

**TÜRKİYE'DE VEJETARYEN/VEGAN OTELLER MÜMKÜN MÜ?  
KAVRAMSAL BİR TARTIŞMA**

**S. Emre DİLEK\***

**ÖZ**

Son yıllarda dünya genelinde vejetaryen/vegan olan kişilerin sayısındaki artışa paralel olarak, vejetaryen/vegan otellerin sayısında da artış yaşanmaktadır. Her ne kadar Türkiye genelinde de vejetaryen ve vegan olanların sayısı her yıl artmakta olsa bile, vejetaryen/vegan otel sayısı aynı oranda artış göstermemektedir. Bu çalışmada, dünyadaki vejetaryen/vegan otellerin ülkelere ve kıtalara göre dağılımları verilerek, Türkiye'de vejetaryen/vegan otellerin mümkün olup olamayacağı üzerine bir tartışma zemini ortaya konulmak istenmektedir. Bu bağlamda, vejetaryenizm ve veganizm kavramları, insanları vejetaryen ya da vegan bir yaşam biçimine yönelten sebepler, Türkiye'de vejetaryen/vegan beslenme konularında kavramsal bir zemin ortaya konularak, konaklama sektörünün vejetaryen/vegan kişileri göz ardı etmesinin altında yatan nedenler söz konusu kavramsal zemin üzerinde tartışılmaktadır.

**Anahtar Sözcükler:** *Vejetaryenizm, Veganizm, Otel, Turizm*

**ARE VEGETARIAN/VEGAN HOTELS POSSIBLE IN TURKEY?  
A CONCEPTUAL DISCUSSION**

**ABSTRACT**

In recent years, in parallel with the increase in the number of vegetarians/vegans, the number of vegetarian/vegan hotels has also increased. Even though the number of vegetarian and vegan have annually increased, the number of the vegetarian/vegan hotels have not evenly increased. In this study, giving the distribution of the world vegetarian/vegan hotels according to countries and continents, it is aimed to reveal a discussion platform about the possibility of vegetarian/vegan hotels in Turkey. In this context, it was revealed a conceptual ground about the concepts of vegetarianism and veganism, the factors that motive to prefer vegetarian/vegan lifestyle, vegetarian/vegan nutrition issues. Thus it was discussed the factors of hospitality industry which ignore vegetarians/vegans on the conceptual ground.

**Keywords:** *Vegetarianism, Veganism, Hotel, Tourism*

---

\* Batman Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Batman, E-posta: s.emre.d@hotmail.com

## **Türkiye’de Vejetaryen/Vegan Oteller Mümkün Mü? Kavramsal Bir Tartışma**

### **GİRİŞ**

İnsanların, toplumların ve kültürlerin birbirinden farklı beslenme alışkanlıklarının bulunduğu ve tarihsel süreç içerisinde çeşitli toplumsal değişim/dönüşümlerle birlikte bu alışkanlıkların da çeşitlilik gösterdiği bilinmektedir. Bu durum, dinsel inançlara, geleneklere/göreneklere, yaşam biçimlerine göre çeşitlilik gösterdiği gibi, insanın hayatı kavrayışı, doğayı kutsayışı ya da insan-doğa ilişkisi bağlamında ortaya çıkan etik davranışlara göre de çeşitlenebilmektedir. İşte bu çeşitlilik temelinde, felsefi ve sosyolojik derinliği olan ve radikal bir düşünüm/bir yaşam biçimi şeklinde ortaya çıkan iki kavram bulunmaktadır: vejetaryenizm ve veganizm. Bu kavramlar modern dönemin “marjinal insan” etiketlemesi olarak düşünülse de, kavramların düşünsel altyapısı özellikle antik yunan felsefesine kadar uzanmakta ve Platon, Pythagoras gibi filozofların düşüncelerinde kendine yer bulmaktadır (Spencer, 2002). Öyle ki yemek, yalnızca insanın beslenme alışkanlığına değil, gündelik yaşam biçimine, inançlarına ve sosyo-ekonomik durumuna da atfedilen bir olgu şeklinde değerlendirilmektedir (Ma, 2015). Dolayısıyla yemek yeme alışkanlıklarımız salt biyolojik odaklı değil, sosyo-kültürel, sosyo-ekonomik, felsefi, dini ve tarihsel bir arka plana odaklanmayı gerekli kılmaktadır (Singer, 2009). Söz konusu bu odaklanma, insan yaşamının turizm faaliyetlerini de kapsayan çok yönlü yapısını farklı bakış açılarıyla değerlendirme ihtiyacı yaratmaktadır. Bu çalışma da vejetaryenizm/veganizm odaklı yaşam biçimlerini mercek altına alarak, turizm sektörünün bileşenlerinden biri olan konaklama sektörünü bu açıdan değerlendirmektedir.

### **KAVRAMSAL ARKA PLAN**

Dünya genelinde halen hayvan temelli yiyeceklerin yaygın olarak tüketilmesine rağmen, milyonlarca insanın da farklı ahlaki ve biyolojik gereksinimlerden hareketle vejetaryen ya da vegan beslenme alışkanlığını benimsediği bilinmektedir (Rivera ve Shani, 2013). Nitekim “Et Atlas Raporu<sup>1</sup> (Meat Atlas Report, 2014) vejetaryen ya da vegan nüfusun toplamının ortalama olarak ABD’de 15 milyon kişi (toplam nüfusun % 2’si), Avrupa’da 10 ile 50 milyon kişi (toplam nüfusun % 2 ile % 10’u

---

<sup>1</sup> Heinrich Böll Foundation ve Friends of the Earth Europe kuruluşları tarafından 2014 yılında yayımlanan rapordur.

## S. Emre DİLEK

arasında), Hindistan'da ise 375 milyon kişi (nüfusun % 31'i) olduğunu göstermektedir (Meat Atlas, 2014). Yine yapılan pek çok epidemiyolojik (sağlık araştırma bilimi) araştırmalarda da söz konusu sayının yıldan yıla artış gösterdiği ifade edilmektedir (Tantamango-Bartley vd., 2013; Yokoyama vd., 2014; Turner-McGrievy vd., 2015; Özcan ve Baysal, 2016).

Dünyada vejetaryen ve vegan nüfusun artmasında doğa merkezli (ekosentrik) ve insan merkezli (antroposentrik) olmak üzere iki temel yaklaşım altında yer alan çeşitli etkenler bulunmaktadır. Antroposentrik yaklaşım açısından bakıldığında; kişinin sağlık sorunları, kilo kontrolü, hayvan temelli gıdaları beğenmemesi ve reddetmesi, ekonomik sorunları, sosyal olarak vejetaryen/vegan kişilerden etkilenmesi ve dini inancı, o kişiyi vejetaryen ya da vegan olmaya yöneltebilmektedir (Shani ve DiPietro, 2007). Ekosentrik yaklaşımda ise; ahlaki/etik nedenler, endüstriyel hayvancılığın doğal çevreye verdiği zararların bilincine varmak, vejetaryenlik ya da veganlığın küresel kıtlık sorunu ile mücadelede önemli olduğunu düşünmek şeklinde daha çok doğal çevreyi ve hayvan etiğini ön plana alan etkenler bulunmaktadır (Rivera ve Shani, 2013). Kısacası kişiyi vegan ya da vejetaryen olmaya yönelten nedenler, kişinin kendinden yola çıkarak/kendini merkeze koyarak vardığı sonuçlar (antroposentrik yaklaşım) veya kişinin doğanın bir parçası olduğu düşüncesinden hareketle varmış olduğu (ekosentrik yaklaşım) sonuçlardır.

Vejetaryenlik ve vejetaryenliğin bir türü olan veganlığın yakın tarihteki sürecine bakıldığında ise ilk vejetaryen derneğinin 1847 yılında İngiltere'de (Vegetarian Society) kurulduğu, sonrasında ise "Amerikan Vejetaryen Derneği (1860)", "Alman Vejetaryen Derneği (1867)" şeklinde çeşitli ülkelerde de yaygınlaştığı görülmektedir (Son ve Bulut, 2016). İlerleyen yıllarda, tüm dünyadaki vejetaryen derneklerin 1908 yılında bir araya gelerek "Uluslararası Vejetaryen Birliği" çatısı altında birleştikleri, Avrupa ülkelerindeki söz konusu derneklerin ise "Avrupa Vejetaryen Derneği" adı altında 1988 yılında bir araya gelerek bir çatı örgütlenmeye gittiği belirtilmektedir (IVU, 2017; EVU, 2017). Türkiye'de ise 2012 yılında kurulan "Türkiye Vejetaryen Derneği" söz konusu çatı örgütlenmelerin bir üyesi olarak halen varlığını sürdürmektedir (TVD, 2017). Vejetaryenliğin daha keskin bir biçimi olan veganlık kavramı ise ilk kez 1944 yılında Donald Watson tarafından ortaya atılmış ve "*hayvanların insan sömürsünden özgürleşmesinin prensibi*" şeklinde tanımlanmıştır (Davis, 2012). Her yıl 1 Kasım tarihinde kutlanan "Dünya Vegan/Vejetaryen Günü" ise ilk kez 1977 yılında Kuzey Amerika Vejetaryen Derneği tarafından yerel bir organizasyon olarak kutlanmış ve ertesi yıl

## Türkiye’de Vejetaryen/Vegan Oteller Mümkün Mü? Kavramsal Bir Tartışma

Uluslararası Vejetaryen Birliği tarafından da resmi olarak kabul edilerek tüm dünyada kutlanmaya başlanmıştır (Spencer, 1996).

### Vejetaryenizm/Veganizm ve Turizm İlişkisi

Vejetaryenizm ve vejetaryenizmin bir türevi olan veganizm bir beslenme alışkanlığının ötesinde bir yaşam biçimini işaret etmektedir. Yukarıda da ifade edildiği gibi insanları ekosentrik ya da antroposentrik yaklaşımlar temelinde vejetaryen ya da vegan olmaya yönelten sebepler çeşitlilik gösterirken, bu sebeplerden hareketle vejetaryenizm de kendi içinde alt kategorilere ayrılmaktadır.

**Tablo 1: Vejetaryen/Vegan Tipolojileri**

Tipolojiler	Tanım
Fleksitaryen	Çoğunlukla vejetaryen yemekleri yiyen, ancak özellikle diyet zamanlarında diyet dengesini kurmak adına hayvansal gıdalar da tüketebilen kişilerdir.
Yarı-vejetaryen	Kırmızı et dışında diğer hayvansal gıdalar (yumurta, balık vb.) ile birlikte vejetaryen ürünleri tüketen kişilerdir.
Pesketaryen	Hayvansal gıda olarak deniz ürünleri dışında et tüketmeyen kişilerdir.
Lakto-Ovo Vejetaryen	Her türlü et dışında, diğer hayvansal gıdaları (yumurta, süt, peynir vb.) tüketebilen kişilerdir.
Lakto Vejetaryen (Lakteryen)	Lakto-Ovo vejetaryenler ile benzerlik gösteren, ancak yumurta da tüketmeyen kişilerdir.
Ovo Vejetaryen	Et dışında, süt ve süt ürünleri tüketmeyen yalnızca yumurta tüketen kişilerdir.
Vegan	Bal da dâhil olmak üzere hiçbir hayvansal gıdayı tüketmeyen kişilerdir.
Çiğ Beslenen Vegan (Raw Vegan)	Yalnızca işlem görmemiş ve pişirilmemiş sebze tüketen kişilerdir.
Fruitaryen	Yalnızca meyve, tahıl ve çeşitli tohumları tüketen kişilerdir.

Kaynak: Fox ve Ward (2008); Shani (2010); Rivera ve Shani (2013); Ginsberg (2017).

Tablodan da anlaşıldığı gibi insanların hangi vejetaryenlik türü içerisinde tanımlandığı hangi hayvansal gıdaları tüketip tüketmediğine

## S. Emre DİLEK

göre değişkenlik göstermektedir. Dolayısıyla ister ekosentrik ister antroposentrik yaklaşım temelinde olsun, vejetaryenizm insan-hayvan ilişkisinin bir fonksiyonu olarak değerlendirilebilir. Başka bir ifadeyle, insanın hayvansal gıdaları tüketip tüketmemesi sağlık sorunlarından kaynaklanacağı gibi etik nedenlerden de kaynaklanabilir. Söz konusu nedenler ise kişinin vejetaryenlik tipini de belirlemektedir.

Uluslararası turizm alanyazınına bakıldığında ise, vejetaryenlik/veganlık ile turizm faaliyetlerine katılım arasındaki ilişkiyel olguya yönelik çok az çalışma bulunmaktadır (Rivera ve Shani, 2013). Ancak turizm alanyazınında ki pek çok çalışmada, turizm sektörü içerisinde hayvanların kullanımının oldukça fazla olduğu ve bu durumun vejetaryen/vegan yaşam biçimi ve felsefesi ile örtüşmediğine vurgu yapılmaktadır (Hall ve Brown, 2006; Fennell, 2012; Kline, Boluk ve Shah, 2017). Dolayısıyla yalnızca vejetaryenlik/veganlık ve turizm arasındaki ilişki değil aynı zamanda turizm-hayvan refahı, turizm-hayvan hakları, turizm-hayvan etiği, turist-hayvan ilişkisine de odaklanmak yerinde olacaktır. Turizmde hayvan hakları, hayvan refahı veya hayvan etiği çalışmalarının sayısının özellikle 2000'li yıllardan sonra çalışılmaya başlandığı ve giderek arttığı görülmektedir (Fennell, 2012; Markwell, 2015; Günlü Küçükaltan ve Dilek, 2016). Tablo 2'de konuya ilişkin yapılan alanyazın incelemesi gösterilmektedir.

**Tablo 2: Turizm Alanyazınında Hayvan Hakları, Hayvan Refahı ve Hayvan Etiği Çalışmaları**

Yazarlar	Çalışmanın Adı	Yılı	Yayın Türü	Yayımlandığı Yer
Chilla Bulbeck	The 'Nature Dispositions' of Visitors to Animal Encounter Sites in Australia and New Zealand	1999	Makale	Journal of Sociology, Vol.35(2), 129-148
Peter Mason	Zoo Tourism: The Need for More Research	2000	Makale	Journal of Sustainable Tourism, Vol.8(4), 333-339
Alan Beardsworth ve Alan Bryman	The Wild Animal in Late Modernity The Case of the Disneyization of zoos	2001	Makale	Tourist Studies, Vol.1(1), 83-104
Peter Hughes	Animals, Values and Tourism	2001	Makale	Tourism Management, Vol.22(4), 321-329

**Türkiye’de Vejetaryen/Vegan Oteller Mümkün Mü?  
Kavramsal Bir Tartışma**

Derek R. Hall ve Frances Brown	Tourism and Welfare: Ethics, Responsibility and Sustained Well-being	2006	Kitap	CABI: UK & USA
David A. Fennell	Tourism Ethics	2006	Kitap	Channel View Publications: New York - Ontario
Brian Garrod	Marine Wildlife Tourism and Ethics	2007	Kitap Bölümü	Marine Wildlife and Tourism Management (Eds. James Higham & Michael Lück) içinde ss. 257-271 CABI: UK & USA
Amir Shani ve Abraham Pizam	Towards an ethical framework for animal-based attractions	2008	Makale	International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol.20(6), 679-693
David A. Fennell	Tourism Ethics Needs More Than a Surface Approach	2008	Makale	Tourism Recreation Research, Vol.33(2), 223-224
Christen Wemmer ve Catherina A. Christen (Der)	Elephants and Ethics Toward a Morality of Coexistence	2008	Kitap	The Johns Hopkins University Press: Baltimore
Neil Carr	Animals in the tourism and leisure experience	2009	Editöryal	Current Issues in Tourism, Vol.12(5-6), 409-411
Erik Cohen	The Wild and the Humanized: Animals in Thai Tourism	2009	Makale	Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research, Vol.20(1), 100-118
David A. Fennell ve Agnes Nowaczek	Moral and Empirical Dimensions of Human-Animal Interactions in Ecotourism: Deepening an Otherwise Shallow Pool of Debate	2010	Makale	Journal of Ecotourism, Vol.9(3), 239-255
Warwick Frost (Der.)	Zoos and Tourism Conservation, Education, Entertainment	2011	Editörlü Kitap	Channel View Publications: Bristol-Buffalo-Toronto

**S. Emre DİLEK**

Georgette Leah Burns, Jim MacBeth ve Susan Moorec	Should Dingoes Die? Principles for Engaging Ecocentric Ethics in Wildlife Tourism Management	2011	Makale	Journal of Ecotourism, Vol.10 (3), 179-196
John Dobson	Towards a Utilitarian Ethic for Marine Wildlife Tourism	2011	Makale	Tourism in Marine Environments, Vol.7(3-4), 213-222
David A. Fennell	Tourism and Animal Ethics	2012	Kitap	Routledge: USA and Canada
David A. Fennell	Tourism and Animal Rights	2012	Makale	Tourism Recreation Research, Vol.37(2), 157-166
David A. Fennell	Tourism, Animals and Utilitarianism	2012	Makale	Tourism Recreation Research, Vol.37(3), 239-249
Matt W. Hayward vd.	Animal Ethics and Ecotourism	2012	Editorial	South African Journal of Wildlife Research, Vol.42 (2), iii-v.
Erik Cohen	Tiger Tourism: From Shooting to Petting	2012	Makale	Tourism Recreation Research, Vol.37 (3), 193-204
Amir Shani	Tourism and Animal Rights: More than Meets the Eye	2012	Makale	Tourism Recreation Research, Vol.37 (3), 276-277
David A. Fennell	Tourism and Animal Welfare	2013	Makale	Tourism Recreation Research, Vol.38(3), 325-340
David A. Fennell	Contesting the Zoo as a Setting for Ecotourism, and the Design of a First Principle	2013	Makale	Journal of Ecotourism, Vol.12(1), 1-14
Giovanna Bertella	Ethical Content of Pictures of Animals in Tourism Promotion	2013	Makale	Tourism Recreation Research, Vol.38(3), 281-294
Olga Yudina ve David A. Fennell	Ecofeminism in the Tourism Context: A Discussion of the Use of Other-than-human Animals as Food in Tourism	2013	Makale	Tourism Recreation Research, Vol.38(1), 55-69

**Türkiye’de Vejetaryen/Vegan Oteller Mümkün Mü?  
Kavramsal Bir Tartışma**

David A. Fennell	Ecotourism, Animals and Ecocentrism: A Re-examination of the Billfish Debate	2013	Makale	Tourism Recreation Research, Vol.38(2), 189-202
Brent Lovelock ve Kirsten Lovelock	The Ethics of Tourism: Critical and Applied Perspectives	2013	Kitap	Routledge: London-New York
Rakesh Chandra	Utilizing Utilitarianism: Animal Rights in Tourism	2013	Makale	Tourism Recreation Research, Vol.38(2), 255-257
Azade Özlem Çalık ve Gülsel Çiftçi	Animal Ethics in Tourism	2013	Makale	International Journal of Business and Management Studies, Vol.5 (1), 160-177
Erik Cohen	Recreational Hunting: Ethics, Experiences and Commoditization	2014	Makale	Tourism Recreation Research, Vol.39(1), 3-17
Neil Carr	Dogs in the Leisure Experience	2014	Kitap	CABI: UK - USA
Kevin Markwell (Der.)	Animals and Tourism: Understanding Diverse Relationships	2015	Kitap	Channel View Publications: Bristol-Buffalo-Toronto
Sneddon, J., Lee, J., Ballantyne, R., ve Packer, J.	Animal welfare values and tourist behaviour	2016	Makale	Annals of Tourism Research
Tom Moorhouse, Neil C. D’Cruze ve David W. Macdonald	Unethical use of wildlife in tourism: what’s the problem, who is responsible, and what can be done?	2016	Makale	Journal of Sustainable Tourism
Günlü Küçükaltan, E. ve Dilek, S.E. (Der.)	Metalaşan Turizm – Metalaştırılan Hayvanlar	2016	Kitap	Nobel Yayıncılık: Ankara
Claudia Notzke	Equestrian tourism: animal agency observed	2017	Makale	Current Issues in Tourism
Ismar Borges de Lima ve Ronda Green (Der.)	Wildlife Tourism, Environmental Learning and Ethical Encounters	2017	Kitap	Springer International: UK-USA

Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir.



## S. Emre DİLEK

Yapılan çalışmalar, özellikle ekosentrik yaklaşım içerisinde bulunan etik nedenlerden dolayı vejetaryen ya da vegan olan kişilerin turizm faaliyetlerine katılımlarına ilişkin bir irdeleme yapma olanağı vermesi bakımından önemlidir. Örneğin vegan bir kişinin turizm faaliyetlerine katılımında ortaya çıkabilecek etik, seyahat, konaklama, yeme-içme gibi çeşitli sorunlara ilişkin çözüm önerileri söz konusu çalışmalar temelinde tartışılabilir. Ayrıca turizm işletmelerinin vegan ya da vejetaryen kişilere yönelik sunacağı hizmetlerin neler olması gerektiği konusunda yine tablo 2'de yer alan çalışmalar zemininde çeşitli çıkarımlar yapılabilir.

Bu bağlamda, belirtilen çalışmalardan hareketle vegan ya da vejetaryen kişilerin özellikle yeme-içme faaliyetlerinin de yoğun olarak gerçekleştirildiği konaklama işletmelerinde yaşadığı/yaşayabileceği sorunlara ilişkin olarak Türkiye özelinde vejetaryen otellerin mümkün olup olmadığına ilişkin bir değerlendirmeye ihtiyaç bulunmaktadır. Nitekim bu çalışma da, söz konusu ihtiyaca yönelik bir irdelemeyi yapmaya çalışmaktadır.

### **Vejetaryen/ Vegan Oteller**

Dünya Turizm Örgütü (DTÖ) verilerinden hareketle turizme katılanların profiline bakıldığında, katılanların yarısından fazlasının (% 53) kitle turizmi kapsamında hareket ettiği görülmektedir (DTÖ, 2018). Turizm işletmeleri de kitle turizmi kapsamında ürün ve hizmet sunarak talebe yönelik bir arz faaliyeti yürütmektedirler. Dolayısıyla azınlığın istek ve ihtiyaçları belli ölçüde karşılanabilmekte ve bu yönüyle turizm sektörü vejetaryen/ vegan turistlere yönelik ürün ve hizmet sunumunu göz ardı etmektedir. Nitekim Dewan (2017) da çalışmasında bu duruma dikkat çekerek, vejetaryen ya da vegan turistlerin seyahatleri süresince özellikle yeme, içme ve uygun konaklama tesisi bulma konusunda yaşadıkları problemlere vurgu yapmaktadır. Yudina ve Fennell (2013) ise hedonistik kültürün bir parçası olarak kitle turizminin vejetaryen veya vegan bireyleri birer turist olarak göz ardı ettiğini daha geniş anlamıyla turizm sektörünün etik bir problemi görmezden geldiğini belirtmektedirler. Rivera ve Shani (2013) de, özelden restoranların genelde ise turizm işletmelerinin büyük çoğunluğunun vejetaryen/vegan bireylerin ihtiyaçları konusunda bilgi sahibi olmadığını ve dolayısıyla turizm işletmelerinin farkındalık kazanması gerekliliğine işaret etmektedirler. Yazarların belirtmiş olduğu noktalar, turizm sektörünün bir bütün olarak azınlıkta kalan vejetaryen/vegan turistlerin ihtiyaç ve isteklerini tam olarak bilmediğini, söz konusu ihtiyaç ve isteklerin farkında olmadıklarını ya da görmezden

## **Türkiye’de Vejetaryen/Vegan Oteller Mümkün Mü? Kavramsal Bir Tartışma**

geldiklerini göstermesi bakımından önemlidir. Bu bağlamda, çalışmanın da amacına uygun olarak vejetaryen/vegan bireylere ürün ve hizmet sunan konaklama işletmelerinin dünyada ve Türkiye’deki mevcut durumlarının ne olduğunu tartışmaya açmak, Yudina ve Fennell’in da belirtmiş olduğu gibi turizm sektörünün etik bir problemine çözüm getirebilme noktasında önem arz etmektedir.

Bir yaşam biçimi olarak dünyanın en hızlı büyüyen eğilimlerinden biri olan vejetaryenizm/veganizm felsefesinin (Wu, 2014) konaklama işletmelerince benimsenmesi ve bu felsefeye uygun ürün ve hizmetler sunması turizm sektörünün “vejetaryen ya da vegan otel” kavramı ile tanışmasına neden olmuştur. Dünyada ilk kez kurulan “Vejetaryen Oteller Birliği” de bunun bir yansıması olarak ortaya çıkmıştır (VeggieHotels, 2018b). Birliğe göre, vejetaryen ya da vegan otel tanımı, vejetaryenizm/veganizm felsefesine uygun olarak çevre ve hayvan etiği konusunda duyarlılık sahibi olan ve misafirlerine vejetaryen/vegan yeme-içme alternatifleri sunan turizm işletmeleri şeklinde yapılmaktadır. Bununla birlikte, turizm alanyazınında turizme katılan bireylerin otel tercihlerini etkileyen lokasyon, fiyat, güvenlik, hijyen, rekreasyonel aktiviteler, otel sunduğu olanaklar gibi pek çok faktör de vegan ve vejetaryen bireyler için geçerlidir. Birliğin yaptığı tanımlama, genel olarak sunulan ürün ve hizmetlere ek olarak kendini vejetaryen ya da vegan otel olarak tanımlayan bir konaklama işletmesinde olması gereken özellikler olarak da değerlendirilebilir. Başka bir ifadeyle, bir vejetaryen/vegan otel yalnızca vejetaryen ya da veganlara değil aynı zamanda vejetaryen ya da vegan olmayanlara da hizmet verebilir. Nitekim Dilek ve Fennell (2018) tarafından vejetaryen/vegan bireylerin otel tercihlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesine yönelik yapılan çalışmada ortaya çıkan en önemli sonuçlardan birisi de kendini vejetaryen veya vegan olarak tanımlayan bireylerin otel tercihi yaparken kendilerinin hassasiyetleri gözetilerek diğer müşteriler için de ürün ve hizmet sunulabileceğini belirtmeleridir. Buradan hareketle, modern dönemin marjinalleri olarak ifade edilen vejetaryen/vegan kişilerin bir konaklama işletmesinden beklentilerinin temelde yalnızca kendilerine yönelik ürün ve hizmet sunulması değildir. Diğer bir deyişle onları rahatsız eden noktanın kendileri ile birlikte vejetaryen/vegan olmayan kişilerin de aynı ortamda olmaları değil, kendilerinin görmezden gelinmemesidir. Dolayısıyla mevcut oteller, çevre ve hayvan dostu uygulamalar ile vejetaryen/vegan yeme-içme alternatifleri sunduklarında ve bunu görünür kıldıklarında aslında vejetaryen/vegan bireyler tarafından da tercih edilme potansiyeline sahip

## **S. Emre DİLEK**

olabilecekleri söylenebilir. Ancak, bir yaşam biçimine saygı göstererek vejetaryenizm/veganizm felsefesini benimsemek teoride kolay görünmekle birlikte, pratikte oteller için çeşitli değişim ve dönüşümleri gerekli kılmaktadır. Sürdürülebilir (yeşil) otelcilik uygulamalarının yatırım maliyetlerine katlanmak, evcil hayvan sahibi olan vejetaryen/veganlara uygun konaklama alternatifleri yaratmak, hayvan hakları ve etiği kapsamında yalnızca yeme-içme değil aynı zamanda sunulan diğer ürün ve hizmetlerde de hayvansal temelli ürünleri tercih etmemek gibi çeşitli örnekler söz konusu gereklilikler içerisinde sayılabilir.

## **YÖNTEM**

Bu çalışma, nitel araştırma desenlerinden biri olan fenomenolojik (olgu bilim) araştırma deseni üzerinde şekillenmektedir. Fenomenler olaylar, algılar, yönelimler, durumlar, tecrübeler veya kavramlar olabilmektedir (Groenewald, 2004). Bu bağlamda, vejetaryenizm/veganizm kavramları da birer fenomen olarak ele alınarak, turizm sektörünün bileşenlerinden biri olan konaklama işletmeleri bağlamında irdelenmektedir. Nitekim genel olarak farkında olunan ancak derinlemesine ve ayrıntılı bir anlayışa sahip olunmayan olguları araştırmayı amaçlayan çalışmalar için fenomenoloji uygun bir araştırma zemini sunmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2008).

Söz konusu araştırma zemini üzerinde şekillenen bu çalışmanın temel sorunsalı vejetaryen/vegan bireylerin genel olarak turizm sektöründe göz ardı edilmesi ve turizm sektörünün en önemli bileşenlerinden biri olan konaklama sektörünün söz konusu bireyleri de kucaklayıcı bir ürün/hizmet çeşitliliğine sahip olmamasıdır. Bu sorunsaldan hareketle çalışma, Dünya genelinde vejetaryen/vegan otellerin mevcut durumundan yola çıkarak Türkiye’de vejetaryen/vegan otellerin mümkün olup olamayacağı yönündeki soruya ilişkin bir tartışma zemini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Bu doğrultuda, veri toplama araçları olarak doküman analizi ve literatür taraması yöntemleri birlikte kullanılmıştır. Bunun nedeni vejetaryenizm/veganizm kavramlarına (fenomenlerine) ilişkin ayrıntılı bilgi sahibi olmak ve dünyadaki vejetaryen/vegan konaklama işletmelerinin sayısı/dağılımı hakkında bir tablo ortaya koyabilmektir. Doküman analizi; nitel veri toplama aracı olarak, gözlem ve görüşmenin dışında araştırılması hedeflenen olgu ya da olgular hakkında bilgi içeren materyallerin incelenmesi ve analizi şeklinde ifade edilmektedir (Yıldırım ve Şimşek 2008: 187). Doküman analizine konu olan kaynaklar; arşiv

## **Türkiye’de Vejetaryen/Vegan Oteller Mümkün Mü? Kavramsal Bir Tartışma**

verileri ve tarihsel veriler (Baş ve Akturan, 2008) olabileceği gibi; film, video ve fotoğraflar ile (Yıldırım ve Şimşek, 2008) internet kaynakları da (Baş ve Akturan, 2008) doküman analizleri kapsamında yararlanılan kaynaklardandır. Diğer yandan literatür tarama yöntemine dayalı çalışmalar ise, araştırmacılar tarafından daha önceden tamamlanan ve kayıt altına alınan tanımlanmış, değerlendirilmiş ve sentezi yapılmış sistemli, açık ve üretilebilir bir yöntemin kullanıldığını işaret eden çalışmalardır (Fink, 2009).

Bu bağlamda öncelikli olarak “vejetaryen”, “vejetaryenizm”, “vegan” ve “veganizm” anahtar kelimeleri ile ilgi olarak, sonrasında ise “hayvan hakları”, “hayvan refahı” ve “hayvan etiği” anahtar kelimeleri ile ulusal ve uluslararası turizm alanyazını incelenmiştir (Bkz. Tablo 2). Doküman analizinde ise dünyanın ilk Vejetaryen Oteller Birliği’nin “veggie-hotels” internet sitesi üzerinden 8 – 12 Şubat 2018 tarihleri arasında vegan/vejetaryen oteller hakkında elde edilen veriler derlenmiş ve tablolaştırılmıştır.

### **BULGULAR**

“Veggie-hotels” internet sitesi üzerinden elde edilen bilgiler neticesinde birliğe üye dünyadaki vejetaryen/vegan otel sayıları ve toplam içindeki payları tablolaştırılarak aşağıda verilmektedir. Dünyadaki mevcut durumun anlaşılabilmesi ve Türkiye adına bir değerlendirme yapabilmek adına söz konusu veriler önemlidir.

Tablo 3’ten de anlaşılacağı gibi dünyada vejetaryen/vegan otel sayısında Almanya (86), Hindistan (72), İtalya (64), Birleşik Krallık (53), ve ABD (48) başı çekmektedirler. Bu durum söz konusu ülkelerin vejetaryen/vegan nüfusu ile doğru orantılı olduğu söylenebilir. Öyle ki, Almanya nüfusunun %8-9’u; Hindistan nüfusunun %40’ı; İtalya nüfusunun %6-7’si, Birleşik Krallık’ın %3-4’ü ve ABD’nin %4’ü vegan ya da vejetaryen bireylerden oluşmaktadır (TVD, 2017). Türkiye’de ise, Türkiye Vegan ve Vejetaryenler Derneği’nin ifade etmiş olduğu verilere göre, kendini vejetaryen ya da vegan olarak tanımlayan kişilerin sayısının nüfusun %1’inin altında olduğu bilinmektedir. Buradan hareketle Türkiye’de vegan veya vejetaryen otel olma farkındalığının da düşük seviyelerde olduğu söylenebilir. Nitekim Tablo 3’te de görüldüğü üzere, Türkiye’den herhangi bir otel söz konusu birliğe üye olmadığı için listede bulunmamaktadır.

**Tablo 3: Dünyadaki Vejetaryen/ Vegan Otel Sayıları**

Kıtalar	Ülkeler
<b>Avrupa</b>	Avusturya (12), Belçika (5), Hırvatistan (5), Çekya (3), <b>Fransa (28)</b> , <b>Almanya (86)</b> , Yunanistan (4), Macaristan (3), İrlanda (10), İsrail (3), <b>İtalya (64)</b> , Letonya (1), Malta (1), Hollanda (5), Norveç (1), Polonya (2), Portekiz (4), Romanya (4), Sırbistan (2), Slovakya (1), Slovenya (1), <b>İspanya (24)</b> , İsveç (5), İsviçre (7), <b>Birleşik Krallık (53)</b>
<b>Asya</b>	Çin (1), <b>Hindistan (72)</b> , Endonezya (3), Japonya (2), Güney Kore (1), Tayvan (1), Tayland (2), Malezya (1), Moğolistan (1), Ürdün (1), Nepal (1), Filipinler (2), Sri Lanka (1), Singapur (1)
<b>Kuzey Amerika</b>	Bahamalar (2), Barbados (1), Kanada (9), Küba (1), Dominik Cumhuriyeti (2), Guatemala (1), Meksika (5), Nikaragua (1), Porto Riko (4), <b>ABD (48)</b>
<b>Güney Amerika</b>	Arjantin (2), Brezilya (8), Şili (3), Kolombiya (2), Ekvator (1), Peru (3), Uruguay (1)
<b>Okyanusya</b>	Avustralya (5), Yeni Zelanda (2)
<b>Afrika</b>	Gambiya (2), Gana (1), Uganda (1), Mozambik (1)

Kaynak: VeggieHotels (2018a) <http://www.veggie-hotels.com/4-1-Hotels.html?a=r> sayfasında erişilen bilgiler doğrultusunda yazar tarafından derlenmiştir.

**Tablo 4: Kıtalara Göre Vejetaryen/ Vegan Otel Sayısı ve Toplam İçindeki Payları**

Kıtalar	Otel Sayısı	Toplam İçindeki Payı (%)
Avrupa	334	61,9
Asya	91	16,9
Kuzey Amerika	83	15,3
Güney Amerika	20	3,7
Okyanusya	7	1,3
Afrika	5	0,9
<b>Toplam</b>	<b>540</b>	<b>100 %</b>

Kaynak: VeggieHotels (2018a) <http://www.veggie-hotels.com/4-1-Hotels.html?a=r> sayfasında erişilen bilgiler doğrultusunda yazar tarafından derlenmiştir.

Kıtalara göre vejetaryen/vegan otel sayılarına bakıldığında Avrupa kıtasının % 62'lik pay (334 otel) ile ilk sırada yer aldığı görülmektedir (Tablo 4). Sonrasında ise özellikle Hindistan'ın (72 otel) Asya kıtasında bulunmasından dolayı Asya kıtasının ikinci sırada yer aldığı ve Asya'yı Kuzey Amerika kıtasının takip ettiği anlaşılmaktadır. Toplam sayıya bakıldığında ise (540 otel) dünyadaki toplam otel sayısı içerisinde vejetaryen/ vegan otellerin çok az bir paya sahip olduğu görülebilir. Öyle

## **Türkiye’de Vejetaryen/Vegan Oteller Mümkün Mü? Kavramsal Bir Tartışma**

ki, Delta Check adlı araştırma şirketinin 2016 yılı sonu verilerine göre, dünya genelinde 2.3 milyonun üzerinde yıldızlı otel olduğu bilinmektedir (Delta Check, 2017). Yalnızca dünya genelindeki toplam yıldızlı oteller baz alınarak basit bir yüzde hesabı yapıldığında, toplam otel sayısının % 0.02’sinin vejetaryen/ vegan otel olduğu anlaşılabilmektedir.

### **SONUÇ VE ÖNERİLER**

Dünya genelinde, sürekli olarak vejetaryen ya da vegan beslenenlerin sayısının 600 milyondan fazla olduğu ifade edilmektedir (TVD, 2017). Bu sayı, sağlıklı yaşam isteği, beslenme tercihleri, ekonomik sorunlar, dini gerekçeler ya da ekolojik ve ahlaki kaygılardan ötürü her geçen yıl artmaktadır. Bu durumu göz ardı etmenin ise, vegan/vejetaryen bireylerin istek ve ihtiyaçlarını karşılamamaktan öte, onları marjinalize ederek bir yaşam biçimine saygı duymamak ya da ötekileştirmek anlamına geldiği söylenebilir. Bu felsefeden hareketle, hem toplumsal anlamda hem de toplumsal değişim/dönüşümlerden doğrudan etkilenen turizm sektörü bağlamında vegan/vejetaryen bireylerin yaşam tarzları ve beslenme tercihleri konusunda farkındalığın artması ahlaki sorumluluğun bir gereği olarak düşünülmelidir.

Turizm sektörünün kitle turizmüne endekli ürün ve hizmet yapısı söz konusu gerekliliğin bir parçası olarak farklılaştırılmalı ve turistik ürünün bileşenlerinden biri olan turizm işletmeleri vejetaryen/vegan turistlere yönelik olarak da ürün ve hizmet yelpazesini genişletmelidirler. Bunu yaparken ise, vejetaryenizm/veganizm felsefesini içselleştirebilmelidirler. Bu kapsamda “Vejetaryen Oteller Birliği” hem bu felsefenin yaygınlaştırılabilmesine hem de işlerlik kazanmasına yardımcı olmaktadır. Bununla birlikte, vejetaryen/vegan tüketicilerin tercihlerine paralel olarak sunulan ürünlerin vejetaryen/vegan felsefesine ve kurallarına uygunluğunun tespiti ve etiketlenmesi için “Avrupa Vejetaryenler Birliği (EVU)” 1996 yılında *V-Label* (Vejetaryen/vegan etiketi), yani Avrupa Vejetaryen simgesini geliştirmiştir. *V-Label*, “Uluslararası Vejetaryenler Birliği (IVU)” ve “Avrupa Vejetaryenler Birliği” nin resmi olarak kabul ettiği tek sembol olup, *V-Label*’ın Türkiye’de sertifikasyon hakkı, tek yasal temsilci konumundaki “Türkiye Vegan ve Vejetaryenler Derneği”ne aittir (V-Label, 2018). Dolayısıyla Türkiye’deki konaklama işletmeleri de söz konusu etiketi alarak, vejetaryen/vegan turistlere yönelik olarak ürün ve hizmet sunduğunu belgeleyebilir ve

## S. Emre DİLEK

“Vejetaryen Oteller Birliği” ne üye olarak da kendilerini daha görünür kılabilirler.

Teorik açıdan bakıldığında ise, ulusal ve uluslararası turizm alanyazınında vejetaryenizm/veganizm ve turizm ilişkisi bağlamında yapılan çalışmaların yetersiz olduğu bilinmektedir (Fennell, 2012; Dewan, 2017). Konunun akademide de göz ardı ediliyor olması ya da yeterince ele alınmıyor olması turizm sektörünün farkındalık kazanması adına bir eksiklik olarak değerlendirilebilir. Bu bakımdan teorinin pratiği desteklemesi ve pratiğin işlerlik kazanabilmesi adına vejetaryenizm/veganizm konusunun “modern dönemin marjinal akımı” mottosunun dışına çıkılarak realist bir yaklaşımla ele alınması gerekmektedir. Öyle ki turizmin hem teorik hem de pratik alandaki ahlaki sorumluluğu da bu yaklaşımı gerekli kılmakta olup, aksi takdirde turizmin ahlaki dahi satın alan bir sektör olduğu sonucu ortaya çıkacaktır (Holden, 2005).

İlerleyen dönemlerde realist bir yaklaşımla yapılacak olan çalışmaların yaygınlaşması ve çeşitlenmesi için de çeşitli öneriler sunulabilir. Bu kapsamda, Kültür ve Turizm Bakanlığı ile ortaklaşa resmi olarak vejetaryen/vegan otel kriterleri belirlenerek, yeşil yıldız sertifikasyonu sürecinde olduğu gibi Bakanlık tarafından da otellere vejetaryen/vegan otel sertifikası verilebilir. Bunun dışında akademik olarak vejetaryen/vegan bireylere yönelik turizme katılım motivasyonları, otel tercihlerini etkileyen faktörler, turizme katılım sorunları gibi konularda talep yönlü ampirik çalışmalar yapılabilir. Ayrıca arz yönlü olarak da vejetaryen/vegan otel olabilmeyen önündeki engellere ilişkin turizm profesyonelleri ile görüşmeler gerçekleştirilerek, onların vejetaryenizm ve veganizm konusundaki algıları tespit edilmeye çalışılabilir. Söz konusu bu çalışmalar kültürlerarası ya da bölgeler arası karşılaştırmalar ile desteklenebilir. Böylelikle Türkiye’de de vejetaryen/vegan otel olmanın mümkün olup olmadığı farklı açılardan ortaya konulmuş olabilecektir.

## KAYNAKÇA

- Baş, T. ve Akturan, U. (2008). Nitel Araştırma Yöntemleri: NVivo 7.0 ile Nitel Veri Analizi. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Davis, J. (2012). World Veganism – Past, Present and Future. [https://ivu.org/history/Vegan\\_History.pdf](https://ivu.org/history/Vegan_History.pdf) (24.02.2018)

**Türkiye’de Vejetaryen/Vegan Oteller Mümkün Mü?  
Kavramsal Bir Tartışma**

- Delta Check (2017). Hotel Database Worldwide. <http://www.delta-check.com/en/hotel-database-worldwide/> (12.01.2018)
- Dewan, M. (2017). My Vegetarian Experience: An Autoethnographic Approach. *Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism*, 6(1), 15-32.
- Dilek, S.E. ve Fennell, D.A. (2018). Discovering the Hotel Selection Factors of Vegetarians: The Case of Turkey (in-print). *Tourism Review*.
- DTÖ (2018). UNWTO Tourism Highlights, 2017 Edition. <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights> (19.01.2018)
- EVU (2017). Avrupa Vejetaryenler Derneği. <http://www.euroveg.eu/> (16.01.2018)
- Fennell, D.A. (2012). *Tourism and Animal Ethics*. London: Routledge.
- Fink, A. (2009). *Conducting Research Literature Reviews: From the Internet to Paper*. CA: Sage Publications.
- Fox, N. ve Ward, K. J. (2008). You Are What You Eat? Vegetarianism, Health and Identity. *Social Science & Medicine*, 66(12), 2585-2595.
- Ginsberg, C. (2017). The Market for Vegetarian Foods. <http://kingsvegetarianfood.ca/wp-content/uploads/2017/02/The-Market-for-Vegetarian-Foods.pdf> (13.10.2017)
- Groenewald, T. (2004). A Phenomenological Research Design Illustrated. *International Journal of Qualitative Methods*, 3(1), 42-55.
- Günlü Küçükaltan, E. ve Dilek, S.E. (Der.) (2016). *Metalaşan Turizm – Metalaştırılan Hayvanlar: Turizmin Ahlaki Sorumluluğu Olabilir mi?* Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Hall, D.R. ve Brown, F. (2006). *Tourism and Welfare: Ethics, Responsibility and Sustained Well-Being*. Wallingford, UK: CABI.
- Holden, A. (2005). Achieving a Sustainable Relationship Between Common Pool Resources and Tourism: The Role of Environmental Ethics. *Journal of Sustainable Tourism*, 13(4), 339-352.
- IVU (2017). Uluslararası Vejetaryenler Derneği. <https://ivu.org/> (18.01.2018)
- Kline, C., Boluk, K. ve Shah, N.M. (2017). Exploring Social Entrepreneurship in Food Tourism. P.J. Sheldon ve R. Daniele (Der.), *Social Entrepreneurship and Tourism* (ss. 135-154). Cham: Springer.



## S. Emre DİLEK

- Ma, G. (2015). Food, Eating Behavior, and Culture in Chinese Society. *Journal of Ethnic Foods*, 2(4), 195-199.
- Markwell, K. (2015). Birds, Beasts and Tourists: Human-Animal Relationships in Tourism. K. Markwell (Der.), *Animals and Tourism: Understanding Diverse Relationships* (ss. 1-23). Bristol, UK: Channel View Publication.
- Meat Atlas Report (2014). Meat Atlas - Facts and Figures About the Animals We Eat. Heinrich Böll Foundation ve Friends of the Earth Europe. [http://www.foeeurope.org/sites/default/files/publications/foee\\_hbf\\_meatatlas\\_jan2014.pdf](http://www.foeeurope.org/sites/default/files/publications/foee_hbf_meatatlas_jan2014.pdf) (20.02.2018)
- Özcan, T. ve Baysal, S. (2016). Vejetaryen Beslenme ve Sağlık Üzerine Etkileri. *Journal of Agricultural Faculty of Uludag University*, 30(2), 101-116.
- Rivera, M. ve Shani, A. (2013). Attitudes And Orientation Toward Vegetarian Food in the Restaurant Industry: An Operator's Perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(7), 1049-1065.
- Shani, A. ve DiPietro, R.B. (2007). Vegetarians: A Typology for Foodservice Menu Development. *Hospitality Review*, 25(2), 66-73.
- Shani, A. (2010). Vegetarianism. A. Pizam (Der.), *International Encyclopedia of Hospitality Management* (ss. 674-676). Oxford, UK: Butterworth-Heinemann.
- Singer, P. (2009). *Animal Liberation: The Definitive Classic of the Animal Movement*. Toronto: Harper Perennial.
- Son, G.Y.T. ve Bulut, M. (2016). Vegan and Vegetarianism As a Life Style. *Journal of Human Sciences*, 13(1), 830-843.
- Spencer, C. (1996). *The Heretic's Feast: A History of Vegetarianism*. New Hampshire, USA: UPNE.
- Spencer, C. (2002). *Vegetarianism: A History*. Cambridge, UK: Da Capo Press.
- Tantamango-Bartley, Y., Jaceldo-Siegl, K., Fan, J. ve Fraser, G. (2013). Vegetarian Diets and the Incidence of Cancer in a Low-Risk Population. *Cancer Epidemiol Biomarkers Prev*, 22, 286-294.
- Turner-McGrievy, M.G., Davidson, C. R., Wingard, E.E., Wilcox, S. ve Frongillo, E.A. (2015). Comparative Effectiveness of Plant-Based Diets for Weight Loss: A Randomized Controlled Trial of Five Different Diets. *Nutrition*, 31, 350- 358.
- TVD (2017). Türkiye Vegan ve Vejetaryenler Derneği. <https://tvd.org.tr/> (16.02.2018)

**Türkiye’de Vejetaryen/Vegan Oteller Mümkün Mü?  
Kavramsal Bir Tartışma**

- VeggieHotels (2018a). Find VeggieHotels. <http://www.veggie-hotels.com/4-1-Hotels.html> (03.03.2018)
- VeggieHotels (2018b). The First Vegetarian Hotel Association Worldwide. <http://www.veggie-hotels.com/2-1-About-Veggie-Hotels.html> (03.03.2018)
- V-Label (2018). The Seal of Quality for Vegan and Vegetarian Products. <https://www.v-label.eu/> (01.03.2018)
- Wu, J.Y. (2014). Everyone Vegetarian, World Enriching. *Open Journal of Philosophy*, 4(2), 160-165.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yokoyama, Y., Nishimura, K., Barnard, N.D., Takegami, M., Watanabe, M., Sekikawa, A., Okamura, T. ve Miyamoto, Y. (2014). Vegetarian Diets and Blood Pressure: A Metaanalysis. *JAMA Internal Medicine*, 174, 577-587.
- Yudina, O. ve Fennell, D. (2013). Ecofeminism in the Tourism Context: A Discussion of the Use of Other-Than-Human Animals as Food in Tourism. *Tourism Recreation Research*, 38(1), 55-69.