan katkılarını belirleyebilmek için beşeri coğrafya üzerinde odaklanılması daha doğru olacaktır. Beşeri coğrafya alt bilim dallarının, tarihsel süreçte toplumsal gelişme üzerindeki etkilerini ortaya koyabilmeye yönelik olarak beşeri coğrafyanın çeşitli alt bilim dalları üzerinde durulması da önemli görülmektedir. Bunlar [1]: (i) Nüfus coğrafyası, (ii) Yerleşme coğrafyası, (iii) Siyasi coğrafya, (iv) Tarihi coğrafya, (v) Ziraat coğrafyası, (vi) Sanayi coğrafyası, (vii) Ticaret coğrafyası, (viii) Enerji coğrafyası, (ix) Turizm coğrafyası, (x) Ulaşım coğrafyası.

Ayrıca, coğrafya ile tarih, antropoloji, etnoloji, sosyoloji, ekonomi ve arkeoloji gibi bilim dallarının, birçok araştırma sorusu veya hipotezinin cevaplanabilmesi için birlikte ele alındığı da birçok çalışmada ortaya konulmaktadır [1].

Ekonomik bir coğrafi faaliyet olan turizm, beşeri coğrafyanın alt bilim dallarından birisini oluşturmaktadır. Çok yönlü bir ilişki ağına sahip olan turizm, önemli düzeyde sosyal, psikolojik, çevresel ve ekonomik etkilere sahiptir [2].

Dünya genelinde nüfus popülasyonundaki artış, uygun olmayan arazi kullanım özellikleri ve çeşitli ekonomik faaliyetler sonucu olarak doğal alanların bozulduğu vurgulanmaktadır. Bu çerçevede, sürdürülebilir yaşam ve buna yönelik doğal ortamların oluşturulabilmesi için eko turizm kavramı son yıllarda kullanılmakta ve geliştirilmektedir. Dünya genelinde, belirli bir yöreye, turistleri çekebilmek için üç özelliğin bulunması gerektiği belirtilmektedir. Bunlar: (i) Çekicilikler, (ii) Erişim, (iii) Konaklama. Buna turizm 3 A (attractions, accessibility, accomodation)'sı da denilmektedir [3]. Türkiye geneli ve Aydın ilinin, sahip olduğu geniş kaynakları ve özellikleri ile yeterli düzeyde turist çekme kapasitesine sahip olduğu, güçlü bir şekilde ifade edilmelidir.

Türkiye'de yedi coğrafi bölge, turizm faaliyetlerinin gelişebilmesi için çok zengin ve çeşitli doğal güzellikleri, çekicilikleri, uygarlık ürünleri, farklı yerleşme özellikleri, kırsal ve kentsel bölgelere sahiptir. Türkiye'de turizm faaliyetlerinin gelişmesinde etkili olan coğrafi özellikler, doğal ve

beşeri faktörler olarak iki kategoride değerlendirilebilir. Doğal faktörler olarak; topoğrafik özellikler, akarsular, göller, yaylalar, şelaleler ve çağlayanlar, yat ve kruvaziyer turizmi, mağaralar ve yer altı şehirleri, kıyı şekilleri ve plajlar, jeolojik özellikler, sağlık turizmi, iklimsel özellikler, doğal bitki örtüsü yer almaktadır. Beşeri faktörler olarak ise; tarihi ve kültürel kaynaklar ile ekonomik kaynaklar olmak üzere esas olarak iki başlık altında değerlendirildiği belirtilmektedir [1].

Arkeolojik turizm kapsamında, arkeolojik sit ve müzelere yapılan turların önemli bir turizm tipi olduğu ifade edilebilir. Bu turlar ile halkın kültür düzeyi, kültürlerin gelişim süreci öğrenilerek artmakta, arkeolojik kalıntıları koruma bilinci gelişmekte, bölgesel ve ulusal düzeyde önemli bir kazanç oluşturan bir turizm çeşidi gelişmiş olmaktadır [4].

Yerleşmeler (şehirler, köyler), kaleler, anıtsal tek yapılar (köprü vb.), müzeler, arkeolojik turizmin başlıca dağılım alanları olarak belirtilmektedir. "Mekana bağlı olanlar" ve "mekana bağlı olmayanlar" olarak arkeolojik turizmin elemanları sınıflandırılabilir. Konutlar, yapılar, tiyatro vb. yapılar, yerleşim yerinde mekana bağlı unsurlardır. Müzelerde sergilenen aletler, heykeller, takılar, eşyalar mekana bağlı olmayıp, ait olduğu bölgeden ve fonksiyonundan uzakta yer değiştirmiştir. Ayrıca, bir müzeye de bağlı olmaksızın, dünya müzelerini de dolaşabilirler [4].

Kalıntılara ait kültürler hakkında bilgiye sahip olunması, arkeolojik turizmin, kültür turizmi olması için önemli bir gerekliliktir. Arkeoloji bilim kapsamında, sitin keşfi ve analizi önemli bir durumdur. Eski kültürlere ait yapı, alt, malzeme gibi kanıtları, çeşitli yöntem ve araçlar ile yeryüzüne çıkaran arkeoloji, yerini, zamanını ve işlevini belirlemektedir. Böylelikle, süreç aslına uygun olarak yeniden kurularak, organize edilmiş olmaktadır. Bilgi, arkeolojinin turizme sağlamış olduğu en önemli katkıdır. Arkeolojik bilgi ve veriler olmazsa, bu sit alanlarının turist için bir önem ve anlamı bulunmamaktadır [4].

Arkeoloji ve turizm arasında, ekonomik açından da önemli bir ilişki olduğu bildirilmektedir. Arkeolojik sit, turizm tarafından ekonomik kaynak olarak kullanırken, reklam yönüyle arkeologlara kazı için fon ve finans oluşturabilmektedir. Mekansal düzenlemeler, arkeolojik turizmde, pazarlama bileşenleri açısından oldukça önemlidir. Birçok ülke, arkeolojik turizmden gelir sağlayarak, söz konusu düzenlemelere yatırım ekosistemi oluşturabilmektedir (Otel, lokanta, hediyelik eşya, kitap, broşür, plan, giriş ücreti, ulaşım, müze, ses ve ışık gösterisi, yürüyüş hattı, rekonstrüksiyon, video, bilgi merkezi, panolar, konserler vb.). Bu yaklaşımların, arkeolojik sit üzerindeki olumsuz etkileri sebebiyle, arkeolojik turizmin kullandığı kaynağı tükettiği ifade edilebilir. Arkeologlar, kaybolmuş bir kültür ve medeniyetin keşfedicileri olup, buluntulara zarar gelmesini istemezler. Bu noktada, turizm işletmecileri ve arkeologlar arasında örtülü bir uyuşmazlık olsa da problemlerin uygulanabilir çözüm önerileri de mevcuttur [4].

Döneminde görkemli, buna karşın günümüzde üzerinde yerleşim olmayan kentler, arkeolojik turizmde en çok ilgi gören yerler olarak ifade edilmektedir. Söz konusu kentler, çağının zenginliğiyle, görkemli yapılar ile kaplıdır [4].

Arkeolojik turizmde turlar, bölgesel olmasının yanında, arkeolojik yapıların ve kalıntıların işlevleri açısından da düzenlenebilmektedir. Örnek turlar olarak; "Antik Tiyatrolar", "Antik Akropoller", "Antik Köprüler", "Antik Tapınaklar", "Kaya Tapınakları" (Yazılıkaya - Midaskent, Yazılıkaya, Hattuşaş), "Kaya Sunakları", "Tapınak Kentleri" (Letoon), "Tapkı Alanları" (Kutsal alanlar) (Didyma, Lagina gibi), "Antik Nekropoller", "Anıtsal Mezarlar", "Antik Hamamlar", "Antik Stadionlar", "Antik Gymnasionlar" belirtilebilir [4].

Tarımsal faaliyetlerin büyük oranda yoğunlaşmış olduğu kırsal alanda, kırsal turizm de bahsedilmesinin oldukça önemli olduğu düşünülmektedir. Köy, dağ, yayla, çiftlik vb. kırsal alanlarda yapılan turizmi, genel anlamda kırsal turizm olarak ifade etmek yanlış olmayacaktır. Bu turizm yaklaşımının başlangıç noktasını köy veya çiftlik gibi herhangi bir yerleşim yeri ve doğal çevre meydana getirmektedir [4].

Kırsal turizm, esas olarak kırsal alanların gelişme ve kalkınmasına yardımcı olmakla birlikte, genel olarak ülke ekonomisine de önemli düzeyde destek olmaktadır. Tarımsal ve turistik etkinlikler, birlikte ve birbirinin tamamlayıcısı olarak önemli bir sinerji oluşturmaktadırlar. Tüm dünya genelinde olduğu gibi, ülkemizde de kırsal alanda yaşayan nüfus her geçen gün azalmakta, tarımla uğraşan bireylerin yaşı da gençlerin tarımdan ayrılma eğilimleri yüksek olduğu için, her geçen yıl yaşlanmaktadır. Kırsal turizm, nüfusun kırsal alanda tutulması için önemli bir politika aracı olarak ortaya çıkmakta ve birçok yörede yoğun olarak kullanılmaktadır. Yörede oluşturulan gelir ve katma değer artışının sağlanması ile kırsal alanlardaki canlılığın ve yaşam koşullarının daha sürdürülebilir olması için önemli bir motivasyon aracı oluşturulmuş olmaktadır [4].

Aydın ili, Türkiye'nin birçok yöresinin de sahip olduğu zengin arkeolojik mirası, elverişli iklim ve doğal kaynakları, yüksek tarımsal üretim kapasitesi ile yörenin turizm potansiyeline önemli katkıları bulunmaktadır. Bu çalışmanın amacı, yörenin sahip olduğu arkeolojik ve tarımsal üretim imkan ve faaliyetlerinin, turizm potansiyeline olan katkılarını belirli düzeyde de olsa ortaya koyabilmektedir. Belirli bir yörenin sahip olduğu coğrafya, arkeolojik miras ve tarımsal üretim potansiyelinin, söz konusu yörenin genel ekonomik desenine olan katkılarının yanında, turizm potansiyeline sağlayacağı olası desteklerin açıklanmaya çalışıldığı giriş bölümünden sonra materyal ve yöntem, son olarak da sonuçlar ve tartışma bölümü olacak şekilde çalışma organize edilmiştir.

2. Materyal ve Yöntem

Çalışmada, ilk olarak detaylı bir literatür taraması yapılmıştır. Literatür taraması, araştırılan konuya ilişkin olarak birçok düşünür, araştırmacı ve uygulayıcıların ürettikleri bilgilerin elde edilmesi, değerlendirilmesi ve sentezlenmesi ile mevcut durumun öğrenilmesi için yürütülen sistemli bir süreçtir [5]. Çalışma, esas olarak, bu konu ile yayınlanmış olan ulusal ve uluslararası yayınların yanında, çeşitli kurumların bildirmiş oldukları veriler, raporlar ve değerlendirmelerden elde edilen bilgiler sentezlenerek oluşturulmuştur.

3. Sonuçlar ve Tartışma

Aydın ili 37°-38° Kuzey paralelleri ile 27°-29° Doğu meridyenleri arasında bulunan coğrafi yörede bulunmaktadır. Doğusunda Denizli, kuzeyinde İzmir ve Manisa, güneyinde ise Muğla illeri bulunmaktadır. Batı sınırlarını Ege Denizi kıyıları oluşturmaktadır. İlin denizden yüksekliği 40 metre olup, yörenin orta ve batı kesiminde, önemli bir tarımsal üretim potansiyeline sahip Büyük Menderes Ovası bulunmaktadır. Aydın ili, kuzeyde Aydın Dağları, güneyde Menteşe Dağları ile çevrilidir. Yerleşim, Büyük Menderes Havzası üzerinde 8007 km²lik bir alana sahiptir [6].

Aydın ili çeşitli uygarlıkların merkezinde bulunarak, sınırları içinde kalan Antik Çağ'ın Afrodisias, Milet, Alabanda, Alinda, Didyma, Nisa, Priene, Magnesia gibi önde gelen kentlerinde sayısız bilgin ve bilge kişiler yetişmiştir [6]. Hatta Ayasofya Camii (*St. Sophie*) olarak bilinen mabedin mimarları Tralli-eski Aydın şehridir-Antemiyus (*Trallee Anthemius*) ile Milaslı İzidor (*Milete Isidore*) yörenin yetiştirmiş olduğu önemli bilim insanlarındandır [7].

Bugünkü Aydın, kuzeyindeki Topyatağı sırtında Traklar tarafından kurulan Tralleis Kenti ile MÖ. 2500 yılında Hititler zamanında gelişmiş, VII. yy.da Lydia zamanında parlak çağını yaşamıştır. Friglerden sonra, İyonlar, Lidyalılar, Persler ve Romalılar hâkimiyet kurarak yörenin kültürüne katkı yapmışlardır [6].

Aydın'ın Türk egemenliğinde bir yönetim birimi olması süreci 1390 yılında Yıldırım Bayezid'ın oğlu Ertuğrul Bey'in Vali olarak Aydın'a atanmasıyla başlamıştır. Aydınoğulları zamanında şehrin adı *Aydın Güzelhisarı*, daha sonra *Aydın* adını almıştır. Şehir, XIV yy.da bugünkü yerine kurularak idari kademelendirme sırasıyla, 1390 yılında eyalet, 1426 yılında sancak, 1811'de

İzmir, Saruhan (Manisa), Menteşe (Muğla), Antalya, Isparta sancaklarını kapsayan eyaletin merkezi olmuştur. Eyalet merkezi 1857'de İzmir'e taşındıysa da bu yönetim biriminin adı Osmanlı Devleti'nin sonuna kadar "*Aydın Vilayeti*" olarak kalmıştır. Aydın'ın 1919 yılına kadar sancak şeklinde devam eden yönetim şekli, 25 Mayıs 1919-7 Eylül 1922 tarihleri arasında yaklaşık 40 ay olan işgalden sonra ve Kurtuluş Savaşı'nın kazanılmasıyla birlikte 1923 yılında değişmiş; bu tarihten sonra kent vilayet olmuştur. Kent, 2012 yılında büyükşehir statüsü kazanmış ve Aydın Büyükşehir Belediyesi ismini almıştır [6]. 2012 yılında çıkarılan 6360 sayılı kanun ile merkez ilçe kaldırılarak aynı sınırlara sahip Efeler ilçesi kuruldu. Yine aynı kanun ile Aydın'da sınırları il mülki sınırları olan büyükşehir belediyesi kuruldu ve 2014 Türkiye yerel seçimlerinin ardından büyükşehir belediyesi çalışmalarına başlamıştır.

Yörede Akdeniz iklimi özellikleri belirgindir. Ortalama sıcaklık 17.6°C, yağışlı gün sayısı 80.6, yağış miktarı ise 677,5 mm/yıl'dır. Büyük Menderes vadisi, diğer Ege ovaları gibi batıda denize doğru açılan bir oluk biçimindedir. Bu yüzden denizin ılıtıcı etkisi ve yağış getiren rüzgârlar iç kısımlara kadar kolaylıkla girer [8]. Dağlık alanlarda delice ve aşı zeytin, mersin, yemiş, menengiç, ahlat, kekik gibi maki bitki örtüsü üyelerine rastlanır. İlin %37'si ormandır. Düzlük ve verimli topraklarda ise incir, erik, şeftali ağaçları, narenciye bahçeleri ve zeytinlikler bulunmaktadır [6].

Doğal, tarihi ve kültürel kaynakların çeşitliliği, iklim ve coğrafi koşulların farklı turizm ürünleri açısından elverişliliği, misafirperverlik, yaratıcı ve güçlü bir turizm endüstrisi, mesleki ve sivil toplum kuruluşlarının turizme ve koruma-kullanma dengesine özen göstermesi Türk turizminin güçlü yönleridir ve bu güç harekete geçirilmiştir. Bu doğrultuda Türkiye 'Sürdürülebilir turizm yaklaşımının benimsenerek istihdamın artırılmasında ve bölgesel gelişmede turizmin öncü bir sektör konumuna ulaştırılması ve Türkiye'nin 2023 yılına kadar, uluslararası pazarda turist sayısı ve turizm geliri bakımından ilk beş ülke arasında önemli bir varış noktası ve uluslararası bir marka haline getirilmesinin sağlanması vizyonunu benimsemiştir [9].

Aydın ilinde çok sayıda antik kent bulunmaktadır. Bu kentlerin bazıları turizme açılmış, bazıları yenileme aşamasında, bazıları ise henüz gün yüzüne çıkarılmayı beklemektedir. Aydın, Türkiye'nin en yüksek sayıda antik kentine sahip illerinden biri olarak, belirgin yerini muhafaza etmektedir. Bu kentlerden bazıları şunlardır [10]: (i) Magnesia, (ii) Tralleis, (iii) Nysa, (iv) Priene, (v) Miletos, (vi) Didyma, (vii) Antiokheia, (viii) Alinda ve Alabanda, (ix) Afrodisias, (x) Ege Antik Kentleri.

Herodot Aydın ili ile ilgili "Bizim yeryüzünde bildiğimiz en güzel gökyüzünün altı ve en güzel iklimin bulunduğu yer" demiştir. Evliya Çelebi ise "Dağlarından yağ, ovalarından bal akar." demiştir [11]. Özellikle "dağlarından yağ akar" ifadesinin zeytinyağına, "ovalarından bal akar" ifadesinin de incire atıf yaptığı belirtilmelidir. Turizm, tarımdan sonraki ikinci önemli gelir kaynağıdır. Aydın'da Aydın Müzesi ve buna bağlı Yörük Ali Efe Etnografya Müzesi, Afrodisias Müzesi ve buna bağlı Karacasu Etnografya Müzesi, Milet Müzesi,Çine Kuva-i Milliye Müzesi, Çine Arıcılık Müzesi ve Nazilli Etnografya Müzesi olmak üzere 8 müze ile 21 önemli ören yeri mevcuttur [11].

Diğer taraftan, literatürde yiyecek turizmi, mutfak turizmi gibi kavramlar olarak da bilinen gastronomi turizminin birbirinden farklı anlamlara geldiği görülmektedir. Çoğu zaman birbiri yerine kullanılan bu kavramlar temelde birbirinden ayrılmaktadır [12]. Turizmi, yiyecek ve içecek sektörü etkilemekte; bu kapsamda destinasyonları ziyaret etme, bilinmeyen lezzetleri deneme ve yeni kültürleri değerlendirme olanağı ortaya çıkmaktadır [13].

Gastronomi turizmini, turistlerin konakladıkları mekânların dışında özellikle yöreye ait yiyecek ve içeceklerle ilgili deneyimler yaşamak için turistik faaliyetlere katılmaları şeklinde tanımlamak mümkündür. Yemeğin bir toplumun kendisini ifade etme şekli olduğu düşünüldüğünde; kültürün gastronomi turizminin ayrılmaz bir parçası olduğu söylenebilir. Bu durum, gastronomi turizminin, kültürel turizm ile olan ilişkisini açıklamaktadır [14]. Gastronomi turizmi, yiyecek ve

içeceklerin tüketiciyi cezbedici şekilde sunulmasıdır. Sunulan lezzetin övülmesi veya bir eleştirmen tarafından tavsiye edilmesi gerekmemektedir çünkü gastroturist araştırmacı olmalı ve yerel deneyimleri yaşamaktan çekinmemelidir [15].

Yemek, farklı bir kültürü anlamanın en iyi yollarından birisidir. Çünkü yabancı bir toplumu duygusal yönüyle de tanımayı sağlamaktadır [16]. Farklı toplumların yiyeceklerinin tadılması yabancı kültürü özümseme yollarından birisidir [17]. Yiyecek, bir yeri ziyaret etmede toplam ziyaret deneyiminin bir parçası olarak düşünülmektedir. Fakat yiyecek, turistlerin yeni ve otantik deneyimler ve alternatif turizm çeşitlerini istemelerinden dolayı, en önemli ve eğlenceli etkinlik konumundadır [14].

Gastronomi turizmi, ürünü bir ülkenin kendi kültürü ile oluşturduğu kavramla sadece kendilerinin kullanabilecekleri bir şekilde ortaya çıkan zenginlikleridir. Ülkenin gastronomi ürünü kendi kültürü ile markalaşmakta ve özgün olmaktadır. Bölgenin sahip olduğu gastronomi ürünleri yörenin de tanıtılmasına katkı sağlamaktadır. Yörenin sahip olduğu gastronomi ürünü yörenin tarım ürünlerine katma değer yaratır ve destinasyon pazarlaması yönünde yerel kimliği geliştirir [18].

Gastronomi turizmi, yörenin pazarlanması açısından da önemli bir etkendir. Yörenin mevsimine uygun yerel pazarların kurulması gerekmekte ve sürekli olarak yapılması gereken etkinlikler olarak görülmesi gerekmektedir. Yerel pazarların bünyesinde barındırdığı; sebze, meyve ve hayvansal gıdalar önceleri agro-turistin ilgi alanını oluştururken, zamanla yerel pazarlara daha fazla üreticinin ve yöresel ürünlerin de dahil olması gastroturistin de ilgisini çekmiştir. Üreticinin ürününü doğrudan tüketiciye ulaştırması, bunların; memnuniyet ve yeni müşterilerin kazanılmasını sağlayacaktır [19].

Gastronomi gün geçtikçe ülkelerin kendi tanıtımını-reklamını yaptığı bir şekle dönüşmüştür. Ülkeler gastronomiye sadece bir kültür değeri olarak bakmamakta, ülkenin reklam yüzü olarak da kullanmaktadırlar. Bu doğrultuda yapılan festivaller ve sempozyumlar aracılığıyla ürünlerin uluslararası boyutta tanıtılmasını sağlayarak ülkenin adını duyurmaktadırlar [19].

Aydın ili turizm paydaşlarının il gastronomik özelliklerine ilişkin görüşlerinin incelendiği bir çalışmada, şu özellikler belirlenmiştir [20]: (i) Yerel kahvaltı tercihleri olarak; bazlama, gözleme, çingene pilavı, tarhana çorbası, lor, taze meyvelerden yapılan reçeller, pekmez, baharatlı zeytinyağı, zeytin çeşitlerini, (ii) Sebze yemekleri tercihleri olarak; çeşitli otların kavrulması ile yapılan etli ve yumurtalı yemekleri, zeytinyağında yapılan sebze kızartmaları / kırlı kızartma (evsilme), zeytinyağlı salataları, (iii) Hamur işi tercihleri olarak; bazlama, gözleme (sac böreği), tava ekmeği, Yenipazar/Bozdoğan ve Nazilli pideleri, paşa böreği, ekmek dolması, döndürme'yi (çeşitli otların mücver gibi hazırlanarak tavada döndürülerek pişirilmiş hali), (iv) Pilav tercihleri olarak; boloma, ev makarnası (erişte), pirinçli dolmalar ve sarmaları (enginar, taze sebze dolmaları, ebegümeci sarması vb.), ekmek dolması, (v) Ana yemek tercihleri olarak (et, tavuk, balık ve deniz mahsulleri); kavurma, keşkek, çöp şiş, köfte, kuyu tandır, yuvarlama, güveç, kabak bastı, yavru kavurma, ızgara balıklar ve deniz mahsulleri, kalamar tava, karides güveç ve ahtapot tandırı, (vi) Tatlı tercihi olarak; kabak tatlısı, incir dolması, zerde, pelvize, sütlü tatlılardan yana kullanmaları gerektiğini belirtmektedirler. Ayrıca kulak(lı) çorba, köfteli hamur çorbası, tarhana, zeytin, zeytinyağı, kar helvası, incir gibi bölgeye özgü lezzetleri tatmalarını tavsiye etmektedirler. Aynı çalışmada, "Aydın bölgesi gastronomik özellikleri uluslararası ziyaretçiler açısından tercih sebebi olabilir mi?" sorusuna da cevap aranmıştır. Bölgenin gastronomik değerleri olarak görülebilecek yemek listesi hazırlanmıştır. Listede sebze yemekleri başlığı altında 35, etli yemekler başlığı altında 16, hamur işleri başlığı altında 15, çorbalar – aperatifler ve salatalar başlığı altında 17 ve tatlılar başlığı altında ise 6 bölgesel gastronomik lezzet olduğu tespit edilmiştir.

Aydın ili tarımsal üretim potansiyeli açısından yüksek bir kapasiteye sahiptir [21]. Bölgede üretilen bazı önemli ürünlerin, Türkiye genelinde ilk sıralarda bulunduğu belirtilmiştir. Bunlar;

zeytin (1.), incir (1.), kestane (1.), pamuk (2.), çilek (2.). Son yıllarda yavru balık ve çam fıstığı üretiminde de önemli bir gelişme kaydedilmiştir. Ayrıca, organik tarımda (geçiş süreci dahil) üretici sayısında 1., üretim miktarı bakımından 2., İyi Tarım Uygulamalarında da üretici sayısında 5., üretim miktarında 6. sırada yer almaktadır. Çam balı üretiminde yine 2. sırada bulunan il, zengin yeraltı ve yerüstü sulama suyu kaynakları, jeotermal enerjinin yanında güneş ve rüzgar gibi yenilenebilir enerji kaynaklarına sahiptir. Ayrıca, yine son yıllarda ıtri, tıbbi ve aromatik bitkilerin üretiminde (lavanta, salep) ve bu bitkilerin yağlarının çıkarılıp pazarlanmasına yönelik faaliyetler de başlamıştır.

Türkiye genelinde, 2019 yılı verilerine göre 172 milyar dolarlık ihracat yapılmasına karşın, yaklaşık olarak 35 milyar dolar turizm geliri elde edilmektedir. Buna karşın yine 2019 yılı için, 203 milyar dolarlık ithalat yapılmasına karşın, turizm kaynaklı 4,5 milyar dolar turizm gideri söz konusudur [22]. Tarım ve arkeolojinin, turizm potansiyeline olan katkıları da oldukça önemlidir. Her ne kadar, korona virüs (covid-19) sürecinde, turizm sektörü olumsuz etkilenen sektörlerin başında gelse de, bu sıkıntılı sürecin çok uzun sürmeyeceği, korona virüs sürecinden sonra sektörün çok hızlı bir şekilde kendisini toparlayacağı ve daha iyi bir noktaya çıkacağı düşünülmektedir.

Özellikle, korona virüs süreci sonrası Aydın ili genelinde turizm potansiyelinin daha da ileri bir noktaya taşınması için bazı öneriler sunulmuştur. Bunlar [23]: (i) X, Y, Z kuşağının ardından teknolojiyle bütünleşen Alfa kuşağı gelmektedir. Dolayısıyla tanıtım ve pazarlama stratejilerinde dijital pazarlamanın önemi hiç olmadığı kadar artmaktadır. Bu bakımdan dijital mecralara uygun tanıtım çalışmalarında kullanılmak üzere sanal gerçeklik VR uygulamalarının geliştirilmesi, sosyal medya mecralarında ilgi çekecek tanıtım filmi içerikleri oluşturulması katkı sağlayacaktır. (ii) Yeni kuşağın satın alma tercihleri üzerinde etkisi olan "instagrammer", "blogger" ve sosyal medya fenomenlerinin eş zamanlı olarak ülkemize ve Aydın'a davet edilmesi, (iii) Turizmde büyük veri izleme ve teknoloji merkezinin kurulması fayda sağlayacaktır. (iv) Mevcut festival ve etkinliklerin içeriklerinin zenginleştirilmesi, uluslararası tanıtım çalışmalarıyla desteklenerek Aydın'ın ismini dünya genelinde gündeme taşıyacak ve markalaşması noktasında katkı sağlayacak festivallere dönüştürülmesi büyük önem arz etmektedir. (v) Ege mutfağının en güzel örneklerinin sergilendiği iller arasında yer alan Aydın, inciri, kestanesi başta olmak üzere gastronomi açısından çok önemli değerlere sahiptir. Bu zenginliği daha çok ön plana çıkartacak şekilde günümüzdeki festivallerin ötesinde uluslararası etkinliklerin düzenlenmesi bölge turizmine katkı sağlayacaktır.

Aydın ili turizm potansiyeli, bölgede önemli bir katma değer ve çok boyutlu bir katkı oluşturmakla birlikte, hedeflenen yüksek düzeye çıkarılmasında, tarım ve arkeoloji bağlamında, tarihi ve kültürel miras ve değerlerinin payının da oldukça önemli olduğu düşünülmektedir. Bununla birlikte, söz konusu üç bileşen ve bunun altındaki çok sayıda alt bileşenin, daha da etkin olarak kullanılıp, bütünleştirilme imkanlarının değerlendirilmesi gerektiği düşünülmektedir. Buna yönelik olarak Aydın İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Tarım ve Orman Bakanlığı Aydın İl Müdürlüğü, Aydın Adnan Menderes Üniversitesinin ilgili Fakülteleri, yine ilgili sivil toplum kuruluşları, diğer kamu ve özel sektör kuruluşlarının katılacağı, geniş paydaş katılımlı projelerinin kurgulanarak, gerçekleştirilmesinin, bu konuda önemli bir motivasyon aracı olacağı öngörülmektedir.

Kaynaklar

[1] Doğan, Ö. S. (2016): Beşeri Faktörlerin Turizme Etkisi. Kültürel Miras ve Turizm Ön Lisans Programı. İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi. http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/kulturelmiras_ao/bftetkisi.pdf, Erişim Tarihi: 29.11.2021.
[2] Doğanay, H., Zaman, S. (2013): Türkiye Turizm Coğrafyası, Pegem Akademi, Ankara.
[3] Özgüç, N. (2015): Ekonomik Coğrafyaya Giriş, Çantay Kitabevi, İstanbul.

[4] Doğaner, M. S. (2012): Kültürel Miras Turizmine Giriş. Kültürel Miras ve Turizm Ön Lisans Programı. İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi. http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/kulturelmiras_ao/kmturizminegiris.pdf, Erişim Tarihi: 29.11.2021.
[5] Kara, A. (2016). Aydın Efeler İlçesi Yer Adlarının Değerlendirilmesi. Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İlköğretim Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi. Aydın, Türkiye.
[6] Dündar, Z., Baysan, S. (2018). Aydın İlindeki Efsanelerde Geçen Coğrafi Öğelerin Analizi. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 20: 19-39.
[7] Mehmet Ziya Bey'in Ticaret Mekteb-i Alisi'nde İstanbul'daki Eski Anıtlar Üzerine Verdiği Bir Konferans. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 4: 37-75.
[8] Koçman, A. (1993). Ege Ovalarının İklimi. İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları.
[9] Akar, D. (2012). Güney Ege Bölgesi Turizm Strateji Belgesi. Güney Ege Kalkınma Ajansı (GEKA).
[10] Gürcün, D. (2011). Aydın ili Turizm Potansiyelinin Analizi. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Aydın, Türkiye.
[11] Anonim (2021a). TOBB Kadın Girişimciler Kurulu. https://www.aydinkagik.org/aydin_tanitim_rehberi.aspx, Erişim Tarihi: 30.11.2021.
[12] Hall, M., Sharples, L. (2003). The Consumption of Experiences or the Experience Of Consumption? An Introduction to the Tourism of Taste. Hall, M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N. and Cambourne, B., (Ed.), Food Tourism around the World, (1-25). London: Butter Worth Heinemann.
[13] Cook, R. A., Yale, L. J., Marqua, J. J. (1999). Tourism: The Business of Travel. Prentice Hall (Uppersaddleriver, N. J.).
[14] Hjalager, A. M., Corigliano, M. A. (2000). Food for Tourists Determinants of an Image. International Journal of Tourism Research, 2: 281-293.
[15] Wolf, E. (2006). Culinary Tourism the Hidden Harvest, Kendall/Hunt Publishing Company, AbdLowa.
[16] Shenoy, S. (2005). Food Tourism and the Culinary Tourist. A Thesis Presented to the Graduate School of Clemson University, South Carolina.
[17] Long, L. (2003). Culinary Tourism. Lexington. The USA: The University Press of Kentucky.
[18] Dilsiz, B. (2010). Türkiye'de Gastronomi ve Turizm (İstanbul Örneği). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
[19] Tok, N., Tunalıoğlu, R. (2019). Kırsal Turizm ve Gelenekselleşen Festivallerde Sürdürülebilirlik. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 12: 1284-1292.
[20] Sezgin, E. K., Tanrısevdi, A. (2021). Uluslararası Ziyaretçilerin Gastronomi Davranışları ve Beklentileri: Aydın İli Örneği. Sosyal Araştırmalar ve Davranış Bilimleri Dergisi, 7: 68-93.
[21] Anonim, (2021b). Aydın Tarımsal Yatırım Rehberi 2021. T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı Tarımsal Yatırımcı Danışma Ofisi. https://www.tarimorman.gov.tr/SGB/TARYAT/Belgeler/il_yatirim_rehberleri/aydin.pdf, Erişim Tarihi: 30.11.2021.
[22] TURSAB (2021a). Türkiye Seyahat Acentaları Birliği. https://www.tursab.org.tr/turizm-geliri/turizm-gelirleri, Erişim Tarihi: 30.11.2021.
[23] TURSAB (2021b). Türkiye Seyahat Acentaları Birliği. https://www.tursab.org.tr/il-destinasyon-raporlari/2020-raporlari, Erişim Tarihi: 30.11.2021.