



MİZAHLA DOĞAN YEREL BİR LEZZET: KEBAPÇI “GÜRİ AMCA’NIN YERİ” ÜZERİNE SÖZLÜ TARİH ARAŞTIRMASI¹

A LOCAL TASTE BORN WITH HUMOR: ORAL HISTORY RESEARCH ON “GÜRİ AMCA’NIN YERİ”

Aziz DEMİRTAŞ² - Sedat ÇELİK³ - Vildan BAKIR ERTAŞ⁴

Öz

Birçok yerde, farklı lezzetlerini, hizmetlerini, kendilerine has özelliklerini geçmişten günümüze ulaştırarak yerel işletmeler bulunmaktadır. Bu işletmelerden biri de Şırnak ilinin Cizre ilçesinde, 60 yıldır faaliyette olan “Güri Amca’nın Yeri”dir. Bu araştırmanın amacı “Güri Amca’nın Yeri” adlı işletmenin geçmişten günümüze gelişimini ortaya koymaktır. Bu kapsamda nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Verilerin elde edilmesinde anlatı desenlerinden sözlü tarih araştırması tekniğinden yararlanılmıştır. Öncelikle işletme sahibi ile röportaj yapılmıştır. Daha sonra, görüşme yapılacak müşterilerin tespit edilmesinde kartopu örnekleme yöntemi kullanılarak 7 müşteriye ulaşılmış ve kendileri ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Veriler betimsel yöntemle analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda; Güri Amca’nın Yerinin geçmişten günümüze gelmesindeki en önemli etken, Güri’nin mizahçılığı ve nüktedanlığı ile insanlarla şakalaşması, yardımseverliği ve kebabın lezzetidir. Bununla birlikte, Güri’den sonra işi yürüten oğlu Abdullah’ın müşterilerle iyi iletişim kurması işletmenin bugüne gelmesinde etkili olmuştur. Önemli olan diğer etken ise Güri’yi seven sadık müşterileridir.

Anahtar Kelimeler: Güri Amca’nın Yeri, Kebapçı, Mizah, Lezzet, Cizre/Şırnak.

Jel Kodu: L83, L66

Abstract

In many places, there are local businesses that deliver different tastes, services, and unique features from past to present. One of these enterprises is "Güri Amca'nın Yeri", which has been operating in Cizre district of Şırnak province for 60 years. The purpose of this research is to reveal the development of the business named "Güri Amca'nın Yeri" from past to present. In this context, qualitative research method was preferred. Oral history research technique, one of the narrative patterns, was used to obtain the data. In the study, firstly an interview was made with the owner. Then, 7 customers were reached by using the snowball sampling method to identify the customers to be interviewed, and interviews were conducted with them. The data were analyzed by descriptive method. As a result of the research; the most important factor in "Güri Amca'nın Yeri" coming from the past to the present is the humor and wittiness of Güri, joking with people, helpfulness and taste of kebab. However, the fact that his son Abdullah, who ran the business after Güri, communicated well with the customers, was effective in the business today. The other important factor is loyal customers who love Güri.

Keywords: Güri Amca’nın Yeri, Shish Kebab Seller, Humorist, Taste, Cizre/Şırnak

¹ Bu makale 02-04 Eylül 2020 tarihleri arasında düzenlenen *Conference on Managing Tourism across Continents* kongresinde sözlü olarak sunulmuştur. Kongre kitabında yer alan metnin geliştirilmiş halidir.

² Yüksek Lisans Öğrencisi, Ekoturizm Rehberliği Anabilim Dalı, Şırnak Üniversitesi, aziz-2165@hotmail.com, Orcid: 0000-0003-1298-6965

³ Doç. Dr. Turizm İşletmeciliği Bölümü, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, sedattcelik@gmail.com, Orcid: 0000-0002-4541-6355

⁴ Yüksek Lisans Öğrencisi, Ekoturizm Rehberliği Anabilim Dalı, Şırnak Üniversitesi, v_bakir88@hotmail.com, Orcid: 0000-0003-4097-0039

GİRİŞ

Yiyecek-içecek, turizm sektörü için önemli bir unsurdur. Ancak yiyecek-içecek işletmelerinin gelişim sürecine bakıldığında, turizm faaliyetinden ziyade, insan ihtiyaçlarının bu işletmelerin sayısını artırdığı görülmektedir. Köylerden kente yapılan göçlerle şehirlerin nüfusunun artması, insanların gelir düzeyinin artması, yaşam şeklinin ve tüketim alışkanlıklarının değişmesi (Ertürk, 2018: 87) gibi birçok unsur, yiyecek-içecek işletmelerinin artmasına sebep olmuştur. Ancak her yiyecek-içecek işletmesinin bu sebeplerle kurulmuş olduğunu söylemek, doğru bir yaklaşım olmayacaktır. Öyle ki, bazı işletmeler faaliyet gösterdiği bölgedeki esnafın veya halkın yiyecek-içecek ihtiyacını karşılamak ve kâr elde etmek ya da iş değişikliği yapmak isteyen Güri Amca gibi bir yerel marka olmayı düşünmeden kurulabilmektedir.

“Güri Amca'nın Yeri”, Şırnak'ın Cizre ilçesinde 1961-1963 yılları arasında kebabçı olarak açılmış bir yiyecek-içecek işletmesidir. İşletmenin açıldığı dönemde, insanların dışarıda yemek yeme kültürü oluşmadığından, bu işletme daha çok esnafın öğle yemeği ihtiyacını karşıladıkları yer olarak hizmet vermiştir. Söz konusu işletme, bu amaçla açılmış olsa bile Şırnak ili ve çevresinde birçok kişinin uğrak mekânı haline gelmiştir. Bu duruma gelmesinde Güri Amca'nın mizah anlayışı, insanlarla şakalaşması ve nüktedanlığı etkili olmuştur.

İşletmelerin sürdürülebilirliklerinde etkili olan kaliteli hizmet, geleneksellikten ve lezzetten ödün vermeme olgusu çeşitli araştırmalarda (Karagöz ve Dünder-Akçay, 2013; Doğantan, Geyik ve Emir, 2013) farklı işletmelerde ortaya çıkan bir durumdur. Ancak Güri Amca'nın Yeri adlı işletmedeki gibi mizahla ünlenen ve günümüze gelen bir işletmeye literatürde rastlanmamıştır. Bu durum işletmeyi bilimsel açıdan incelenmeye değer kılmıştır. Bu nedenle araştırmada sözlü tarih araştırması kullanılmıştır. Verilerin elde edilmesinde nitel araştırma veri toplama yöntemlerinden derinlemesine görüşme yöntemi kullanılmıştır. Bu minvalde “Güri Amca'nın Yeri” adlı işletmenin gelişim süreci, işletme sahibi ve müşterilerle yapılan görüşmeler yolu ile ortaya konulmuştur. Turizm işletmelerine yönelik sözlü tarih araştırmalarının az olması, işletmenin gelişim süreci ve 60 yıllık bir işletme olması bu çalışmanın yapılmasına zemin hazırlamıştır. Araştırma sonuçları, günümüz işletmelerine fikir vermesi ve yön göstermesi açısından önem arz etmektedir.

LİTERATÜR TARAMASI

Yiyecek içecek işletmeleri, “insanların yeme ve içme ihtiyaçlarını karşılayan, insanların kendilerini önemli hissettiği ve sosyal ilişkilerini geliştirdiği mekânlar”dır (Arslan, 2010, Akt. Ertaş 2013). Birçok insan, yaşam tarzına daha çok önem vermeye başlamıştır. Bu önemde, eğitim, kültür ve refah seviyesinin artmasının önemli bir etkisi olduğu görülmektedir. Örneğin insanların evde yemek hazırlayacak zamanlarının olmaması veya teknolojinin gelişmesiyle boş zamanlarının artması, bireylerin yiyecek-içecek işletmelerinde hizmet alma isteklerini artırmıştır (Yavuz, 2007: 20). Yine kadınların çalışma hayatına atılması da yiyecek-içecek işletmelerinin sayısının artmasında etkili olmuştur. Tüm bu faktörler, yiyecek-içecek sektörünün gelişmesini sağlamıştır.

Küçük ya da büyük, insanların bir arada olduğu birçok yerde, yiyecek-içecek hizmetini veren işletme ya da işletmeler bulunmaktadır. Bunlardan bazıları tarihi geçmişi ile yiyecek-içecek sektöründe ayakta durabilmiştir. Yiyecek-içecek sektöründeki dönüşüme rağmen ayakta durmuş olabilmeleri, bu işletmelerin tarihsel geçmişlerinin araştırılması gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Nitekim bazı araştırmalarda sözlü tarih yöntemi ile işletmelerin ele alındığını görmek mümkündür. Kozak (2013) editörlüğünde yürütülmüş olan “Dünden Bugüne Eskişehir'deki 14 İşletmenin Öyküsü” başlıklı kitap, önemli çalışmalardan biridir. Söz konusu kitapta Eskişehir'deki 14 yiyecek-içecek işletmesi ele alınmıştır. Kitapta, Karagöz ve Dünder-Akçay (2013) Eskişehir'de 1927 yılından beri faaliyet gösterdiği belirtilen Mazlumlar Muhallebici'si'nin hikâyesini ortaya çıkarmak üzere araştırma yapmışlardır. Söz konusu çalışmada işletme sahibi, yöneticisi, çalışanları, müşterileri ve komşu esnaf ile görüşmeler yapılmıştır. İşletme sahibinin “*geleneksel üretim yöntemlerinden ve doğal malzeme kullanımından ödün vermek zorunda kalacaklarını ve bunun da en önemli özellikleri olan tadı değiştirip, kalitede düşüşe neden olacağını düşünüp, başka şehirde şube açma planlarının olmadığını belirtmesi*” dikkate değerdir. Yine işletmenin faaliyet gösterdiği şehirdeki (Eskişehir) doğal ürünleri o şehirdeki araçlarla tedarik etmeyi iş prensibi olarak görmesi de önemli bir bulgudur. Ayrıca

çalışmada, Mazlumlar Muhallebicesinin kurulduğu yıldan bugüne *başarısının temel sebebinin kaliteli hizmet, güler yüz ve eski damak tadının devam ettirilmesi olduğu* önemli bir tespit olarak gösterilebilir. Bir diğer çalışmada Çiçek ve Zencir (2013) Eskişehir’de 1932 yılında bugünkü yerinde açılan Tatlıdil Köftçisi’nin hikâyesini araştırdıkları çalışmada, işletme sahibi, üçüncü kuşak aile üyeleri, işletme çalışanları ve müşterilerle görüşmeler yapmıştır. Görüşmeler neticesinde, önemli tespitler elde edilmiştir. Örneğin Eskişehir’de dışarıda yemek yeme alışkanlığının Tatlıdil Köftçisi ile başladığı belirtilmektedir. Yine Tatlıdil Köftçisi’nin hizmet vermeye başladığı dönemden günümüze kadar ayakta kalmasının sebebinin, *esnaf terbiyesi olduğu* vurgulanmaktadır. Öte yandan Tatlıdil Köftçisi’nin eski geleneğini (*kullanılan araç-gereçlerin, servis şeklinin, damak tadının, ambiyansın neredeyse aynı olması gibi*) sürdürmesi, önemli bir bulgudur. Ayrıca işletmenin başka bir şube açmamış olması, daha sonra ürün yelpazesini az da olsa geliştirerek köftenin yanında piyaz sunulması, farklı içeceklerle (kola gibi) yer verilmesi, yine dikkate değer bulgulardır. Çalışmada, Tatlıdil Köftçisi’nin başarısının altında yatan temel faktörün, *hizmet kalitesine verilen önem olduğu* vurgulanmaktadır. Yine Doğan, Geyik ve Emir (2013) yaptığı araştırmada 1978 yılından beri Eskişehir’de faaliyet gösteren Pino Hamburger’in, kuruluşundan bu zamana kadarki gelişim sürecini ele almıştır. Söz konusu işletmenin kurulduğu dönemin toplumsal yapısına ışık tutması açısından önem taşıdığı belirtilmiştir. Çalışmada sözlü tarih görüşme yöntemi kullanılmıştır. Görüşmeler işletmenin sahibi, yöneticisi, çalışanları, müşterileri ve komşu esnaf ile yapılmıştır. Görüşmelerde; 1970’li yıllarda Eskişehir’de yiyecek işletmelerinin az sayıda olması, fast-food hizmeti sunan bir işletmenin bulunmaması ve üniversite öğrencilerinin bu tür işletmelere ihtiyaç duymasının Pino Hamburger’in açılmasında etkili olduğu belirtilmiştir. Ayrıca ilk hamburger köftesinin ve soslarının ev ortamında hazırlandığı, deneme yanılma yöntemi ile eş, dost ve komşulara tattırılarak lezzetin geliştirilmesi için ciddi bir emek harcandığı vurgulanmıştır. Söz konusu işletmenin kurulduğu günden bugüne lezzetinden ödün vermediğine ilişkin görüşler, önemli bir tespittir. Önemli tespitlerden bir diğeri ise, Pino Hamburger’in kurulduğu yıldan beri gelişimini sürdürmesinde temizliğe ve sunum kalitesine verdiği önemdir. Bu durumun, müşteri sadakatini sağladığı vurgulanmıştır. Benzer bir araştırmada Öney, Çiçek ve Zencir (2013) Eskişehir’de 1936 yılında kurulan Abdüsselam Balaban Kebap’ın başarısını konu almıştır. Çalışmaya göre, söz konusu işletme ilk dönemler bir esnaf lokantası olarak hizmet vermiştir. Çalışmada yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Yapılan görüşmelerde, işletmenin malzemenin tedarikinde çok titiz davrandığı, hizmet kalitesini çok önemseydiği, temizliği ilke haline getirdiği belirtilmiştir. Yine işletmenin ürün çeşitliğinden kaçındığı vurgulanmıştır. İşletmenin başarısının altındaki temel faktörlerin, geleneksel tadı bozmaması, bu işin sevilerek yapılması ve temel odaklarının müşteri memnuniyeti olması şeklinde vurgulanmıştır. Son olarak Aksöz, Acar Gürel ve Moğol (2013) Eskişehir’de 1969’da hizmet vermeye başlayan Birsen Kebap’ın öyküsünü ele almıştır. Çalışmada yine yüz yüze görüşme yapılmıştır. Görüşmeler neticesinde, küçük bir lokanta olarak açılan Birsen Kebap’ın zaman içinde büyüyerek dört şubeli büyük bir aile işletmesi haline geldiği belirlenmiştir. Bu gelişimin altında ise yenilikçilik, hizmet kalitesi, müşteri ilişkilerine önem verme ve işin sürekli başında yer alma gibi etkenlerin yattığı vurgulanmıştır. Ayrıca işletmenin geleneklere bağlı kalmasının yanında menülerde modern yaşama özgü ürünlere de yer verdiği tespit edilmiştir. Bu husus, söz konusu işletmenin yeniliğe açık olduğu şeklinde yorumlanmıştır.

Yiyecek-içecek işletmelerinin hikâyesine odaklanmış başka çalışmalar da mevcuttur. Unur ve Çolak (2016) yerel bir işletme olan ve ilk şubelerini 1979 yılında Mersin’de açan “Ciğerci Apo” nun hikâyesini konu almıştır. Söz konusu çalışmada “etnografik örnek olay” yöntemi kullanılmış ve bu kapsamda görüşme yapılmıştır. Yapılan görüşme, işletmenin sahibi ve yöneticisi olan 1. kuşak temsilciyle yürütülmüştür. Görüşmede, işletmenin Mersin’de açılan ilk ciğercilerden biri olduğu belirtilmiştir. Çalışmada dikkat çeken önemli tespitlerden biri, işletmenin herhangi bir kalite belgesi olmamasına rağmen, müşterilerin söz konusu işletmeyi “kaliteli” olduğu için tercih etmesidir. Diğer bir çalışma Gedik ve Zencir (2016) tarafından, Gaziantep’in meşhur restoranı İmam Çağdaş’ın marka değerini artırma uygulamalarını ortaya koymak adına yapılmıştır. Araştırma sonucunda; İmam Çağdaş’ın hizmet alanı ve hizmet garantisine ilişkin uygulamalarının, işletmenin marka değerini artırmasında etkili olduğu ortaya çıkmıştır.

Yukarıda verilen araştırmalar, yerel işletmelerin başarıları hususunda birtakım ipuçları vermektedir. Örneğin söz konusu araştırmalarda ele alınan işletmelerin temizliğe, sunuma, müşteri memnuniyetine ve hizmet kalitesine önem verdiği vurgulanmaktadır. Yine işletmelerin geleneksel

tattan kopmamaya çalışması önemli tespitlerdir. Günümüz yiyecek-ıçecek işletmelerinin ise her geçen gün yenilik arayışında olduğu dikkati çekmektedir.

YÖNTEM

Turizmin bir sosyal bilim olarak gelişmesinde, tarih araştırmaları önemli katkılar sunar (Acar, 2020). Bu bağlamda bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden sözlü tarih araştırması kullanılmıştır. Sözlü tarih, kişisel anıların kullanımı üzerine kuruludur (Caunce, 2018: 8) ve Thompson sözlü tarihi “geçmişin yaşayan belleği” olarak ifade etmektedir. Sözlü kayıtlar olmadan insan yaşantısının pek çok unsuru (şiveler, toplumlar, diller, bilgiler v.s.) yok olabilir (Caunce, 2018: 16). Sözlü tarih araştırmasında verileri elde etmek için görüşme yöntemi tercih edilmiştir. Görüşme soruları hazırlanırken daha önce özellikle turizm alanında yapılmış olan sözlü tarih araştırmalarını içeren Kozak’ın (2013), Hale Özel’in (2014), Bayrakçı’nın (2014), Gedik ve Zencir’in (2016), Unur ve Çolak’ın (2016) çalışmalarından yararlanılmıştır. Kapsam geçerliliği için literatür sonucunda oluşturulan sorular, alanında uzman 2 kişiye gösterilmiştir. Daha sonra soruların anlaşılabilirliği için 2 görüşme gerçekleştirilmiştir. Sorulara son şekli verildikten sonra işletme sahibi ile olan görüşmede 15 soru, müşterilerle olan görüşmelerde ise 4 soru sorulmuştur (Sorular Ek 1’de). Yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşmecilerden izin alınarak ses kaydı alınmıştır ve görüşme esnasında notlar tutulmuştur. Anlaşılmayan ve eksik kalan konular için katılımcılarla ikinci kez görüşmeler yapılmıştır. Ayrıca katılımcılar hakkında bilgiler açık bir şekilde verilmiş, araştırma süreci detaylı bir şekilde açıklanmıştır. Güvenilirlik için de, çalışmayı yapan üç araştırmacıdan ikisi analizleri ayrı ayrı yaparak karşılaştırmıştır. Böylelikle katılımcı teyidi, sürecin ayrıntılı anlatımı ve araştırmacı görüşleri ile (Cresswell, 2016) iç-dış geçerlilik ve güvenilirlik sağlanmıştır.

Çalışmada ilk olarak işletme sahibi ile görüşme yapılmış, daha sonra görüşme yapılacak müşterilerin tespit edilmesinde kartopu örnekleme yöntemi kullanılarak, Gürü’nin geçmişini bilen kişilere ulaşılmıştır. Müşteriler Gürü Amca’nın çok yakın arkadaşı, akrabası ve komşu esnaftan oluşmaktadır. Toplamda 15 kişi ile görüşme yapılmıştır. Ancak 8 kişi ile yapılan görüşmeler çok kısa ve verimli olmadığı için veri setine eklenmemiştir. Ancak verilen kısa cevaplar ortaya konulan verileri destekler nitelikte olmuştur. Toplamda 7 kişiden alınan veriler analiz sürecine dahil edilmiştir. Elde edilen veriler betimsel analiz yöntemi ile değerlendirilmiştir.

Tablo1. Katılımcı Bilgileri

Kaynak Kişiler	Yakınlığı	Nerde Görüşüldüğü	Görüşme süresi	Eğitim Durumu	Yaşı	Görüşme tarihleri
Abdullah Koyuncu	Oğlu	İşletmede	78 Dakika + 87 Dakika	İlkokul	45	16.11.2019 18.12.2020
Nihat Burşin	Müşteri	İşletmede	27 Dakika	Üniversite	55	16.12.2019
Faruk Cilasun	Müşteri	İşletmede	38 Dakika	Lise	53	28.12.2019
Abdurrahman Koyuncu	Müşteri	Kendi İşletmesi	17 Dakika	Okur yazar değil	85	28.12.2019
Ramazan İmrağ	Müşteri	Kendi işletmesi	17 dakika	Ortaokul	55	28.11.2019
Hacı Asker İmok	Müşteri	İşletmede	11 dakika	İlkokul	65	28.11.2019
Edip Gelişkan	Müşteri	İşletmede	12 Dakika	Okur yazar değil	65	16.12.2019

Tablo 1’e bakıldığında, katılımcılardan birisi Gürü Amca’nın oğlu, 6’sı ise müşterisidir. Katılımcıların yaş itibari ile geçmişi bilen kişilerden olmasına dikkat edilmiştir. Nitekim en küçüğü 45 yaşındadır, eğitim durumları ise çeşitlilik göstermektedir. Katılımcılarla araştırmanın yapıldığı işletmede ve kendi işyerlerinde görüşmeler yapılmıştır.

BULGULAR

Bu bölümde araştırma amacına uygun olarak ulaşılan kaynak kişilerle yapılan görüşmeler cevaplarına göre tema oluşturularak sunulmuştur.

İşletmenin tarihsel gelişimi, ortaya çıkışı ve Güri Amca ile ilgili bilgiler

Güri Amca halk arasında Güriye Hamid (Hamid dedesinin adıdır, anlamı Hamid'in Gürisi'dir) olarak bilinir. Güri'nin oğlu Abdullah Bey ve diğer kaynaklar ile yapılan görüşmeler neticesinde, aslında bir kasap olan Güri'nin kebabçı olması, amcası tarafından "kasaplık yavaş yavaş ölüyor, kebabçı işine başla" demesiyle 1961-1963 yılları ile başlayan bir iş değişikliği ile ortaya çıkmıştır. Güri'nin kasaplıktan kebabçılığa geçmesinde etki eden diğer faktör ise kasapta sattığı etin kalan kısmını kebab yapıp satmaya karar vermesidir (günlük kesilen etin saklanması için buzdolabı gibi soğutma teknolojileri olmadığından) (Cilasun 2019). Güri ilk başta kasaplıktan tamamen vazgeçmemiş, kasaplık yaparken aynı zamanda dükkânın önünde birkaç şiş kebab yapıp dağıtmıştır. İlk etapta neredeyse hiç tanınmayan Güri; esprileri, mizah anlayışı ve lezzetli kebabıyla tanınmaya başlanmıştır. Güriye Hamid hem zeki hem de kendine bakmayı seven biri olarak bilinmektedir. Ayrıca yardımsever ve eli açık biri olması da insanların Güri'yi sevmesini sağlamıştır.



Fotoğraf 1: Güri Amca'nın kasap olduğu zamanlar, Abdullah Koyuncu'dan alınmıştır.

"Güri yani babam bu işe kasaplıktan başlamıştır. Dedem eskiden tüccarımış, tüccarlıktan sonra kasaplığa başlamış. Dedemin kardeşi babamın amcası Hacı Said babam Hamid'i yanına çağırmış ve "oğlum kasaplık yavaş yavaş ölüyor. Kebabçı işine başla demiş". Babam da "amca ben kebabçı işi bilmem ki demiş". O zamanlar etin değeri yoktu. Etin değeri olmadığı için yarım kilo önüne bırakıyordu. Her gün bir iki şiş yapıyordu yanındaki kişiye veriyordu ya da komşusuna veriyordu öyle öyle alıştı babam ve 60 yıldan şimdiye kadar bu işle uğraşıyoruz. Kimse babamı tanıyamıyordu, babam esprili bir insandı, zamanla herkes onun esprilerine gelmeye başladı. Haliyle hem esprileri hem de kebabı birbirine kattı ve kendini tanıtmaya başladı. ... Akıl küpüydü babam. Babam okusaydı şimdi profesördü. Babam Cem Yılmaz kadar espriliydi ve çok hazır cevaptı. Karşısındaki kişinin söylediği her şeye bir cevabı vardı ve akıllıca cevaplar verirdi. Cizre'nin önde gelenleri olsun, o zamanın Cizre Kaymakamı olsun, kim olursa olsun babam olduğu zaman herkes sadece babamı dinlerdi. Babamın olduğu yerde kimse onun haricinde konuşamazdı. Espri yaptığı zaman herkesi güldürürdü, kendisi hiç gülmezdi. Bizim dükkânın önünden tanıdık biri geçseydi babam onu boş göndermezdi. Yedirirdi ya da et gönderirdi onunla. Babam yedirmeyi çok severdi. Bazen fırına et gönderirdi, gelen müşterilere o etten ikram ederdi. Dükkânın önünden kuzu geçerdi mesela, gidip kuzuyu satın alın derdi, sonra da kestirtirdi, tava yapıp müşterilerine ikram ederdi." (Koyuncu, 2019a).

"Rahmetlinin güzide yılları bizim çocukluk dönemimizdi. Aynı semtte olduğumuz için daha yakından tanıdığımız, bildiğimiz bir insandı. Kasaplığı asıl mesleği, aileden gelen bir meslekti kasaplık mesleği. Kendisi nüktedan bir insandı. Espirili hazır cevap bir insandı. Hiç kimsenin sözünün altında kalmazdı. Yetemediği insanlara da nüktedanlık yaparak darbesini vururdu. Gelen İlçe Emniyet Müdürlerine, Valilere, Kaymakamlara nüktedanlık yapardı" (Burşin, 2019).

"Değerli biriydi. Toplum adabını bilen biriydi. Geçirmiş görmüş bir insandı. Şaka kısmına da gelirse, fazlasıyla şakacı biriydi Güri Usta. Şakaları insanı rahatsız eden türden şakalar değildi. Keyiflendirirdi, keyiflenmemiz için şaka yaptığını da belirtirdi. Güri Usta mert ve

cömert bir insandı. Eli açıktı. Fakiri beslerdi. Para ve kebab verirdi. İyi bir insandı, Güri Kebabı namlıdır. Güri şakacı bir adamdı. Zararsızdı. Güri çok esprili bir adam olmasına rağmen hiç gülmezdi. Gülmediği için ikilemde kalıyorduk. Acaba ciddi mi ya da şaka mı diye. “İkilemde kalıyorsanız kalın ben şakalarımı böyle yapacağım diyordu” Güri Usta” (Gelişkan 2019).

“İnsanlarla diyalogu çok iyiydi, şakacıydı. Kebabı da meşhurdu. Eski mesleği kasaplık olduğu için iyi koyun ve eti alıp kebab yapardı. Fakire fukaraya kebabı bedava verirdi” (Koyuncu, 2019b).



Fotoğraf 2: Güri Amca'nın kebab yaparken ki son dönemleri, Abdullah Koyuncu'dan alınmıştır.

“Bir gün bir yalancı (şakacı, nüktedan anlamında) Şırnak'tan geliyor buraya, Güri'nin namını duymuş, diyor gideyim bakayım kim daha iyi yalan söylüyor. Geliyor evine, kapıyı oğlu Abdullah açıyor. Diyor baban nerede? Abdullah diyor bu bulutları görüyorsun, bir kartal bir köpeği kaçırmış, babam gitmiş köpeği getirmeye. Adam sen onun oğlumu sun? diye soruyor. Abdullah evet diyor. Adam diyor ya star sen böyleysen baban nasıldır. Vallahi ben onunla görüşmeyeceğim diyor, hemen çekip gidiyor” (İmok 2019).

“Sohbetine giderken insan doymazdı, yani böyle en morali bozuk ya da böyle gemisi batmış bir insan onun yanına gitseydi mutlaka güldürüyordu, mutlaka bir şey buluyordu. Yani öyle bir insandı. Yani insan muhabbetinden doymazdı, kahveye gittiği zaman çay ocakları vardı eskiden, soba yakılırdı, televizyon falan yoktu. Gidip yüze yakın insan toplanıyordu çay ocağında. Gece saat yediden itibaren ta saat on ikiye kadar her birinde bir şeyler anlatıyordu mesela birinde diyordu” (İmrağ 2019).

“Eskiden etleri böyle muhafaza etme imkânı falan yoktu. Her gün bir iki koyun keser, sattığını satar, satmadığını da böyle ucuz bir maliyetle ellerinden çıkarmak zorunda kalıyorlar. İşte bu sorunu telafi edebilme adına Güri amca kebabçı olmaya karar veriyor. Yani ben hayvanı keserim tezgahımda sattığımı satarım satmadığımı da kebab işinde kullanırım. Niyet bu, kendisi defalarca sohbetlerde bunu dile getirdi. ... Kebabının da bu kadar rağbet görmesinin nedeni, aslında insanlar Güri amca'yı dinlemek için, Güri amca ile konuşmak için, sohbetinde oturmak için, kontak kurmak için gelirlerdi. Ama bunun yanında kasap bir ailenin çocuğu olmasından dolayı kendisinin de kasap olmasından dolayı ete de böyle güzel bir lezzet verebilmenin hakkını vermişti. Yani ete iyi bir tat, kebabına iyi bir tat verebilme yeteneği de sergilemiştir. Yani müessese 1963-1964 yılından sonra kurulmuş, 1966'da tam faaliyete geçmiş. Yaklaşık 2020 yılına girmek üzereyiz, hemen hemen 60 yıllık bir müessesedir” (Cilasun 2019).



Fotoğraf 3: Güri Amca'nın kahvehanede arkadaşları ile muhabbeti, Abdullah Koyuncudan alınmıştır.

Güri'nin birkaç hikayesine aşağıda yer verilmiştir.

“Olayları o kadar çok ki hatırlamıyorum. Bir gün yine kahvede oturmuştuk. Birkaç Cizreli de hemen yan tarafımda muhabbet ediyorlardı. Bunlardan Seyyid Ali'nin oğlu Mehmet Sait vardı. Herkes bir olay anlatıyor kendisiyle ilgili, biri “kırık kolumla seksen kişiyi dövdüm” diyor. Biri “avda 3 tilki ile birkaç tavşan öldürdüğünü” söylüyor. Güri de sesini yükselterek “ben de Çorlu'da askerdeyken bir gün çok sıkıldım ve dedim ki eve (Cizre'ye) gideceğim. Çorlu'daki dereye atlayarak uçaktan bile hızlı bir şekilde evime vardım” dedi. Yan masada oturanlardan biri: “Bu nasıl bir yalan diye Güri ustaya seslendi”. Güri usta: Sizden biri seksen kişiyi döverken, diğeri tilki tavşan öldürürken yalan olmuyor da, benim dediğim mi yalan oluyor. Sizinki yalan benimki de yalan diye seslendi Güri Usta (Koyuncu 2019b).”

“Güri Hamid'in bir gün şimdi bizim Cizre Müzemiz var, o eskiden çay ocağıydı, çay ocağında Ramazan vardı. Ramazan çaycı işte eskiden kömür üzerinde bize çay yapıyordu. Zakir adında bir tane yaşlı adam vardı. Her gün gidip bir patates getiriyordu. Diyordu Ramazan bunu kömürün içine koy pişsin, ben ondan sora yiyeyim. Bir gün Güri Hamid de çay ocağına gelirken Ramazan diyor bir şeyler uydur (ben biraz önce onun için dedim mizahçısıdır). Zakir de orda oturmuş elinde bir sopası da var, biz gopal diyoruz. Dedi Ramazan sen biliyor musun? benim bugün çok moralim bozuktur. Ben şimdi radyoda ajanstan dinledim Hindistan'da bir patates patlamış, 190 insan ölmüş, 200'e yakın yaralı var. Onu söylerken Ramazan “Aman aman ben patatesi atayım” derken Zakir kafasını kaldırdı, o anda Ramazan demiş “Zakir dayı bu patatesi çıkar götür, bak bu kadar insan ölmüş” diyor. Zakir ocağın yanına gelmiş ve küfür etmiş: Patates patlar mı diye kızmış ve çıkıp gitmiş, o gittikten sonra onun patatesini yemişler. Şimdi böyle şakaları vardı.” (İmrağ 2019).

Geçmişte Cizre'nin yeme-içme kültürü

Geçmişte Cizre halkının dışarıda yemek yeme alışkanlığının olmadığı, Cizre dışından gelenlerin lokantayı tercih ettiği vurgulanmıştır.

“O zaman Cizre küçük bir yerdi, teknoloji gelişmemiş, şehirleşme yok, insanların sosyo-ekonomik durumu zayıf. İnsanlar fakir. İnsanlar çiftçilik ve hayvancılık yapıyorlar. Eski çarşıda özellikle sabahları erken geldikleri için öğlene kadar mecbur gidecek. Onun için sabah namazında burada idiler, alışveriş için gelenler kebab için dükkâna geliyordu. Az bir kısım esnaf sabahları kebab yerdi. Bunun için sabahları erkenden hazırlık yapıyordu. Babam bütün etleri makineye atmıyordu, zırhla yapıyordu. Esnaf genelde az geliyordu, daha çok gelenler Koçerlerdi. Köylerden alışveriş için gelen insanlar daha çok Koçerlerdi. Cizre

halkından çok az belki de gelip kebab yiyen yoktu bile, çünkü insanların ekonomik durumu iyi değildi ve Cizre nüfusu zaten çok fazla değildi. Cizre halkı evde yemek yerd, dışarda yemek yeme kültürü yoktu” (Koyuncu2019a).

Geçmişten günümüze Güri Amca'nın Yeri'ndeki değişimler

İşletmenin kuruluş aşamasından bu yana bazı küçük değişikliklerin olduğu, ama temel bazı prensiplerin hala devam ettirildiği görülmektedir. Zamanında kebabçının şu anki yerinden küçük olduğu ve kebab için gerekli olan etin Güri tarafından beslenen hayvanlardan sağlandığı oğlu Abdullah tarafından ifade edilmiştir. Abdullah, Güri'den sonra ise kebabçı dükkânının büyütüldüğü ve belli bir zamandan sonra hayvanları kendileri beslemek yerine bunu yapan güvendikleri kişilerden aldıklarını söylemektedir. Açıldıkları günden beri, ahlâktan, müşteriye değer vermekten ve sadece kebab yapmaktan vazgeçemedikleri ortaya çıkmıştır. Ayrıca Abdullah, hayvanın 16 kısmı olduğunu ve tüm bu kısımlarından faydalanarak kebab etini hazırladıklarını ifade ederek lezzetin sırrını da ortaya koymuştur. Müşterilerle yapılan görüşmelerde şimdiki kebabın lezzet açısından daha iyi olduğunu söyleyenler olsa da, çoğunluk lezzet açısından pek fark olmadığını dile getirmiştir. Ayrıca eskiden daha nostaljik olduğu, eve sipariş etmek isteyenlerin kendileri gelip tepsi ile kebablarını alması söz konusu iken, bu durum artık söz konusu değildir. Abdullah'ın dükkânı büyüttüğünü ve babasının bıraktığı isme değer kattığını ifade etmektedirler. Ayrıca işletmede eskiden elektrik ve teknolojik aletler olmadığı, daha sonra ise dolap, kıyma makinesi gibi teknolojik araçları kullandıkları ifade edilmiştir.

“Babam sağken kebabımız küçüktü. Eskiden babam zamanında hayvanları biz kendimiz evde besliyorduk, babam sağ olasıya kadar da evde beslemeye devam ettik. Babam vefat ettikten sonra ben de evde hayvan besleme işini yavaş yavaş kapattım”. İlk baştan beri kebab, hala da kebab olarak devam ediyoruz. Biz lokantacı değiliz. Lokantacı sulu yemek yapanlara denir. Biz kebabçıyız. Bir hayvan 16 kısımdan oluşur. Bizim kebablarımız da 16 kısmın etinden alınıp yapılır. Diyelim hayvandan pırlolalık et çıkardım, ne olacak, kebablarımızdaki o tat gidecek. Ne olacak, sonra eski tadı tutturamayacağız. ... Değişmeyen şey dürüstlük, ahlâk. Ahlâkın iyi değilse, eğer sen nefesine hâkim değilsen, esnaflık yapamazsın. Biz babamızdan böyle gördük ve böyle de devam ettiriyoruz. Biz, insanlar işletmeden memnun kalsın, teşekkür etsin, başka bir şey istemiyoruz. Bize gelen müşterilere yardımcı oluyoruz. Yaşlı olsun, bayan olsun. Personelim de ben de. Müşteri gittikten sonra bana beddua etmesin. Babam 6/2008 yılında vefat etti, o zaman gelen müşteriler Fatihalarını okuyup çıkıyorlardı. Bu bize yeter, ne mutlu bize. Babam dürüst insana bir şey olmaz diyordu” (Koyuncu2019a).

“Rahmetlinin yaptığı kebabla şimdiki kebab arasında %50-%60 fark var. Şimdiki kebab daha güzel, daha kaliteli. Babasının kebablarını kişiliği satardı. Abdullah hem babasının ismini ortaya koydu hem de kalitesini, Güri'nin küçücük bir dükkânı vardı. Kebabın yapıldığı küçücük tezgâhın üzerinde her şeyini yapardı. Abdullah biraz geliştikten büyüdükten sonra, kiralık dükkânlarına dekorasyon yaptı. Halı malıyla içeriyi dekore etti, duvarları dekore etti, ondan sonra bir cazibe oluşturdu. Bu da Abdullah'ın girişimiydi. Abdullah babası döneminde %20 katkıda bulundu. Ama rahmetli öldükten sonra gerek basireti gerekse kabiliyeti ile Güri'nin ismini miras olarak kullanmasını bildi. Tezgâhını büyüttü” (Burşin, 2019).

“Kebabın lezzeti hemen hemen aynıdır. İşte bu yüzden kendisi şakacıydı, halk seviyordu O'nu. Silopi'den, Şırnak'tan, Irak'tan dahi yani nereye gidelim Güriye Hamid'e gidelim derlerdi ve o isim şimdiye kadar devam ediyor. Sevecen bir insandı, şakacıydı, herkes seviyordu onu. O yüzden Allah büyüktür yani bu çocuklar da bugüne kadar getirdiler.” (İmok 2019).

“İşletmede şöyle bir değişiklik var. Nostaljisi gitti, yani artık bir yayık ayranı yok mesela, yanında çalışmış oldukları bir sürü çırak zırah çekenler, eti kıyma haline döndürenler işte yelleme çırakları, bunlar hep geride kaldı. Bu değişiklikler dışında çağın şartlarına ayak uydurmak zorunda, mesela evlere servis bile yapıyordu bir zamanlar. Ben hatırlıyorum evlere servisi iş yerinde çalışan işçiler değil, mesela Faruk'un canı kebab yemek isterse tepsisini alır evden herkes gibi sıraya girer tepsisini doldurur sumağını işte soğanını eğer varsa biber domates közler tepsie bırakır parasını öder çeker gider” (Cilasun, 2019).

“İşletmede babamın döneminde bir tane dolap vardı, şimdi teknolojiden yararlanıyoruz. Makinelerden yararlanıyoruz. Babam zırhla yapıyordu kıymasını, elektrik yoktu. Etleri elleri ile kıymaya çeviriyordu, insan gücü vardı. Biz şimdi teknolojiden, makinalardan faydalanıyoruz elektrik var” (Koyuncu,2019a).

İşletmenin kuruluş aşamasından bu yana iflas veya buna benzer zorlu bir süreç geçirmediği söylenebilir.

“Allah’a şükür sokağa çıkma dönemi haricinde, Allah’a şükür kapatma durumu olmadı. Zor durumumuz tabii ki oldu, fakat iflas durumuna hiç gelmedik. Biz ne kadar kazanıyorsak o kadar yiyoruz. Biz eski düzen çalışıyoruz. Kredi kartı kullanmıyoruz. Babamız zamanında da yoktu, şimdi de yok. Gelen müşteriler kredi kartı diyorlar, bende yok diyorum. Ama müşteriyi geri çevirmiyorum, ne zaman çekersen o zaman getirirsin diyorum” (Koyuncu, 2019a).

İşletmenin müşteri ilişkileri ve müşteri profili

Güri Amca'nın Yeri, müşteri itibarıyla ilk zamanlarda Cizre, Şırnak ve yakın ilçelerden gelen yerli kişilerden oluşurken, daha sonra dışarıdan gelenlerin de uğrak yeri haline gelmiştir. Ek olarak, çok sık olmasa da turist gruplarının işletmeye geldikleri Abdullah tarafından ifade edilmiştir. Ayrıca müşterilerin işletmeye olan sadakatinin yüksek düzeyde olduğu görülmektedir.

“Babamın dönemimde yabancı kesim gelmiyordu. Ama yabancı dışarıdan gelenler bizi bilmiyordu. Özellikle devlet kurumunda çalışan dışarıdan gelen kişiler bize çok geliyorlar. Babamın sadık müşterileri vardır. Onlar hala gelmeye devam ediyorlar. Çoğu müşterimiz bize çok güvenirliler. Bize her şeylerini teslim ederler araba anahtarlarını ev anahtarlarını. Güven bizim için önemlidir. Bana gelen biri derse o benim misafirimdir diye ben ona iki kat değer veriyorum, daha iyi ağırlamaya çalışıyorum. O misafirin yanında gelen kişinin değerini iki katına çıkarıyorum. Ben bunu yapmazsam, haliyle o kişi bir daha gelmez. Ben böyle yaparak hem o kişiyi hem de misafirini kazanmış oluyorum. Esnaflık bunu gerektirir, zaten ben de bunu yapıyorum. İşletmemde ben buranın sahibi olarak birkaç defa müşterinin masasına giderim, bir isteğiniz var mı bir şeye ihtiyacınız var mı diye, bu benim âdetimdir. Bazı yerlerde patron kasada oturur. Ben öyle değilim. Biz müşterilerimizi koruruz. Benim mekânımda müşterinin ihtiyacı olacak, ona burada bir şey olacak, öyle bir şey olamaz bizim işletmemizde, biz babamızdan böyle gördük. Ben gelen müşterinin statüsüne bakmam, yeri geliyor hâkim savcılar geliyor. Onlar hâkim savcı diye onlara ayrı hizmette bulunmuyorum. Başka işletmelerde hesap 52 lira ise 60 TL yapıyorlar, biz hesap 52 ise 52 olarak alıyoruz, hesap 99 TL ise 99 TL alıyoruz, 100 TL almayız” (Koyuncu,2019a).

İşletmenin yönetim anlayışı

Başka bir şubesi olmayan Güri Amca'nın Yeri, bir aile işletmesi olarak yönetilmektedir. Yönetimsel olarak da kurumsal anlamda bir görev dağılımı yoktur. Aynı zamanda teknolojinin az da olsa günümüz şartlarına göre değiştiği Abdullah tarafından ifade edilmiştir. Ayrıca reklam yapılmadığını söyleyen Abdullah, ağızdan ağıza reklamın yeterli olduğunu ifade etmektedir.

“Personeli ilk işe aldığımda söylediğim, müşterinin kalbini kırmayacaksın. Kötü bir şey yapmayacaksın ve hırsızlık yapmayacaksın. Sistemimiz bu şekilde, biz müşteri odaklı çalışıyoruz. Görev dağılımı yok. Herkes her işi yapıyor burada. Yabancı yok aramızda. Aile işletmesi burası. ... Hayır teknoloji kullanmıyoruz. Reklama gerek yok, müşterilerimiz reklamımızı yapıyor zaten” (Koyuncu,2019a).

Yeme alışkanlıklarındaki değişimin işletmedeki etkisi

Güri Amca'nın Yerinin, Güri zamanında ikinci namazına kadar açık iken, günümüzde akşama kadar (18:00-19:00) açık olduğu ifade edilmiştir. Lezzetine ve esnaflığına güvenen Abdullah aperatif yiyecekler Cizre'de artsa bile kendi müşterilerinin kebablarını tercih edeceklerine inandığını ifade etmiştir. Ayrıca eskiden yerli insanların dışarıda yemek yemeye ekonomik güçlerinin pek yetmediği de belirlenmiştir.

“İnsanların ekonomik durumu iyi olduktan sonra dışarıda yemek yeme kültürü arttı, bir de şehirleşme ile işletmenin ilk yıllarında Cizre köy gibi idi. Millet çoğaldıkça 1991-1993 yılları

sonrası köylerin çoğu gelip Cizre 'ye yerleştiler. O zamanlar Cizre köy gibiydi. Şimdi ise nüfus arttı, haliyle bizim işler de arttı. Artan nüfus ile biz de kendimizi geliştirdik. Özellikle salata ekledik. Babam zamanında, sadece yazın o da bir biber vardı bir de domates vardı, domates dörde bölünüp verirdi. Babam sadece soğan verirdi. O zaman bu el yıkama için sıvı sabun falan yoktu, eski sabunlar vardı. Şimdi işletmemizde çok modern değil ama o zamana göre ve müşterilerin isteklerine göre değişimler yapıyoruz. İşte dediğim gibi alım gücünün artması ile bizim de müşterilerimiz arttı. 90'lardan önce yaz aylarında günde 10 kebab ancak satıyorduk” (Koyuncu,2019a).

“Cizre'nin yarısı aperatif yemek yapsa, bizim müşterimiz bize gelir mutlaka. İnsanların canı aperatif istediğinde zaten gidecekler oraya. Ama bize de gelmeye devam edecekler. Biz babamın zamanında öğle yemeği çıkarırdık sadece, ikindi namazından sonra kapatırdık. Fakat şimdi saat 6'da kapatıyoruz. Bazen müşteri olduğu zaman en fazla 7'ye kadar açık kalırız. Babam sağken öğlenleri dehşet kalabalık olurdu. Bir iki saat çok yorulurduk. Şimdi müşteriler 5'e 6'ya kadar açık olduğumuzu bildiği için rahat rahat geliyorlar. Ama babamın zamanında sadece o saat aralığında gelmeleri gerektiği için çok kalabalık oluyordu” (Koyuncu,2019a).

Müşterilerin İşletmeyi tercih nedenleri, işletme ve kebab ile ilgili görüşleri

Müşterilerin işletmeyi tercih etme nedenleri; Güri'nin ismi, ortaya çıkan lezzet ve oğlu Abdullah'ın kaliteli iş yapması olarak görülmektedir. Aynı zamanda bu işletmeyi bir kültür ögesi olarak görüp gidenlerin olduğu da görülmektedir. Kaynak kişilerin aktarımlarında Güri'nin işinin ehli olduğu ve kullanacağı etin, yanında verdiği soğan ve sumak gibi ürünlerin en iyisinden anlayan biri olduğu ifade edilmektedir.

“Rahmetlinin isminden ziyade Abdullah'ı tercih ederim. Şu an esnafın çoğu da benim gibi düşünüyor. Abdullah halkın içinde şöyle bir imaj bırakıyor. Kaliteli, işinin erbabı, işini bilen bir miras yedi, böyle bir imaj bırakıyor. Abdullah'ın kebabı babasının kebabından daha iyidir. Yani boynuz kulağı geçmiştir” (Burşin 2019).

“Vallahi bizim bir kültürümüzdür o bir kültürdür yani kebabçılık işte tamam Şırnak'tan, Beytüşşebap'tan, İdil'den, bizim bölgeden Diyarbakır dâhil desek uzak olur, ama işte Nusaybin'e kadar gelen var. Güriye Hamid'in bir kebabını yiyelim böyle bir misafir değerli bir misafir dışarıdan geldiği zaman gidip Güriye Hamid'in bir kebabını yiyelim öyle bir kültürümüz var” (İmrağ 2019).

“Günümüzde İstanbul, Ankara, İzmir, Urfa, Antep gibi yerlerde daha yeni yeni tanıştıkları sumakla 1950'lerde Güri amca zaten soğan sumak kebab arasındaki diyalogu muhteşem bir şekilde kurdurmuştu. Etine hazırlamış olduğu kıymaya asla ekme kırıntıları karıştırma taraftarı değildi asla, en güzel kebab derdi zırhla çekeceksin, kuyruk yağını tamam koyacaksın yeteri kadar koyacaksın ne yakacaksın ne çiğ bırakacaksın, yanında da sumağını soğanını vereceksin, herkes kebab yediğini anlayacak. Kebabının sırrı, malzemesi buydu, üç dört tane bölgemizin işte bu Gabar Dağı'ndaki köylerden gelen sumaklar vardı, o sumağın da en iyisini bilirdi, soğanın en iyisini bilirdi. Zaten başka bir yerden et temin etme sorunu yoktu. Hayvan pazarına gider, kendi işi olduğu için sülalesinde hayvan ticareti yapmış babası amcası bu işi en iyi bilendi” (Cilasun 2019).

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışmada 60 yıldır kebabçılık yapan Güri Amca'nın Yeri (Güriye Hamid) adlı işletme, sözlü tarih çalışması ile ele alınmıştır. Çalışmada daha önce kasaplık yapan Güri'nin “Güri Amca'nın Yeri” adıyla kebabçı olarak ortaya çıkışı ve gelişimi incelenmiştir. Oğlu ve işletme sahibi olan Abdullah ve müşterilerle yapılan derinlemesine görüşmeler neticesinde veriler elde edilmiştir. Betimsel analiz sonucunda ortaya çıkan sonuçlar oldukça önemli dersler vermektedir. Güri'nin mizahçı ve yardımsever olmasından dolayı nam saldıği görülmektedir. Hatta çevre illerden zeki ve hazır cevap oluşunu görmek isteyenlerin olduğu görülmektedir. Parası olmayana da yemek vermesi ve yoksullara el uzatması da insanlar nezdinde oldukça değer gören bir davranış olmuştur. 1963'ten sonra kebabın lezzeti de insanları cezbetmiştir. Güri, mizah anlayışını sadece kebab dükkânında değil, aynı zamanda akşamları herkesin bildiği bir kahvede de devam ettirmiştir. Güri'nin 2008'de vefatından

sonra, işi Güri ile çalışmış olan oğlu Abdullah devam ettirmiştir. Abdullah da babasının izinden ilerlemiş, küçük olan kebab dükkanını büyütmüş, kalitesinden ve lezzetinden ödün vermemiştir. Güri'den sonra insanlar Abdullah'ı da çok sevmektedirler. Abdullah da babasının mizah anlayışını ve kebabındaki lezzeti devam ettirmiştir.

Bu araştırmada Güri Amca'nın Yeri'nin bu çalışma vesilesi ile kayıt altına alınmış olması oldukça önemlidir. Diğer önemli nokta ise, bu çalışmada günümüz işletmelerine önemli öğütler vermesidir. Nitekim Abdullah ile yapılan görüşmede, işletmenin müşteri anlayışı ele alınması gereken önemli bir konudur. Güri Amca'nın Yeri, müşterilerine değer vermekte ve müşterilerini misafir gibi görmektedir (Koyuncu, 2019a). Ayrıca misafiri sahiplenme düzeylerinin de çok yüksek olduğu tespit edilmiştir. Misafirler de bu sıcak ilgiyi hissetmektedirler. Bu durum müşteri bağlılığını ve sadakatini oluşturmuştur. Diğer önemli nokta, dürüstlüğe çok dikkat etmeleridir. Nitekim dürüstlüklerini kaybetmedikleri yapılan görüşmelerde ortaya çıkmıştır. Ayrıca kebab lezzetinin değişmemiş olması, 60 yıllık Güri Amca'nın Yeri işletmesinin devamlılığının en önemli nedenlerinden biridir. Güri Amca'nın Yeri kebabçısının diğer önemli özelliği, Güri'nin mizahçı yönüyle ün salmasıdır. Bu yönü ile bazı çalışmalarda (Karagöz ve Dündar- Akçay,2013; Çiçek ve Zencir, 2013; Doğantan, Geyik ve Emir, 2013; Güldemir ve Bayrakçı, 2014; Unur ve Çolak ,2016) ele alınmış olan işletmelerden farklılık göstermektedir. Nitekim geleneksel tadın bozulmaması, müşteriye verilen önem, gelenekselliğin sürdürülmesi, işin başında yer alma ve malzemelerin işletmeciler tarafından bizzat seçilmesi diğer sözlü tarih araştırmalarında da (Karagöz ve Dündar- Akçay, 2013; Çiçek ve Zencir, 2013; Doğantan, Geyik ve Emir, 2013; Güldemir ve Bayrakçı, 2014) tespit edilmiş önemli unsurlar iken, Güri Amca'nın Yeri bu yönleri ile benzer olup mizahçılığı ile farklılaşmaktadır.

Araştırmada ele alınan işletme bir kebabçıdır. Özellikle son yıllarda büyüyen gastronomi turizminde bu tür işletmelerin ön planda tutulması ile var olan yerel markaların buldukları yere turist getirebilme potansiyeli oldukça yüksektir. Bu nedenle tarihsel geçmişe ve belli özelliklere sahip bu tür işletmelerin de pazarlama faaliyetlerinde kullanılması gereklidir.

Sözlü tarih araştırması olarak mizah yoluyla ortaya çıkan "Güri Amca'nın Yeri" adlı işletmenin ilk defa bu çalışmada ele alınması araştırmayı anlamlı kılmaktadır. Araştırmacılar tarihsel geçmişi olan işletmeleri ele alıp değerlendirmelidirler. Bu hem tarihi kayıt oluşturulması hem de geçmişten önemli bilgiler elde edilmesi adına önemlidir. Bundan sonraki çalışmalarda yerelde yer alan ve uzun yıllardır hizmet veren işletmelere odaklanılması, sürekli değişen ve büyüyen işletme dünyasında belki de bazı konularda küçük ama etkili ve tercih edilen olmayı gösterecektir.

KAYNAKÇA

- Acar, D. (2020). Turizm Tarihi İncelemelerinin Yaygınlaşması Neden Önemlidir? *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 31(1): 96-100.
- Arslan, Ö. (2010). *Yabancı Turistlerin Yiyecek İçecek İşletmeleri, Personeli ve Türk Mutfağına İlişkin Görüşlerinin Değerlendirilmesi: Alanya Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi.
- Bayrakçı, S. (2014). Turizmin Alanya'nın Sosyo-Kültürel Gelişimine Etkisi, *III. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi*. (914-926). Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi. 04-05 Nisan-Kuşadası, 914-926.
- Burşin, N. (2019, Aralık), Sözlü Görüşme, (Röportajı yapan, Aziz Demirtaş).
- Counce, S. (2018), *Sözlü Tarih ve Yerel Tarihçi*, (B. B. Can ve A. Yalçınkaya, Çev.) İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınlar.
- Cilasun, F. (2019, Aralık), Sözlü Görüşme, (Röportajı yapan, Aziz Demirtaş).
- Cresswell, J. W. (2016). *30 Essential Skills for the Qualitative Researcher*. Sage Publication.
- Çiçek, D. ve Zencir, E. (2013). Tatlı Dil Köftecisi. N. Kozak (Ed.) *Dünden Bugüne Eskişehir'deki 14 İşletmenin Öyküsü* (143-159). Eskişehir: Eskişehir Tepebaşı Belediyesi.

- Doğantan, E., Geyik, S. ve Emir, O. (2013). Pino Hamburger. N. Kozak (Ed.), *Dünden Bugüne Eskişehir'deki 14 İşletmenin Öyküsü* (211-223). Eskişehir: Eskişehir Tepebaşı Belediyesi.
- Ertaş, Ç. (2013). Mersin Şehir Merkezindeki Lüks Restoranlarda Çalışan Servis Personelinin Sorunlarının Tespiti. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi.
- Ertürk, M. (2018). Müşterilerin Yiyecek İçecek İşletmeleri Tercihlerinde Etkili Olan Kriterler, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 85-107.
- Gedik, K. ve Zencir, E. (2016), İmam Çağdaş'ın Marka Değerini Artırma Uygulamalarının Sözlü Tarih Yöntemiyle İncelenmesi, *VIII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi* (112-122). Nevşehir: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi.28 Nisan-1 Mayıs, Avanos, Nevşehir.
- Gelişkan, E. (2019), Sözlü Görüşme, (Röportajı yapan, Aziz Demirtaş).
- Güldemir, O. ve Bayrakçı, S. (2014). Bir Kurum Tarihi Çalışması Örneği Olarak Yasin Sucukları, *III. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi*. (733-744). Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi. 04-05 Nisan-Kuşadası, 733-744.
- Hale Özel, Ç. (2014). Turizmin Sosyo-Kültürel Boyutta Ortaya Çıkardığı Etkilerin İncelenmesi: Marmaris Örneği, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 42 (Ekim), 57-68.
- İmök, H. A. (2019), Sözlü Görüşme, (Röportajı yapan, Aziz Demirtaş).
- İmrağ, R. (2019, Aralık), Sözlü Görüşme, (Röportajı yapan, Aziz Demirtaş).
- Karagöz, D. ve Dündar Akçay, A. (2013). Mazlumlar Muhallebicisi. N. Kozak (Editör)*Dünden Bugüne Eskişehir'deki 14 İşletmenin Öyküsü*(109-125). Eskişehir: Eskişehir Tepebaşı Belediyesi.
- Koyuncu, A. (2019a, Aralık, 2020, Ocak), Sözlü Görüşme, (Röportajı yapan, Aziz Demirtaş).
- Koyuncu, A. (2019b, Aralık), Sözlü Görüşme, (Röportajı yapan, Aziz Demirtaş).
- Kozak, N. (2013) (Editör), *Dünden Bugüne Eskişehir'deki 14 İşletmenin Öyküsü*, Eskişehir: Eskişehir Tepebaşı Belediyesi.
- Thompson, P. (1999), *Geçmişin Sesi Sözlü Tarih*, (Ş. Layikel Cev.), İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Unur K. ve Çolak, G. (2016). Başarılı Bir Girişimcilik Örneği: "Ciğerci Apo". *Journal Of Tourism and Gastronomy Studies* 4/Special Issue1, 43-51.
- Yavuz, H. (2007). *Yiyecek İçecek İşletmelerinde Nitelikli İş Gören İstihdamını Etkileyen Faktörler: Sakarya Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi.

TEŞEKKÜR

Güri Amca'nın Yeri işletme sahibi Abdullah Bey'e ilgisi ve desteği için teşekkür ederiz.

DESTEK BİLGİSİ: Herhangi bir kurumdan destek alınmamıştır.

ETİK ONAYI: Bu çalışmanın bütün süreçlerinde akademik etik kurallara uyulmuştur. Aksi bir durumda bütün sorumluluk yazarlara aittir, derginin herhangi bir sorumluluğu yoktur.

BİLGİLENDİRİLMİŞ ONAM FORMU: Çalışma katılımcıların gönüllülük izni ile beyan ettikleri kayıtlı görüşme verilerinin kullanılmasıyla oluşturulmuştur.

ETİK KURUL ONAYI:Araştırmaverileri 15/11-30/12/2019 tarihlerinde toplanmıştır. Bu nedenle etik kurul kararı alınmamıştır.

Araştırmacıların katkı oranı:

1. Yazar: %40, 2. Yazar: %40, 3. Yazar %20

Ek 1: Görüşme soruları**Görüşme Soruları**

1. İşletmenin açılma tarihi tam olarak nedir? İşletmenin kurucusu hakkında bilgi verir misiniz? İşletmenin kurucusunun insan ilişkileri nasıldı?
2. Gûri Amca nasıl biridir?
3. Açılış tarihinde Cizre'deki sosyo-ekonomik durum hakkında bilgi verebilir misiniz? Halkın yeme-içme kültürü nasıldı? Dışarıda yemek yeme kültürü var mıydı?
4. İşletme kurucusu ile birlikte çalıştınız mı? Ondan sonra bu işi neden devam ettirdiniz?
5. Kuruluş aşamasından bu yana işletmede olan bir değişiklik var mı? Başlangıçtan bugüne değişmeyen ve değişen yönleriniz nelerdir?
6. Daha önce işletmede sunulan yemeklerde bir değişme oldu mu? Bundan sonra bir değişiklik düşünüyor musunuz?
7. İşletmede kullanılan malzemeleri nasıl tedarik ediyorsunuz? Tedarikte dönemsel olarak zorlanıyor musunuz? Ürünlerinizin tedarik edilişi, hazırlanışı ve kullanılan malzeme seçiminde kuruluş aşaması ile şu anki zaman arasında bir fark var mı?
8. İşletmenin kuruluşundan bu yana zorlanılan bir dönem oldu mu? (iflas, kapanma v.s.)
9. Müşterilerinizden bahseder misiniz? Örneğin daha çok hangi kesimden müşterileriniz var? Açılış yılları ve daha sonraki yıllarda müşteri profiliniz değişti mi?
10. Turistlerin uğradığı oluyor mu? Ya da özel olarak ilçe dışından gelen oluyor mu?
11. Başka bir şubeniz var mı? Daha önce denediniz mi? Düşünüyor musunuz? Ya da müşterilerden öyle bir talep geldi mi? Başka bir şube kurmayı düşünüyor musunuz? Evet-Hayır ise Neden?
12. Yönetim anlayışınız nedir? İşletmenizde çalışanlar arasında bir görev dağılımı var mı? Aile işletmesi mi, şirket mi?
13. İşletmede teknolojidten yararlanıyor musunuz? Reklam yapıyor musunuz?
14. Yeme alışkanlarındaki değişim ve artan nüfus işletmenizi nasıl etkiledi?
15. Sizce eksik olduğunuz noktalar ve iyi olduğunuz noktalar nelerdir?

Müşterilere sorulan sorular

1. İşletmenin kurucusu ve işletmenin eski yıllarındaki durumu hakkında bilgi verir misiniz?
2. İşletmenin ürünleri hakkında neler düşünüyorsunuz? İşletmenin ürün ve hizmetlerinden memnun musunuz? İşletmenin beğendiğiniz ve beğenmediğiniz yönleri var mı? Varsa nelerdir?
3. Sizce kuruluş aşamasından bu yana işletmede olan bir değişiklik var mı?
4. Bu işletmeyi tercih etmenizin sebebi nedir?