Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi
International Journal of Tourism, Economic and Business Sciences
E-ISSN: 2602-4411, 5(2): 101-112, 2021, www.ijtebs.org

İKİNCİ KUŞAK TÜRK DİASPORASININ ANAVATAN SEYAHATLERİNDE GASTRONOMİ FAKTÖRÜNÜN İNCELENMESİ

Kartal Doğukan ÇIKI[1*], İsmail KIZILIRMAK[2]

[1] İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Orcid: 0000-0002-8307-8561 kdciki@gelisim.edu.tr
[2] İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Orcid: 0000-0001-9141-6420 ikizilirmak@istanbul.edu.tr

[*]Sorumlu Yazar
E-mail: kdciki@gelisim.edu.tr

Geliş Tarihi: 27.07.2021
Kabul Tarihi:19.08.2021

Özet

Bu çalışmanın amacı, Almanya'da yaşayan ikinci kuşak göçmen Türklerin anavatan seyahatlerinde gastronomi ve Türk mutfak kültürünün etkisini belirlemektir. Çalışma, ikinci kuşak göçmen Türklerle gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmeler aracılığıyla toplanan niteliksel verilere dayanmaktadır. Elde edilen verilerin yorumlanmasında nitel veri analizi yöntemlerinden biri olan betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Türk mutfağı, Türk kültürünün önemli parçalarından bir tanesidir ve araştırma bulguları da bunu destekler niteliktedir. Katılımcıların önemli bir kısmı anavatana gastronomik amaçlarla seyahat etmiş ve gelecekte Türk mutfağının tadını çıkarmak için anavatana tekrar geleceklerini belirtmiştir. Dolayısıyla çalışma bulgularına göre Türk mutfağının, ikinci kuşak göçmen Türklerin anavatan seyahatlerinde önemli bir rol oynadığı söylenebilir. Ancak çalışma kısıtlı sayıda katılımcıyla gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla göçmen bireylerin anavatan seyahatlerinde gastronominin rolünün daha kapsamlı şekilde incelenmesi için nicel araştırmalara ihtiyaç vardır.

Anahtar Kelimeler: Göçmen Türkler, İkinci Kuşak, Diaspora Turizmi, Türk Mutfağı, Gastronomi ve Turizm

EXAMINING OF GASTRONOMY FACTOR IN THE HOMELAND TRAVELS OF THE SECOND GENERATION TURKISH DIASPORA

Abstract

The aim of this study is to determine the effect of gastronomy and Turkish cuisine culture on the homeland travels of the second generation immigrant Turks living in Germany. The study is based on qualitative data collected through semi-structured interviews with second generation immigrant Turks. Descriptive analysis method, which is one of the qualitative data analysis methods, was used in the interpretation of the obtained data. Turkish cuisine is one of the important parts of Turkish culture and research findings support this. A significant part of the participants traveled to the homeland for gastronomic purposes and stated that they would come back to the homeland to enjoy Turkish cuisine in the future. Therefore, according to the findings of the study, it can be said that Turkish cuisine plays an important role in the travels of the second generation immigrant Turks to the homeland. However, the study was carried out with a limited number of participants. Therefore, quantitative studies are needed to examine the role of gastronomy more comprehensively in the travels of immigrants to their homeland.

Keywords: Migrant Turks, Second-Generation, Diaspora Tourism, Turkish Cuisine, Gastronomy and Tourism

1. GİRİŞ

İnsanlar çeşitli motivasyonların etkisiyle yaşadığı yerlerden uzaklaşarak turistik faaliyetlere katılmaktadırlar. Ancak göçmenler için durumun biraz daha farklı olduğu söylenebilir. Göçmen bireyler, ev sahibi ülkeye yerleşmeden önce yaşadığı yerleri ziyaret etmek isteyebilirler ve bu geri dönüş isteğinin gerçekleşme ihtimali oldukça yüksektir (Pearce, 2012). Özellikle ilk kuşak göçmen bireylerde ortaya çıkan ve zamanla giderek artan anavatana seyahat etme isteğinin altında temel olarak akraba ve arkadaş özlemi ile geçmişe olan özlem yatmaktadır. Ancak ikinci ve sonraki kuşak göçmen bireyler için aynı özlem duygusundan ve seyahat isteğinden bahsetmek mümkün olmayabilir (Huang, Ramshaw ve Norman, 2016). Bunun nedeni olarak ikinci ve sonraki kuşak göçmen bireylerin ev sahibi ülkede doğması ve anavatan ile ilişkilerinin ilk göç eden ebeveynlerine göre kısıtlı olması gösterilmektedir.

İkinci kuşak göçmen bireylerin anavatan seyahatlerinde özlem duygusundan ziyade merak duygusunun daha fazla ön plana çıktığı söylenebilir (Çıkı ve Kızanlıklı, 2021). Merak duygusu sonucu anavatana seyahat gerçekleşir ve ikinci kuşak göçmen bireyler ile sonraki kuşak göçmen bireyler gerçekleşen anavatan seyahatinden memnun kalırsa, anavatan seyahatleri sıklaşır ve göçmen ile anavatan arasındaki bağ güçlenir. Akabinde de anavatan seyahatlerinde çeşitli motivasyon faktörlerinin ortaya çıkmasına yol açabilmektedir. Bu doğrultuda ikinci kuşak göçmen bireylerin amacı ne olursa olsun çocukluktan anavatana ebeveynleriyle seyahat etmesi önem arz etmektedir. İkinci kuşak göçmen bireylerin seyahatlerine yönelik uluslararası alan yazında çeşitli araştırmalar bulunmaktadır.

Huang, Hung ve Chen (2018) yaptığı araştırmada Çin diasporasına odaklanmış ve katılımcıların anavatan seyahatlerinde çeşitli seyahat motivasyonlarına sahip olduğunu belirlemiştir. İkinci kuşak göçmen Türklerin anavatan seyahatlerine odaklanan Çıkı ve Kızanlıklı (2021), Çin diasporasına odaklanan Huang ve diğerlerinin (2018) yaptığı çalışmada olduğu gibi diaspora turistlerinin anavatana seyahat etmek için çeşitli motivasyonlara sahip olduğunu ortaya çıkarmıştır. Her iki araştırmada da katılımcılar tarafından anavatana seyahat motivasyonu olarak görülen yöresel yemeklerin ve anavatana ait tatların seyahat motivasyonu olup olmadığı konusunda daha detaylı araştırmalar yapılması gerektiği sonucuna varılmıştır. Araştırmanın dayanağını bu iki araştırma oluşturmaktadır. Bu noktadan hareketle araştırmanın amacı, Almanya'da yaşayan ikinci kuşak göçmen Türklerin anavatan seyahatlerine gastronomi faktörünün etkisinin olup olmadığını belirlemektir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Diaspora Kavramı

Diaspora kavramının kökeni, Yunanca 'dia (-in üzerine)' ve 'spreien (ekmek saçmak)' kelimelerine dayanmaktadır (Helmreich, 1992). Kavramın ortaya çıkmasına yol açan temel neden insanoğlunun sürekli hareket halinde olmasıdır. Göçmenler ile köken ülke arasındaki bağlantıları kapsayan ve köken ülkesinden ayrılan toplulukları ifade etmede kullanılan diaspora kavramının ilk kullanımı, anavatanından göç etmek zorunda kalmış toplulukları tanımlamak için kullanılmaktaydı. 1980 yılı sonrasında ise diaspora kavramı ilk hali eksik görülmüş ve kavram farklı şekillerde tanımlanmaya başlamıştır (Butler, 2001). Bunun nedenlerinden bir tanesi kavramın daha sık kullanılmaya başlanmasıdır ki bu durum semantik bir tartışmaya da sebep olmuştur (Başer, 2003). Safran (1991: 83-84), anavatandan trajik bir biçimde ayrılışı temel alarak, diaspora topluluklarında olması gereken altı maddelik bir liste hazırlamıştır;

- Diaspora bireylerinin bir noktadan birden fazla noktaya dağılması,
- Anavatanlarına dair ortak bir geçmiş ve bu doğrultuda yaşanmış tüm ortak hatıraların unutulmaması,
- Göç edilen toplumda kabul görmeme ve uyum sağlayamama sonucunda yabancılaşmış hissetme,
- Şartların oluşması durumunda anavatana geri dönüş arzusu,
- Anavatanın gelişimi açısından çeşitli şekillerde çaba sarf etme,
- Anavatanla bağlantı kurma, etnik bilinç ve dayanışma içinde olmaları.

Safran (1991), göç etmiş bir topluluğun, diaspora olarak ifade edilebilmesi için yukarda bahsedilen maddelerin hepsini karşılaması gerektiğini ileri sürmektedir. Reis (2004) ise söz konusu listedeki maddelerin tümünü karşılayan çok az sayıda topluluk olduğuna dikkat çekmektedir. Clifford (1994), Safran'ın tanımlaması ile ilgili olarak, Amerika'daki Afrikalı, Fransa'daki Cezayirli, İngiltere'deki Karayipli veya Almanya'daki Türk topluluklarını açıklamada yetersiz kaldığını belirtmiştir.

Clifford gibi Cohen (1996) de, Safran'ın altı maddelik listesinin sadece belirli diasporalara - özellikle Yahudi diasporası- karşılık gelebileceğini belirtmiştir (Cohen, 1996). Bu doğrultuda Cohen (1996), Safran'ın listesinde düzenlemeler yaparak oluşturduğu liste ile birlikte kavramın sadece Yahudi diasporasına atfedilmesinin önüne geçmeyi amaçlamıştır. Cohen (2008) bu listeye ek olarak bir de diaspora topluluklarının göç nedenlerine göre bir tipoloji oluşturmuştur:

Tablo 1.1. Cohen Diasporaların sınıflandırılması

Diaspora Türü	Örnek Topluluk
Mağdur Diasporalar	Yahudiler, İrlandalılar, Filistinliler, Afrikalılar.
İşçi (Hizmet) Diasporaları	Türkler, Çinliler, Hintliler, Japonlar, İtalyanlar, Kuzey Afrikalılar vb.
Sömürge Diasporaları	İngilizler, Ruslar.
Ticaret Diasporaları	Lübnanlılar, Çinliler, Venedikliler, Hintliler, Japonlar.
Yurtsuz hale getirilmiş veya Kültürel Diasporalar	Karayipliler, Müslümanlar ve diğer din diasporaları.

Kaynak: Cohen, 2008.

Diaspora topluluklarının sınırlandırılması sadece Cohen'in yaptığı sınıflandırmayla sınırlı değildir. Genel olarak kabul görmüş bir diğer sınıflandırma ise Bruneau'ya aittir. Bruneau (2010), diaspora topluluklarını dört başlık altında toplamıştır. Bunlardan ilki girişimcilik diasporasıdır ki bu topluluklar dini etkilere uğramaksızın, emperyalist akımlarla ortaya çıkmaktadır. İkinci grup dini diasporalardır ve dil aracılığıyla bir araya gelen dini temelli topluluklardır. Üçüncü grup kültürel ya da ırksal topluluklardır. Travmatik deneyimlere atfedilen diasporalardır ve kültür ve ırk temellidir. Son olarak dördüncü grup ise politik diasporalardır. Sıkça referans gösterilen bir diğer araştırmacı olan Reis (2004), diaspora topluluklarını dönemsel olarak (klasik, modern ve geç modern) üç gruba ayırmıştır.

Yirminci yüzyıl sonuna doğru diaspora araştırmaları sıklaşmış ve neredeyse her göçmen topluluğu diaspora olarak lanse edilmeye başlamıştır (Shuval, 2000). Brubaker (2005) ise bu durumu eleştirerek, her topluluğun diaspora olarak tanımlanmasının kavramı sıradanlaştırdığını belirtmiştir. Castles ve Miller (2008) ise, anavatana olan duygusal bağın sürdürülmesi ve bu yönde gösterilen çabaları diaspora topluluklarının en önemli özelliği olduğunu vurgulayarak diaspora olabilmek adına bir sınır çizmiştir. Diaspora kavramın klasik tanımlamasının Yahudi dağılması ve benzer şartlarda göç eden topluluklara ithaf edilmesi, kavramın zaman geçtikçe farklı şekillerde tanımlanmasına ve çağdaş diaspora kavramının ortaya çıkmasına yol açmıştır (Reis, 2004). Sınırlı sayıdaki toplulukların başında gelen Yahudi diasporası dahi klasik diaspora kavramının gerekliliklerini yerine getirememektedir. Dolayısıyla bu durum, klasik diaspora kavramının 'kalıntı' bir kavram haline geldiğinin en önemli göstergesidir (Çıkı, 2020). Anlam genişlemesine uğradıktan sonra diaspora kavramı klasik ve çağdaş/modern diaspora olmak üzere iki farklı şekilde incelenmeye başlamıştır (Başer, 2013). Çağdaş diaspora kavramının ortaya çıkışıyla birlikte dünya üzerindeki birçok ülke yurt dışında yaşayan vatandaşlarını diaspora olarak nitelendirerek onlara yönelik çeşitli stratejiler geliştirmiştir. Geliştirilen bu stratejiler diaspora topluluklarının anavatanına seyahat etmesini tetiklemekte ve anavatan ile bağ kurmasını sağlamaktadır.

2.2. Diaspora Turizmi

Diaspora kavramı, klasik anlamda zorla vatanından edilmiş, modern anlamda ise çeşitli nedenlerle başka ülkelere göç etmiş bireyleri ifade ederken, diaspora turizmi de bu bireylerin ve sonraki nesillerin anavatan seyahatlerini açıklamada kullanılmaktadır (Çıkı ve Kızanlıklı, 2021). Uluslararası alan yazın incelendiğinde, diaspora kavramında olduğu gibi diaspora turizmi kavramında da çeşitli tanımlamalara

rastlamak mümkündür. Carry'e (2004: 61) göre diaspora turizmi, sınırları aşan ve göçmen ile anavatan arasındaki ilişkinin var olmasını sağlayan bir turizm çeşididir. Yapılan en ilginç tanımlamalardan biri ise Basu'ya aittir. Basu (2004: 152) diaspora turizmini, "göçmen bireylerin anavatan ziyaretleri diğer turistik ziyaretlere göre daha önemli olmakla birlikte, zevk arayışı içinde olan tüm turistik aktivitelerden kendini ayıran neredeyse manevi bir ziyaret" olarak tanımlamıştır.

King'e (1994: 174) göre anavatanı seyahat eden göçmenler, "geride bırakılan yaşam tarzına ait olma veya onunla özdeşleşme duygusu" sergiler. Göç geçmişi bulunan bireylerin birçoğu geride bıraktığı toplumu, anılarını ve yakınlarını özler. Bu özlemi gidermek için ise seyahat en uygun yol olmakla birlikte 20. yüzyıl öncesi bunu gerçekleştirmek oldukça zordur ancak 20. yüzyıl sonrası ulaşımdaki gelişmelerle birlikte göçmenler evlerine daha kolay gidebilmektedir (Sim ve Leith, 2013). Seyahatler tekrar ettikçe birçok göçmen destinasyona yani anavatana giderek daha fazla bağlanabilir (Huang, Haller ve Ramshaw, 2013).

Uluslararası alan yazın incelendiğinde birçok araştırmacı, göçmen bireylerin anavatan seyahatlerini çeşitli başlıklar altında ele alarak bu seyahatleri tanımlamaya çalışmışlardır. Birçok başlık altında incelenen anavatan seyahatlerini tanımlamanın en iyi yolu olarak diaspora turizmi gösterilebilir (Coles ve Timothy 2004; Çıkı, 2020; Huang, Ramshaw ve Norman 2016). Diaspora turizminin diğer turizm türleriyle paylaştığı çeşitli bağlantılar, diaspora turistlerinin motivasyonlarının araştırılmasının diğer ilgili turizm deneyimi türlerini anlamada kritik öneme sahip olduğunu göstermektedir (Otoo, Kim ve Choi, 2020).

Seyahat motivasyonu, bireyleri turistik faaliyetler deneyimlemeye yönlendiren, psikolojik temelli nedenlerdir (Harman, 2014). Turizm araştırmacıları için motivasyonu keşfetmek, turistlerin ihtiyaçlarını belirlemeye yardımcı olur ve farklı destinasyon özellikleriyle turizm türlerini doğru bir şekilde eşleştirmelerini sağlar (Albayrak ve Caber 2018).

Huang, Hung ve Chen (2018), yaptıkları araştırmada Çin diasporasına odaklanmış ve ankete katılan Çin diasporasını kuşaklar halinde karşılaştırarak anavatana seyahat motivasyonlarını belirlemeye çalışmıştır. Elde edilen bulgular doğrultusunda, araştırmacılar yöresel yemeklerin ve anavatana ait tatların diasporik seyahat motivasyonu olup olmadığı konusunda bilimsel araştırmalar yapılması gerektiğini öne sürmüştür.

İkinci kuşak Türk diasporasına odaklanan Çıkı ve Kızanlıklı (2021) ise Türk diasporasının anavatan seyahatlerinin altında birden fazla motivasyon kaynağının yattığını tespit etmiştir. Bununla birlikte göçmen bireylerin anavatan seyahatlerindeki motivasyonunu belirlemeye yönelik hazırlanmış ölçekte yer alan 'Türk mutfağının tadını çıkarmak' maddesine, ikinci kuşak göçmen Türklerin çok büyük bir kısmının (%81,4) anavatan seyahatlerinde yöresel tatları deneyimlemeyi motivasyon olarak gördüğü tespit edilmiştir.

İlk kuşak göçmen bireylerin önemli bir kısmı anavatana özlem duyar ve bu duygular, ilk kuşak göçmen bireylerin en önemli seyahat motivasyonu olarak kabul edilebilir. Ancak ikinci kuşak göçmen bireylerin anavatana seyahat etmelerinin altında yatan tek bir motivasyondan bahsetmek mümkün değildir. İkinci kuşakta özlem duygusu yerini merak duygusuna bırakır ve bireyler seyahat ettikçe seyahat nedenleri ve motivasyonları da farklılık gösterebilir (Çıkı ve Kızanlıklı, 2021). Bu doğrultuda araştırmanın amacı, ikinci kuşak göçmen Türklerin anavatan seyahatlerinde gastronomik faaliyetleri seyahat motivasyonu olarak görüp görmediğini ortaya çıkarmaktır.

2.3. Gastronomi ve Turizm

L. M. Long'un 1998 yılında yaptığı "bir ülkenin kültürünün gastronomisiyle bilinmesi" tanımlaması ile birlikte gastronomi ve turizm kavramları ilk kez bir arada kullanılmıştır. Daha öncesinde ise gastronomi turizmi, Fransa'daki restoranlarda yenilen yemek deneyimi olarak bilinen bir kavramdı (Akgöl, 2012). Yunanca kökenli bir kavram olan gastronomi kavramı ile ilgili zaman içerisinde yapılan tanımlamalar giderek artmış ve kavram her geçen gün ilgi çekmeye başlamıştır. Literatür incelendiğinde yiyecek-içecek turizmi, mutfak turizmi, gıda turizmi olarak da çalışıldığı gözlenen gastronomi turizmi, çeşitli destinasyonlara özgü tatların deneyimlenmesi veya bir yemeğin yapım aşamasına eşlik etmek amacıyla yapılan seyahatlerdir (Erşahin ve Kızılırmak, 2019).

Turizmin kolay ulaşılabilir ve satın alınabilir bir hale gelmesinden sonra seyahat etmek için nedenler çoğalmış (Kasinitz, Mollenkopf, Waters ve Holdaway, 2008), turistlerin seyahat etmesi için birçok yeni sebep ortaya çıkmıştır. Gastronomik seyahatler de turizm kolay satın alınabilir bir hal almasıyla birlikte sık tercih edilen turizm türleri arasında yerini almıştır. Gastronomi turizmi, potansiyel turistlerin herhangi bir destinasyona yönelmesine yol açan önemli motivasyon faktörlerinden bir tanesi olarak kabul edilmektedir (Kivela ve Crotts, 2005). Bununla ilgili yapılan araştırmaların çoğunda, yiyecek ve içecek ürünlerinin turistleri destinasyona çekme noktasında başarılı bir rol üstlendiği tespit edilmiştir (Seçilmiş ve Soydan, 2020). Kivela ve Crotts (2005) yaptıkları araştırmada, turistlerin %20,8'inin Hong Kong'a gastronomi amaçlı seyahat ettiğini ortaya çıkarmıştır.

Gastronomi kavramı mutfak, kimlik ve destinasyon kavramlarını birbirine bağlayabilen ve ziyaret edilen destinasyon ile ziyaretçinin yaşadığı kültür arasındaki farkı ortaya çıkarabilen sanat ve bilim dalıdır (Erşahin ve Kızılırmak, 2019). Bir destinasyonun yöresel mutfağını tanımak ve destinasyona özgü lezzetleri deneyimlemek adına yapılan seyahatler, farklı kültürleri tanımada önemli bir rol oynamaktadır. (Dimitrovski ve Crespi-Vallbona, 2017). Bu araştırma ise, diasporik bireylerin anavatanına özgü lezzetleri anavatanda deneyimleme motivasyonunun seyahatlerini ne kadar etkilediğiyle ilgilidir. Farklı kültürleri bir araya getirmede önemli bir niş pazar olarak kabul edilen gastronomi turizminin, diaspora topluluklarının anavatan seyahatlerine etkisi araştırmanın problemini oluşturmaktadır.

3. YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı ikinci kuşak göçmen Türklerin anavatana gerçekleştirdikleri seyahatlerde gastronomi faktörünün rolünü belirlemektir. Türkiye'nin dünya çapında yaklaşık 6,5 milyon civarı diasporası bulunmaktadır (Dışişleri Bakanlığı, 2021). Söz konusu 6,5 milyonluk diaspora içinde en yoğun topluluk Almanya'da yaşamaktadır. Bu doğrultuda, Almanya'da yaşayan ikinci kuşak göçmen Türkler çalışmanın odak noktası olarak belirlendi. Almanya'da yaşayan ikinci kuşak Türklerin tamamına ulaşmak mümkün olmadığı için kotalı örnekleme yönteminden yararlanılarak veriler toplanmıştır. Çalışmada veri toplama aracı olarak nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşme sorularından önce uygulamaya dâhil edilecek ikinci kuşak göçmen bireylerin Türkiye'ye en az bir kez gastronomik amaçlarla seyahat etmesi koşulunun yerine getirip getirmediği sorulmuştur. Olumlu cevap veren katılımcılar kalan soruları da yanıtlamıştır.

İkinci kuşak göçmen Türklerin anavatan seyahatlerinde gastronomi faktörünün belirlenmesi amacıyla yarı yapılandırılmış görüşme formu oluşturulmuştur. Dört sorudan oluşan görüşme formu ilgili literatürden yararlanılarak, araştırmanın amacına uygun şekilde hazırlanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formuna aşağıda yer verilmiştir:

- Anavatan seyahatlerinizde yeme-içme ve gastronominin rolü nedir?
- Anavatana seyahat ettiğinizde daha önceden bildiğiniz lezzetleri mi deneyimlersiniz yoksa daha önce tatmadığınız lezzetleri mi deneyimlersiniz?
- Anavatana seyahat ettiğinizde yerel lezzetleri akraba yanında mı yoksa restoranlarda mı deneyimlersiniz?
- Sırf anavatana özgü lezzetleri deneyimlemek için Türkiye'ye seyahat eder misiniz?

Veri toplama işlemi, kendini gastronomi turisti olarak tanımlayan ikinci kuşak göçmen Türkler ile 1 Mayıs ve 30 Haziran 2021 tarihleri arasında sosyal medya (Instagram ve WhatsApp üzerinden telefon görüşmesi) ve e-posta aracılığı ile gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerden elde edilen verilerin yorumlanmasında nitel veri analizi yöntemlerinden biri olan betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Kullanılan analiz yönteminde ana hedef, elde edilen bulguların özetlenmiş ve yorumlanmış halini okuyucuya sunmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2003).

4. BULGULAR

Çalışmaya katılan 18 ikinci kuşak göçmen Türk'ün 13'ü erkek, 5'i ise kadındır. Katılımcıların yaşları 21 ile 27 arasında değişiklik gösterirken, önemli bir kısmı en az lisans eğitimi almıştır. Katılımcılar, aylık gelir düzeyleri açısından değerlendirildiğinde, 1001-2000 ile 2001-3500 Euro aralığında yoğunluk olduğu görülmektedir. Kendisini gastronomi turisti olarak tanımlayan ikinci kuşak göçmen Türklerin demografik özelliklerine Tablo 1'de yer verilmiştir. Katılımcılar 'DT' şeklinde kodlanarak numaralandırılmıştır.

Tablo 3.1. Demografik Bulgular

Değişken	**Sayı**	**Değişken**	**Sayı**
Cinsiyet		**Yaş**	
Kadın	5	21	1
Erkek	13	22	1
Medeni Durum		23	2
Bekâr	11	24	2
Evli	7	25	4
Eğitim Durumu		26	5
Lise	2	27	3
Meslek Yüksek Okulu	3	**Ailede İlk Göç Eden**	
Lisans	9	Baba	15
Lisansüstü	4	Baba ve anne	3
Yaşanılan Şehir		**Doğum Şehri**	
Berlin	4	Berlin	3
Düsseldorf	1	Düsseldorf	1
Frankfurt	2	Frankfurt	1
Köln	6	Essen	1
Münih	3	Köln	7
Stuttgart	2	Münih	3
Türkiye Seyahatlerine Eşlik Eden		Stuttgart	2
Aile	14	**Aylık Gelir**	
Yalnız	4	1001-2000 Euro arası	8
Türkiye'de Konaklama Süresi		2001-3500 Euro	7
1-6 gün arası	4	3501 Euro ve üzeri	3
1 hafta	9		
8 gün ve üzeri	5		

4.1. Anavatan Seyahatlerinde Gastronominin Etkisi

Çalışmanın ilk sorusu, *"Anavatan seyahatlerinizde yeme-içme ve gastronominin rolü nedir?"* şeklinde oluşturularak ikinci kuşak göçmen Türklere yöneltilmiştir. DT2 olarak kodlanan katılımcı bu soruya "Anavatana fırsat buldukça seyahat ederiz ve bu seyahatlerde gastronominin rolü oldukça büyüktür. Benimle birlikte babam da Edirne tava ciğerini çok seviyor. Memleketimiz Tekirdağ ancak Tekirdağ'a gelmeden önce veya geldikten sonra muhakkak Edirne'ye geçip tava ciğeri yer namaz kılarız. Bu artık bizim için gelenek haline dönüştü." şeklinde yanıt vermiştir. Bir başka katılımcı DT4 "Anavatana seyahat etme nedenlerimin başında Türkiye'nin yerel lezzetleri de yer alıyor. Memleketim Adana'ya her geldiğimde şehrin tüm lezzetlerinin tadını doya doya çıkarıyoruz." demiştir. DT6 şeklinde kodlanan bir başka katılımcı ise "Türk mutfağının tamamına hayranım ve fırsat buldukça gidip yerinde yani anavatanımda çeşitli lezzetler tatmaya çalışıyorum. Aslında sadece Türkiye için değil Avrupa'da birçok ülkeyi lezzetleri için seyahat ettim. Gastronomi için seyahat etmeyi çok lezzetli bir faaliyet olarak görüyorum. Benim seyahatlerimde gastronomik faaliyetler ön planda yer alıyor." şeklinde yanıt vererek anavatan seyahatlerinde gastronominin etkili olduğunu vurgulamıştır.

DT7 bu soruya yanıtı "İşimiz gereği anavatana babamla çok sık seyahat ederiz ve Türkiye'ye ne için seyahat edersek edelim muhakkak gittiğimiz yörenin lezzetleri hakkında önceden kısa bir bilgi alır, o tatları en meşhur yerlerde tatmaya özen gösteririz. Babam bize küçükken sürekli anavatanımızı, güzel yemeklerini, gezilecek güzel yerlerini anlatırdı. Zaman geçtikçe babamla birçoğuna gittik, gördük, yedik." şeklinde olmuştur. DT8 kodlu katılımcı, soruya "Avrupa'da birçok ülkeye lezzetleri için gittik, şarap tatmak için çeşitli ülkelerdeki şehirleri gezdik. Anavatanımızla da bağımızı hiç koparmadık ve başta memleketimiz İstanbul olmak üzere birçok şehri gezdik. Ve bu gezilerdeki ana temamız her zaman gastronomi oldu." şeklinde cevap vermiştir.

DT13 kodlu katılımcı ise "Önceden Türkiye'ye akraba ziyaretine gelirdim. Zaman geçtikçe motivasyonlar değişti ama destinasyon olarak tercihim aynı kaldı. Eşim Türkiye'yi çok seviyor ve yılın yaz aylarında Türkiye'de bir destinasyon seçip ve oranın tüm lezzetlerinin tadını çıkarıyoruz." yanıtını vermiştir. DT14 konuyla ilgili "Anavatan seyahatlerimde birkaç etken vardır ve en önemlilerinden biri de gastronomidir. Türkiye mükemmel bir gastronomik çeşitliliğe ve ucuz tatil fırsatlarına sahip bir ülke. Kıyı turizminde de öncü ülkelerden bir tanesi olduğunu düşünüyorum ve bu ülke benim anavatanım. Dolayısıyla bu etkenler birleştiği zaman benim için mükemmel ve en doğru tatil destinasyonu ortaya çıkıyor." şeklinde görüş bildirerek anavatan seyahatlerinde başta gastronomi olmak üzere çeşitli motivasyonları olduğunu belirtmiştir.

4.2. Gastronomi Amaçlı Anavatan Seyahatlerinde Öncelikli Tercihler

Çalışmanın bir diğer sorusu ise "Anavatana seyahat ettiğinizde daha önceden bildiğiniz lezzetleri mi deneyimlersiniz yoksa daha farklı ve daha önce tatmadığınız lezzetleri mi deneyimlersiniz?" şeklinde hazırlanmıştır. DT1 kodlu katılımcı "Birçok lezzeti deneyimlesek de Türk mutfağı geniş olduğu için yeni lezzetlerle illa ki karşılaşılabiliyor. Ama ilk tercihimi sorarsanız bildiğim lezzetler diyebilirim. Benim için vaz geçilmez bir lezzet olan büryan kebabını deneyimlemeden Almanya'ya geri dönmek istemem." demiştir. DT5 söz konusu soruya "Her ne kadar yeni tatlar deneyimlemeyi sevsem de ilk önceliğimiz akraba yanında kaldığımız için bildiğimiz lezzetler oluyor. Ancak farklı bir yere gidersek kesinlikle eğer varsa tabi yöreye ait farklı lezzetleri deneyimlemeyi tercih ederim." şeklinde cevap vermiştir. DT11 "Gastronomi amaçlı seyahat edeceğimiz zaman önce bir araştırma yaparız ve o yöreye seyahat ederiz. O zaman bizim için yeni şeyler denemek ön plana çıkıyor. Dede evinde kalmaya gittiğimizde ise daha çok bildiğimiz lezzetlere yöneliyoruz ve ikisi de bizim için çok cezbedici." şeklinde yorum yaparak anavatan seyahatlerinde önceliğin yeni lezzetler tatmak olduğunu belirtmiştir. DT14 kodlu katılımcı ise "Bildiğim lezzetlerden ziyade daha önce tatmadığım lezzetleri deneyimlemeyi her zaman tercih ederim." yanıtını vermiştir.

4.3. Gastronomi Amaçlı Anavatan Seyahatlerinde Mekânsal Tercihler

Çalışmanın üçüncü sorusu, "Anavatana seyahat ettiğinizde yerel lezzetleri akraba yanında mı yoksa restoranlarda mı deneyimlersiniz?" şeklinde hazırlanmıştır. İlgili soruya verilen yanıtlar, katılımcıların önemli bir kısmının restoran veya lokantaları tercih ettiğini ortaya çıkarmıştır. DT8 kodlu katılımcı söz konusu soruya "Anavatanımda pek fazla akrabamız yok. Dolayısıyla memlekete değil de farklı şehirlere seyahat ediyoruz. Yeni şeyler denemek için anavatanda özel bir şehir seçip oraya gidiyoruz ve o şehri deneyimliyoruz. Yörenin restoranlarına gidip yeni lezzetler tatmaya çalışıyoruz." şeklinde yanıt vermiştir. Diğer bir katılımcı DT11 "Ben sürekli yenilik arayışında olan biriyim. Dolayısıyla ben her zaman yeni lezzetler tatmayı ve farklı restoranlarda yeni deneyimler edinmeyi tercih ederim. Zaten seyahat amacım da yeni tatlar deneyimlemek." şeklinde görüş bildirerek anavatan seyahatlerinde tercihinin yenilik ve restoranlardan yana olduğunu ifade etmiştir. DT13 kodlu katılımcı ise, "Bu soru bana önceden sorulsa akraba yanında derdim ancak eşimle birlikte seyahat anlayışım da değişti ve artık yeni tatlar deneyimlemek farklı şeyler tatmak istiyoruz ve dolayısıyla cevabım restoranlar olacak." şeklinde yanıt vermiş ve tercihinin zaman içinde değişim gösterdiğini vurgulamıştır.

4.4. Anavatanı Gastronomik Amaçlarla Ziyaret Etme Niyeti

Çalışmanın son sorusu ise, "Sırf anavatana özgü lezzetleri özlediğiniz veya yeni bir lezzeti duyup merak ettiğiniz için anavatana seyahat eder misiniz?" şeklinde geliştirilmiştir. Katılımcıların çok büyük bir kısmı, gelecekte anavatana gastronomik amaçlarla seyahat etmeyi düşündüğünü belirtmiştir. Kayda değer sayıda katılımcı ise geçmişte bu amaçlarla Türkiye'ye seyahat ettiğini belirtmiştir. İki katılımcı geleceği ön göremediğini belirterek konuya çekimser yaklaşırken, bir başka katılımcı ise kendisi için seyahat edilecek anavatan destinasyonunda önceliğin deniz-kum-güneş turizmi açısından elverişli olması gerektiği belirtmiş ve ardından gastronomi faktörünün etkili olduğunu eklemiştir. DT8 kodlu katılımcı daha önceden de bu amaçla seyahat ettiğini belirtmiş ve bu seyahatlerin gelecekte tekrarlanabileceğini vurgulamıştır. DT12 kodlu katılımcı ilgili soruya "Ben hamsili pilav için, ailem ise Karadeniz'e özgü çeşitli yiyecekleri tatmak için Trabzon'a yılda en az bir kez hep birlikte geliyoruz." yanıtını vermiştir. DT13 kodlu araştırmacı ise, daha önce Hatay'a gastronomik amaçlarla geldiğini ve Covid-19 salgını sonrasında yine aynı amaçlarla seyahate çıkabileceğini ifade etmiştir. DT14 ise, yaşadığı yerde Türk restoranlarının bulunduğunu ancak asla yerinde tadılan bir Türk yemeğinin yerini tutmayacağını belirtmiştir.

SONUÇ

Bu çalışma, ikinci kuşak göçmen bireylerin anavatan seyahatlerinde, gastronominin etkisinin ne düzeyde olduğunu belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Uluslararası alan yazın incelendiğinde çeşitli diaspora gruplarının anavatan seyahatlerindeki motivasyonlar incelenmiş ve bu motivasyonlardan bazıları özel olarak ele alınmıştır. Ancak göçmen bireylerin anavatana gerçekleştirdikleri seyahatlerinde yöresel lezzetlerin rolünün belirlenmesine yönelik bir araştırmaya rastlanamamıştır. Dolayısıyla göçmen bireylerin anavatan seyahatlerinde gastronominin ve mutfak kültürünün rolünü yaşanan deneyimler açısından belirlemek alan yazına katkı sağlayacaktır.

Çalışmada ikinci kuşak göçmen Türklerin anavatan seyahatlerine gastronominin etkisinin yanı sıra, katılımcıların gelecekte gastronomik amaçlarla anavatana seyahat edip etmeyecekleri de incelenmiştir. Katılımcıların anavatan seyahatlerinde ilk tercihinin daha önce denemediği lezzetlerden yana mı yoksa daha önceden bildiği ve deneyimlediği lezzetlerden yana mı olduğu araştırmanın bir başka sorusuydu. Son olarak katılımcılardan anavatan ziyaretlerinde gastronomik lezzetleri nerede deneyimledikleri sorusuna yanıt vermesi beklenmiştir.

İkinci kuşak göçmen Türklerin anavatan seyahatlerinde gastronominin etki düzeyini belirlemeye yönelik sorulan soruya katılımcıların önemli bir kısmının yanıtı, gastronominin anavatan seyahatlerindeki rolünün oldukça yüksek olduğu yönünde olmuştur. Türkiye, ikinci ve sonraki kuşak göçmen Türkler ile bağ kurmak ve bu bağı güçlendirmek adına birçok ülkenin sahip olmadığı birçok avantaja sahiptir. Katılımcılardan elde edilen verilere göre Türk mutfağının sadece yemek ve içeceklerden ibaret olmadığı, anavatan ile göçmen bireyler arasında bağ kurmak ve var olan bağı korumak açısından önemli faktörlerden biri olduğu görülmektedir. İlk kuşak göçmenlerin anavatana bağlılık seviyelerinin oldukça yüksek olduğu çeşitli araştırmalarda ortaya çıkarılmıştır. İkinci ve sonraki kuşak göçmen bireyler için ise bu durum ebeveynlerin konuya ilgisine ve anavatan seyahatlerine bağlıdır. Türk mutfak kültürü, göçmen bireylerin köklerine, anavatana olan bağlarına ve kültürel miraslarına açılan bir kapı olarak görülebilir.

Araştırma bulgularına göre, ikinci kuşak göçmen bireyler gastronomi konusunda yeniliğe açık bireylerdir ve öncelikleri genel olarak yeni ve daha önce tatmadığı lezzetleri deneyimlemek olduğu söylenebilir. Bu doğrultuda göçmen bireylerin, popüler destinasyonlara göre daha az turist çeken (Edirne, Tekirdağ vb.) yerler başta olmak üzere çeşitli bölgelerde faaliyet gösteren yerel işletmelere turizm geliri getirme noktasında önemli bir potansiyele sahip oldukları söylenebilir. Ayrıca katılımcıların önemli bir kısmı, gelecekte anavatana gastronomik amaçlarla seyahat edebileceğini ifade etmektedir. Bu doğrultuda diaspora turistlerine yönelik oluşturulacak pazarlama stratejileri içerisine yöresel tatların da entegre edilmesi faydalı olacaktır. Türk diasporasının anavatana seyahat etmesinde en önemli faaliyetlerden biri haline dönüşebilecek, düzenli olarak hazırlanacak olan bir diaspora festivali sürdürülebilirlik açısından önemli bir adım olarak görülebilir.

Birçok durumda küçük bir örneklem grubu ile yapılacak bir araştırma, bir fenomeni çeşitli bakış açılarından inceleme fırsatı sunmaktadır. Bununla birlikte küçük bir örneklem grubu ile gerçekleştirilen araştırmalar fenomen hakkında daha detaylı ve bireysel anlayış sağlamaktadır (Myers, 2020). Bu çalışma küçük bir örneklem grubu ile gerçekleştirilmiştir. Bulguların, araştırma evrenine genellenmesi mümkün değildir ancak konu ile ilgili yapılmış herhangi bir çalışmanın bulunmaması araştırmanın özgünlüğünü ön plana çıkarmaktadır. Bununla birlikte yapılan bu araştırmanın literatüre katkı sağlayacağı ve gelecekte yapılacak çalışmaların önünü açacağı ön görülmektedir.

KAYNAKÇA

Akgöl, Y. (2012). Gastronomi turizmi ve Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin gastronomi deneyimlerinin değerlendirilmesi. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.

Albayrak, T. ve Caber, M. (2018). Examining the relationship between tourist motivation and satisfaction by two competing methods. *Tourism Management*, 69, 201-213.

Basu, P. (2004). Route metaphors of 'roots-tourism' in the Scottish Highland diaspora. S. Coleman and J. Eade (Ed.), *Reframing pilgrimage: Cultures in motion* (s. 150-174) London: Routledge.

Başer, B. (2013). *Diasporada Türk-Kürt sorunu*. İletişim Yayınları, İstanbul.

Brubaker, R. (2005). The 'diaspora' diaspora. *Ethnic and Racial Studies*, 28(1), 1-19.

Bruneau, M. (2010). Diasporas, transnational formations between mobility and locality. R. Bauböck ve T. Faist (Ed.), *Diaspora and transnationalism: Concept, theories and methods* (s. 35-49) Amsterdam University Press.

Butler, K. D. Defining Diaspora, Refining A Discourse. *Diaspora: A Journal of Transnational Studies*, 10(2), 189-219.

Carry, S. H. (2004). The tourist moment. *Annals of Tourism Research*, 31(1), 61-77.

Castles, S. ve Mıller, M. J. (2006). *Göçler çağı: modern dünyada uluslararası göç hareketleri*, Çev. B. Bal ve İ. Akbulut, İstanbul, Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Clifford, C. (1994). *Diasporas. Cultural Anthropology*, 9(3), 302-338.

Cohen, R. (1996). Diasporas and The Nation State: from Victims to Challengers. *International Affairs*, 72 (3), 507-520.

Cohen, R. (2008). *Global Diasporas: An Introduction*. Routledge, London.

Çıkı, K. D. (2020). Diaspora turizmi kapsamında göçmen Türklerin seyahat motivasyonlarının ve anavatana bağlılıklarının incelenmesi. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Hacı Bayram Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Çıkı, K. D. ve Kızanlıklı, M. M. (2021). Almanya'da yaşayan ikinci kuşak göçmen Türklerin seyahat motivasyonlarının ve anavatana bağlılıklarının diaspora turizmi kapsamında incelenmesi: Köln örneği. *Turizm Akademik Dergisi*, 8(1), 115-132.

Dimitrovski, D. and Crespi-Vallbona, M. (2017). Role of food neophilia in food market tourists' motivational construct: The case of La Boqueria in Barcelona, Spain. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(4), 475-487.

Erşahin, E. ve Kızılırmak, İ. (2019). Gastronomi turlarına katılan turistlerin memnuniyet faktörlerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 7(4), 2466-2480.

Harman, S. (2014). Bağımsız seyahat eden yerli gezginlerin seyahat motivasyonları üzerine bir araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 10(21), 107-128.

Helmreıch, S. (1992). Kinship, Nation and Paul Gilroy's Concept of Diaspora. *Diaspora: A Journal of Transnational Studies*, 2(2), 243-249.

Huang, W. C., Hung K. and Chen C. C. (2018). Attachment to the home country or hometown? Examing diaspora tourism across migrant generations. *Tourism Management*, 68, 52-65.

Huang, W. J., Haller, J. W. and Ramshaw, G. P. (2013). Diaspora tourism and homeland attachment: an exploratory analysis. *Tourism Analysis*, 18, 285-296.

Huang, W. J., Ramshaw, G. P. and Norman W. C. (2016). Homecoming or tourism? diaspora tourism experience of second-generation ımmigrants. *Tourism Geographies*, 18(1), 59-79.

Iorio, M. and Corsale, A. (2012). Diaspora and tourism: Transylvanian and Saxons visiting homeland. *Tourism Geographies,* 15(2), 198-232.

Karakuş, Y., Onat, G. ve Özdemir, E. (2020). Yerel halkın gastronomi turizmi çağrışımları ve beklentileri: Göreme Kasabası örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 2179-2201.

Kasinitz, P., Mollenkopf, J. H., Waters, M. C. and Holdaway, J. (2008). *Inheriting the city: The children of immigrants come of age*. New York: Russell Sage Foundation.

King, B.E.M. (1994). What is ethnic tourism? An Australian perspective. *Tourism Management*, 15(3), 173-176.
Kivela, J. and Crotts, J. C. (2005). Gastronomy tourism: A meaningful travel market segment. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(2-3), 39-55.
Kivela, J. ve Crotts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354-377.
Myers, M.D. (2020). *Qualitative Research in Business & Management*. Sage Publications, London.
Otoo, F. E., Kim, S. and Choi, Y. (2020). Developing a multidimensional measurement scale for diaspora tourists' motivation. *Journal of Travel Research*, 60(2), 417-433.
Pearce, P. L. (2012). The experience of visiting home and familiar places. Annals of Tourism Research, 39(2), 1024-1047.
Reis, M. (2004). Theorizing diaspora: Perspectives on 'classical' and 'contemporary' diaspora. *International Migration*, 42(2), 41-60.
Safran, W. (1991). Diaspora in modern societies: Myths of homeland and return. *Diaspora: A Journal of Transnational Studies*, 1(1), 83-99.
Seçilmiş, C. ve Soydan, E. (2020). Türkiye'de gastronomi turizminin geliştirilmesine yönelik paydaş görüşleri üzerine nitel bir araştırma. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(17), 69-96.
Shuval, J. (2000). Diaspora migration: Definitional ambiguities and a theoretical paradigm. *International Migration*, 38(5), 41-57.
Sim, D. and Leith, M. (2013). Diaspora tourists and the Scottish Homecoming 2009. *Journal of Heritage Tourism*, 8(4), 259-274.
Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı, Yurtdışında Yaşayan Türk Vatandaşları, (2021). Erişim Adresi: https://www.mfa.gov.tr/yurtdisinda-yasayan-turkler_.tr.mfa
Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2003). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları.

EXTENDED ABSTRACT

Examining of Gastronomy Factor in the Homeland Travels of the Second Generation Turkish Diaspora

INTRODUCTION

People participate in touristic activities by moving away from the places they live under the influence of various motivations. However, it can be said that the situation is slightly different for immigrants. Immigrants may want to visit the places where they lived before settling in the host country, and this return request is highly likely to come true (Pearce, 2012). The longing for relatives and friends and the longing for the past underlie the desire to travel to the homeland, which appears especially in the first generation immigrant individuals and which gradually increases over time.

It can be said that the sense of curiosity rather than the feeling of longing comes to the forefront in the travels of the second generation immigrants to the homeland. As a result of curiosity, travel to the homeland takes place and if the second generation immigrants and the next generation immigrants are satisfied with the journey to the homeland, their travels to the homeland become more frequent and the bond between the immigrant and the homeland becomes stronger. Subsequently, it can lead to the emergence of various motivational factors in travels to the homeland.

Huang, Hung, and Chen (2018) focused on the Chinese diaspora in their research and determined that the participants had various travel motivations in their homeland travels. Çıkı and Kızanlıklı (2021), focusing on the homeland travels of second-generation immigrant Turks, revealed that diaspora tourists have various motivations to travel to the homeland, as in the study of Huang et al. (2018) focusing on the Chinese diaspora. In both studies, it was concluded that more detailed research should be done on whether the local foods and the delicacy of the homeland, which are seen as the motivation for travel to the homeland by the participants, are a travel motivation. These two studies form the basis of the research. From this point of view, the aim of the research is to determine the effect of gastronomy on the travel motivations of the second generation immigrant Turks living in Germany.

LITERATURE REVIEW

The first use of the concept of diaspora, which includes the connections between immigrants and the country of origin and used to express the communities that left their country of origin, was used to describe the communities that had to immigrate from their homeland. After 1980, the concept of diaspora was seen as incomplete and the concept started to be defined in different ways (Butler, 2001: 189). Towards the end of the twentieth century, diaspora studies became more frequent and almost every immigrant community began to be presented as a diaspora (Shuval, 2000: 41).

After the semantic expansion, the concept of diaspora began to be examined in two different ways, classical and contemporary/modern diaspora (Başer, 2013). With the emergence of the concept of contemporary diaspora, many countries around the world have defined their citizens living abroad as diaspora and have developed various strategies for them. These strategies trigger diaspora communities to travel to their homeland and enable them to bond with the homeland.

When the international literature is examined, it is possible to come across various definitions in the concept of diaspora tourism, as in the concept of diaspora. One of the most interesting definitions made, belongs to Basu. Basu (2004: 152) defines diaspora tourism as "an almost spiritual visit that separates itself from all touristic activities seeking pleasure, although the visits of immigrant individuals to the homeland are more important than other touristic visits".

Huang, Hung, and Chen (2018) focused on the Chinese diaspora in their research and tried to determine their motivation to travel to the homeland by comparing the surveyed Chinese diaspora in generations. In line with the findings, the researchers suggested that scientific research should be conducted on whether local foods and delicacy belonging to the homeland are diasporic travel motivation.

Focusing on the second generation Turkish diaspora, Çıkı and Kızanlıklı (2021) determined that more than one source of motivation underlies the travels of the Turkish diaspora to the homeland. In addition, it has been determined that a great majority of second generation immigrant Turks (81.4%) consider experiencing local tastes as motivation in their homeland travels, according to the item "enjoying Turkish cuisine" in the scale prepared to determine the motivation of immigrants in their homeland travels.

The concept of gastronomy is a branch of art and science that can connect the concepts of cuisine, identity and destination and reveal the difference between the destination visited and the culture in which the visitor lives (Erşahin and Kızılırmak, 2019). Travels to get to know the local cuisine of a destination and to experience the delicacies specific to the destination play an important role in getting to know different cultures (Dimitrovski and Crespi-Vallbona, 2017). This research is about how the motivation of diasporic individuals to experience tastes unique to their homeland affects their travels. The effect of gastronomic tourism, which is accepted as an important niche market in bringing different cultures together, on the travels of diaspora communities to the homeland constitutes the problem of the research.

METHODOLOGY

The aim of this study is to determine the role of gastronomy factor in the travels of second generation immigrant Turks to the homeland. Accordingly, second generation immigrant Turks living in Germany were determined as the focus of the study. Since it is not possible to reach all of the second generation Turks living in Germany, data were collected using the quota sampling method.

A semi-structured interview form was created in order to determine the gastronomy factor in the homeland travels of the second generation immigrant Turks. The interview form, which consists of four questions, was prepared in accordance with the purpose of the research by making use of the relevant literature. The semi-structured interview questions are given below:

- What is the role of food-beverage and gastronomy in your travels to the homeland?
- When you travel to the homeland, do you experience the delicacies you know before, or do you experience different delicacies that you have not tasted before?
- When you travel to the homeland, do you experience local delicacies with relatives or in restaurants?
- Would you travel to Turkey just to experience the tastes unique to the homeland?

FINDINGS

Of the 18 second-generation immigrant Turks participating in the study, 13 are male and 5 are female. While the ages of the participants varied between 21 and 27, a significant part of them had at least undergraduate education. When the participants are evaluated in terms of their monthly income levels, it is seen that there is a density between 1001-2000 and 2001-3500 Euros. Participants were numbered and coded as 'DT'.
The first question of the study is "What is the role of food-beverage and gastronomy in your travels to the homeland?" was created and directed to second generation immigrant Turks. The participant, coded as DT2 "We travel to the motherland as often as we can, and gastronomy plays a great role in these travels. Along with me, my father also likes Edirne fried liver. Our hometown, Tekirdağ, but before or after we come to Tekirdağ, we definitely go to Edirne and pray with fried liver. It has become a tradition for us now." replied as.
Another question of the study is "When you travel to the homeland, do you experience the delicacies you know before, or do you experience different delicacies that you have not tasted before?" prepared. The participant with the code DT1 "Even though we experience many tastes, new tastes can always be encountered because Turkish cuisine is extensive. But if you ask my first choice, I can say the delicacies I know. I wouldn't want to go back to Germany without experiencing the buryan kebab, which is an indispensable taste for me." said.

The third question of the study was, "When you travel to the homeland, do you experience local delicacies with relatives or in restaurants" prepared. The answers given to the related question revealed that a significant part of the participants preferred restaurants. Participant DT8 "We don't have many relatives in my homeland. Therefore, we travel to different cities, not hometown. To try new things, we choose a special city in the homeland and go there and experience that city. We try to go to the restaurants of the region and try new tastes." replied as.
The last question of the study "Would you travel to Turkey just to experience the tastes unique to the homeland?" shaped like was developed. A great majority of the participants stated that they intend to travel to their homeland for gastronomic purposes in the future. A significant number of respondents stated that they had traveled to Turkey for these purposes in the past.

CONCLUSION

The answer of a significant part of the participants to the question asked to determine the effect level of gastronomy in the homeland travels of the second generation immigrant Turks was that the role of gastronomy in their homeland travels is quite high. Turkey has many advantages that many countries do not have in order to establish and strengthen the bond with the second and next generation immigrant Turks. According to the data obtained from the participants, it is seen that Turkish cuisine is not just about food and beverages, it is one of the important factors in establishing and maintaining a bond between the homeland and immigrant individuals.
According to the research findings, second generation immigrant individuals are open to innovations in gastronomy and it can be said that their priority is to experience new and never tasted delicacies in general. In this direction, it can be said that immigrant individuals have a significant potential to bring tourism income to local businesses operating in various regions, especially in places that attract less tourists (Edirne, Tekirdağ, etc.) than popular destinations. In addition, a significant part of the participants state that they can travel to the homeland for gastronomic purposes in the future.
In many cases, a study with a small sample group offers the opportunity to examine a phenomenon from various perspectives (Myers, 2020). This study was carried out with a small sample group. It is not possible to generalize the findings to the research population, but the absence of any study on the subject highlights the originality of the research. However, it is anticipated that this research will contribute to the literature and pave the way for future studies.