

Journal	: <i>International Journal Of Tourism And Destination Studies</i>
ISSN	: 2822-6089
Article ID	: 69556
Article Type	: <i>Araştırma Makalesi-Research Article</i>
Corresponding Author	: <i>Onur ERASLAN</i>
Year	: 2023
Volume	: II
Issue	: II
Page	: 100-111
Arrival Date	: 18.04.2023
Revision Date	: 19.06.2023
Acceptance Date	: 20.06.2023
Published Date	: 30.09.2023
How to Cite This Article	: <i>Eraslan, O. & Aymankuy, Y. (2023). Sokak Lezzetlerinin Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi: Şanlıurfa Örneği. International Journal Of Tourism And Destination Studies (IJOTADS), 2(2), 100-111. DOI: 10.5281/zenodo.8060062</i>

IJOTADS is Licensed Under A Creative Commons Attribution- Non-Commercial 4.0 International License.

SOKAK LEZZETLERİNİN GASTRONOMİ TURİZMİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: ŞANLIURFA ÖRNEĞİ

EVALUATION OF STREET FLAVORS IN TERMS OF GASTRONOMY TOURISM: THE CASE OF ŞANLIURFA

Onur ERASLAN

Öğretim Görevlisi, Harran Üniversitesi, Halfeti Meslek Yüksekokulu,

Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Öğrencisi,

onureraslan@harran.edu.tr, Şanlıurfa/TÜRKİYE. ORCID ID: 0000-0001-6294-3352

Yusuf AYMANKUY

Profesör Doktor, Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi,

yusufaymankuy@gmail.com, Balıkesir/TÜRKİYE. ORCID ID: 0000-0001-7332-3271

ÖZET

Şanlıurfa mutfağı dünyada ve Türkiye’de önemli bir yere sahiptir. Şanlıurfa mutfağını önemli kılan nokta ise, sahip olunan tarihi ve kültürel birikimidir. Şanlıurfa mutfağına bakıldığında; Müslüman, Hristiyan, Yahudi, Süryani, Ermeni, Yezidi, Türk, Arap ve Kürtlerin oluşturduğu kültür zenginliğinin etkileri görülmektedir. Bu zenginliğin önemli bir unsuru da sokak lezzetleridir. Araştırmada, Şanlıurfa Sokak lezzetlerini gastronomi turizmi çerçevesinden değerlendirerek, sokak lezzetleri kavramını Şanlıurfa özelinde incelemek amaçlanmıştır. Araştırmada; nitel araştırma tekniklerinden doküman analizi yöntemi tercih edilmiş ve Şanlıurfa sokak lezzetleri hakkındaki akademik yayınlar, kitaplar, makaleler ve tanıtıcı yazılar vb. bilgiler değerlendirilmiştir. Çalışmanın sonunda; Lolaz dürümü, ciğer, kebab, nohut dürümü, semsek, çiğ köfte, biyanbalı, şambalı tatlısı gibi sokak lezzetlerinin Şanlıurfa gastronomisinin parçalarını oluşturduğu tespit edilmiştir. Ayrıca çalışmada; Şanlıurfa sokak lezzetlerine ait temel malzemeler ve görsellere de yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Turizm, Kültür, Sokak Lezzetleri, Şanlıurfa.

Jel Kodu: L80, L83, L89.

ABSTRACT

Şanlıurfa cuisine has an important place in the world and in Turkey. The point that makes Şanlıurfa cuisine important is its historical and cultural background. Looking at Şanlıurfa cuisine; the effects of the cultural richness created by Muslims, Christians, Jews, Assyrians, Armenians, Yazidis, Turks, Arabs and Kurds can be seen. An important element of this richness is street flavors. In the research, it is aimed to evaluate the street flavors of Şanlıurfa from the perspective of gastronomy tourism and to examine the concept of street flavors in Şanlıurfa. In the research; document analysis method

was preferred to collect data and information such as academic publications, books, articles and introductory articles about Şanlıurfa street flavors were evaluated. At the end of the study; it has been determined that street delicacies such as lolaz dürümü, ciğer, kebab, nohut dürümü, semsek, çiğ köfte, bianbalı, şambalı dessert constitute the parts of Şanlıurfa gastronomy. Also in the study; images of Şanlıurfa street flavors are also included.

Keywords: Gastronomy, Tourism, Street Flavors, Şanlıurfa.

Jel Codes: L80, L83, L89.

1. GİRİŞ

Son yıllarda, gastronomi turizmi küresel gezginlerin fazlaca ilgisini çeken bir eğilim haline gelmiştir (Choe & Kim, 2018). Yapılan turizm harcamalarının üçte birinden fazlası gıda ürünlerine yönelik olarak harcadığı görülmektedir (Henderson ve ark., 2012). Yemek, seyahat deneyiminin önemli bir bileşenidir ve aynı zamanda seyahat faaliyetlerinin de bir parçasıdır (Lai, 2020 ; Lee ve ark., 2020a ; Lee ve ark., 2020b). Yapılan araştırmalar, yemek ve yemek yemenin turistler tarafından seyahat ederken ve destinasyonları seçerken dikkate alınan ana unsurlar olduğunu doğrulamıştır (Ab ve ark., 2010; Mak ve ark., 2012; Choe & Kim, 2018). Sokak lezzetleri, yerel kaynakları kullanarak, yerel ekonomilere katkıda bulunmakta ve sürdürülebilir turizm açısından yerel halkın otantik kültürü ile geleneksel değerlerini birleştirmektedir (Henderson ve ark., 2012; Ellis ve ark., 2018). Sokak lezzetleri, turistik yerlerde uzun vadeli sürdürülebilirliği artırmak için birtakım tehditler ve fırsatlar meydana getirir. Ayrıca sokak lezzetleri Tayland, Tayvan, Singapur, Kore, Hong Kong ve Vietnam gibi bazı Asya ülkeleri gibi birçok destinasyonda bir turizm aracı olarak kullanılmıştır (Ab ve ark., 2010; Choi ve ark., 2013; Chavarria & Phakdee-Auksorn, 2017). Güneydoğu Asya'da, sokak yemekleri, turistik bir cazibe unsuru olması ve yerel kültürü ve yerel halkın yaşam biçimini temsil etmesi nedeniyle, turizm ve konaklama sektörünün önemli bir parçası haline gelmiştir (Henderson ve ark., 2012; Henderson, 2019). Türkiye'de özellikle nüfusun yoğun olduğu İstanbul, İzmir, Ankara gibi iller başta olmak üzere ilin hem kültürüne hem de ekonomisine önemli katkı sağlayan çeşit çeşit sokak lezzetleri sokak satıcıları aracılığıyla sunulmaktadır (Yıldırım & Albayrak, 2019). Yukarıda belirtilen nedenlerden dolayı, birçok turizm destinasyonu, bir turizm ürünü olarak sokak lezzetlerine yoğunlaşmaktadır. Türkiye kendine özgü, sokak lezzetleri ve kültürüne sahiptir. Simit, kokoreç, balık ekmek, turşu suyu, döner, midye, nohut pilav, köfte ekmek vb. ilk akla gelen Türk sokak lezzetlerindedir. Türk sokak lezzetlerindeki çeşitlilik, bölgeler arası kullanılan malzeme ve lezzet farklılıklarından da kaynaklanmaktadır. Neredeyse tüm bölgelerin kendine has sokak lezzetleri bulunmaktadır. Şanlıurfa ili kendine özgü zengin yemek çeşitliliği ve sokak lezzetleri açısından değerlendirildiğinde önemli derecede gastronomi turizmi potansiyeline sahip olduğu görülmektedir. Şanlıurfa ili, 2023 Turizm Stratejisi ve 2007-2013 Eylem Planı ile belirtilen Tarsus'tan başlayıp Mardin'de son bulan 'Doğu Akdeniz ve Güneydoğu İnanç ve Gastronomi Turizmi Aksı' içerisinde yer almaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023). Bu çalışmada, öncelikle dünyada 21. yüzyılda yükselişe geçen gastronomi turizmi çerçevesinde Şanlıurfa yiyecek içecek kültürüne has sokak lezzetlerini tanıtmak amaçlanmıştır. Şanlıurfa sokak lezzetlerinin tanıtımına katkı sağlama yanında gastronomi turizmi amacıyla seyahate çıkacak misafirlere de bilgiler vermeyi amaçlamaktadır. Yapılan çalışmalar incelendiğinde, sokak lezzetleri hakkında araştırmaların olmasına rağmen, genelinin yabancı çalışmalardan oluştuğu görülmektedir. Günümüze kadar yapılan çalışmalarda ise, sokak lezzetleri hijyen, gıda güvenliği ve ekonomik etkiler bakımından incelendiği görülmüştür. Türk sokak lezzetleri ve Şanlıurfa sokak lezzetleri üzerine çok fazla akademik araştırma tespit edilememiştir.

1.1. İlgili Alanyazın

1.1.1. Gastronomi Turizmi Kavramı

Alanyazında gastro turizm, gurme turizmi, yemek turizmi, şarap turizmi ve mutfak turizmi gibi çeşitli ifadeler kullanılsa da genel olarak gastronomi turizmi terimi, *eşi benzeri olmayan bir yeme ve içme tecrübesi* arayışı şeklinde ifade edilir (Kayran & Atçı, 2021). Genel olarak yemeğin özgünlüğüne atıfta bulunan ve bir yer, bölge veya ülkeye has olan gastronomi turizmi, yöresel yemeklerin ve şarapların temel temalarını kapsamaktadır (Groves, 2001 ; Hall & Mitchell, 2007; Green &

Dougherty, 2014). Dünya genelinde gastronomi turizminin tanımına yönelik birçok yaklaşım bulunmaktadır. Seyahat Endüstrisi Sözlüğü'ne göre, 'gastronomi turizmi', yalnızca veya esas olarak bir bölgenin yiyecek ve şarap deneyimi için yapılan herhangi bir boş zaman gezisidir (Travel Industry Dictionary, 2014). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (2017), gıda turizmi veya gastronomi turizmini, yerel yiyecek ve / veya gıda ürünlerini denemek ve/veya yemek faaliyetlerine katılmak için bir gezi planlayan gezginleri içeren turizm olarak tanımlamıştır (World Food Travel Association, 2018). Farklı yazarlar, gastronominin turizm sektörünün dayandığı en önemli ayaklardan birini temsil ettiğini ortaya koymaktadır (Özdemir & Seyitoğlu, 2017). Gastronomi genellikle bir destinasyonu ziyaret eden misafirlere sunulan yöresel yiyecek ve içecekler olarak kabul edilmektedir (Mason & Paggiaro, 2009). Horng & Tsai (2010) “Turizm ve gıda tüketimi arasındaki ilişkiye yemek turizmi, mutfak turizmi veya gastronomi turizmi denir” şeklinde açıklamıştır. Enright & Newton (2005) tarafından Hong Kong üzerine yapılan araştırma gastronominin kamu güvenliğinden sonra ikinci en önemli çekim unsuru olduğunu ve bazı turistik cazibe merkezlerinin bile önünde olduğunu göstermektedir. Ayrıca çeşitli yazarlar, bir destinasyonun rekabet gücü için gastronomi, kamu güvenliği, gece hayatı ve görsel çekiciliğin dört temel unsur olduğu sonucuna varmıştır. Önemli turist destinasyonlarından olan Avustralya, Tayvan ve Finlandiya gibi ülkeler tanıtım ve farklılaşmak için gastronomi kaynaklarını giderek daha fazla kullanmaktadırlar. (Chang ve ark., 2010 ; Lin & Chen, 2014). Uluslararası turistleri çekme potansiyeli ile gastronomi turizmi turizm endüstrisinde temel ve stratejik bir öğe haline gelmiştir (Kivela & Crofts, 2005). Kaliteli ve çeşitli yiyecekler, bir destinasyona gelen ziyaretçi sayısını artırmada kesinlikle yardımcı olabilir ve bu da genel ekonomik performansın iyileştirilmesine daha da yardımcı olacaktır (Christian, 2012). Gastronomi turizmi, turistlerin bir yeri tekrar ziyaret etme kararında, destinasyon seçiminde ve destinasyonun reklamında önemli bir rol oynamaktadır (Kivela & Crofts, 2005). Ayrıca bir destinasyonun çekiciliğini belirleyen en önemli faktörlerden biridir (Aydoğdu ve ark., 2016).

1.1.2. Sokak Lezzetleri Kavramı

Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü tarafından Endonezya'nın Jakarta kentinde 1986'da ilk defa düzenlenen, Asya'da sokak gıdaları isimli bir çalıştayda sokak lezzetleri kavramı ifade edilmiş ve kavram sokaklarda kalıcı duvarları bulunmayan, sokak tezgâhlarında, el arabalarında satılan, sokakta yenmeye hazır şekilde olan yiyecek ve içecekler olarak belirtilmiştir (Solunoğlu & Nazik, 2018). Sokak lezzetleri, fast food gibi tüketime hazır, hızlı hazırlanan yiyeceklerdir, ancak sokak yemekleri, restoranlar yerine genellikle sokaklarda yiyecek tezgâhları, yiyecek arabaları, seyyar satıcılar veya yiyecek kabinleri gibi yerlerde sunulmaktadır (Praesri ve ark., 2022). Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) sokak lezzetlerini “bayiler, seyyar satıcılar, tezgâhlar, tramvay arabaları tarafından özellikle sokaklarda ve kamusal alanlarda hazırlanıp ve satışı yapılan hazır yiyecek ve içecekler” olarak tanımlamıştır (FAO, 2019). Sokak lezzetlerinin temel özelliği, satılmadan önce veya bir müşteri sipariş verdikten sonra pişirilmeleridir; çoğu dükkân, küçük malzemeler ve düşük maliyetlerle caddelerde yer almaktadırlar (Jeahenh & Han, 2020). Sokak lezzetlerinin tarihi çok eskiye dayanmaktadır. Sokak lezzetleri, farklı kültürlerde farklı rollere bürünerek yaşamın içerisinde yer edinmiştir. Her ülkenin kendine özgü sokak lezzetleri bulunmaktadır. Rusya'da yapılan köfte, Venezuela'da yapılan mısır bazlı arepalar, Orta Asya, Çin, Kore ve Güneydoğu Asya'da yapılan kızartılmış böcekler, Türkiye'de yapılan kebablar, Amerika'da yapılan hot-dog, Hindistan'da yapılan samosa, Meksika'da yapılan taco ve Japonya'da yapılan takoyaki birer sokak yemeği örneğidir (Demir ve ark., 2018). Sokak yemekleri, bir yerin tarihini ve geleneğini korur ve destekler. Sokak lezzetlerinin kökeni büyük ölçüde hazırlandıkları ve satıldıkları ortamları çevreleyen kültürel ve doğal manzaralara dayanmaktadır ve bir mutfak kültürünü temsil etmektedir (Sgroi ve ark., 2022). Sokak lezzetleri şu anda turizm endüstrisi açısından oldukça önemlidir ve birçok turistik destinasyon, sokak lezzetlerini cazibe unsuru ve turizm kaynağı olarak kullanmaktadır (Henderson, 2019). Son zamanlarda sokak lezzetlerinin, turizm araştırmalarında da bir hayli popüler hal aldığı görülmektedir (Sun ve ark., 2012; Chavarria & Phakdee-Auksorn, 2017). Sun ve arkadaşları (2012), Tainan, Tayvan'daki gece pazarlarında yerel sokak lezzetleri satıcılarının hijyen bilgilerini ve uygulamalarını araştırmıştır. Henderson ve arkadaşları (2012), sokak lezzeti satıcılarının Singapur'un turistik

mekânlarında önemli bir rol oynadığını doğrulamıştır. Chavarria ve Phakdee-Auksorn (2017), uluslararası turistlerin Tayland'ın Phuket kentinde sokak lezzetlerine yönelik tutumlarını araştırmıştır. Hiamey ve arkadaşları (2013) sokak lezzetlerinin tercih nedenlerine odaklanarak, ulaşılabilir oluşu, malzeme kalitesi, duyuşal çekicilik, uygun fiyatlı oluşu ve sosyal fayda sağlaması boyutlarıyla konuyu ele almıştır.

1.1.3. Şanlıurfa Sokak Lezzetleri

Şanlıurfalı halkı uzun yıllardır damak zevkine düşkün olarak, çeşitli yemeklerle beslenmeyi gelenek haline getirmişlerdir. Bölge yemeklerinin lezzetli ve besin değeri yönünden de bir hayli sağlıklı olduğu ifade edilmektedir. Yemek yapma konusundaki marifetlerinin yanında yaptıkları yemekleri konuklarıyla paylaşma geleneği de tüm Anadolu'da olduğu gibi Şanlıurfa halkında da bulunmaktadır. Şanlıurfalıların konuksever olma özelliğinin, hiçbir öğün misafirsiz yemeğe oturmayan Hz. İbrahim (a.s.)'dan geldiğine inanılmaktadır. "Halil İbrahim Sofrası" herkesçe bilinen bir ifadedir. Birlikte yemek yemenin verdiği mutluluğu bilen insanlar, yaptıkları her türlü toplantı, davet, görüşme vb. etkinliklerini başta "Çiğköfte" olmak üzere zengin yemek çeşitleriyle süslemişlerdir (Kürkçüoğlu ve ark., 2002). Şanlıurfa ilinin sahip olduğu yemekler kendine özgü bir tat ve çeşitlilik sunmaktadır (Eraslan & Eraslan, 2021). Yöresel mutfak kültürünün meydana gelmesinde Şanlıurfa'nın tarihi ve kültürel mirasının yanında, yer aldığı coğrafya ve paylaşım içerisinde olduğu çevre kültürlerin de etkisi bir hayli fazla olmuştur. Şanlıurfalılar için ayakta hızlıca yemek yeme veya sokak yemekleri tüketimi günlük yaşamın rutini haline gelmiştir. İklimsel özelliklerin dışarıda bulunup zaman geçirmeye uygun olmasından kaynaklı, yaşayanlar yılın her zamanı sokaklarda gezebilmekte ve zaman geçirebilmektedir. Kişilerin dışarıda buldukları süre zarfında açlığını gidermek için bir şeyler atıştırmada sokak yemekleri oldukça önemli bir yere sahiptir. Haliyle sokak lezzetleri ve sokakta yemek yeme geleneği de günlük hayatın ve mutfak kültürü içerisinde önemli bir yere sahiptir (Şanlıurfa Valiliği, 2023). Şanlıurfa'da birçok sokak lezzeti satıcısı görmek mümkündür. Şanlıurfa'da yemek yeme sadece üç öğün olmamakta, günün 24 saati devam etmektedir. Talebe dönük olarak bu durum sokak lezzetlerinin günün her saati yapılır hale gelmesine ve farklı saatlerde farklı ürünlerin yapılmasına neden olmuştur. Sokak lezzetlerinin sahip olduğu çeşitlilik ve kişiler tarafından çok fazla tüketimi sonucu, Şanlıurfa'da sokak lezzeti kültürü gelişmiştir ve kendine özgü bir sokak yemeği kültürü ve alışkanlıklarının oluşumuna sebep olmuştur. Tüm sokak yemekleri özel tezgâhında veya tablasında üretilip satışı gerçekleştirilmektedir. Şanlıurfa'da bir konsept halini almış olan sokak yemekleri, gelen misafirlere leziz yemekler tatma fırsatı vermesinin yanında, tarifi olmayan bir tecrübe de yaşatabilecek duruma gelmiştir. Şanlıurfa mutfak kültürünün bir parçası olan ve sokaklarda satılan yiyecekler il genelinde oldukça popülerdir. Popülerliği arttırmada kullanılan coğrafi işaretleme, yerel ürünlerin bir turizm ürününe dönüşmesi için önemli bir araç haline gelmiştir. Bu nedenle turistlerin ziyaret edecekleri yerleri seçmesinde de coğrafi işaretli ürünler önemli bir unsur olmaktadır (Altınar, 2017). Sokak lezzetleri arasında bulunan çiğ köfte, aya köftesi, ciğer kebabı, meyan şerbeti, lolaz dürümü, şıllık tatlısı ve lahmacun coğrafi işaretli ürünler arasında bulunmaktadır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2023). Sokakta satılan yiyecekler ile ilgili bilgiler aşağıda yer almaktadır. Sokak lezzetleri yiyecekler; lolaz (börülce) dürümü, aya köftesi, çiğ köfte, ciğer, kebab, lahmacun (kıymalı), nohut dürümü ve semsek; içecekler, mırra, bianbalı, şalgam suyu ve bici bici ve tatlılar; şıllık ve şambalı şeklinde kategorize edilmiştir.



A



B



C



D



E



F



G



H



I



İ



J



K



L



M

Şekil 1. Şanlıurfa Sokak Yemeklerine Ait Görseller (A-M)

Kaynak: Yazarın Kendi Kişisel Arşivinden, (2023).

A- Lolaz (börülce) dürümü, B- Aya Köftesi, C- Urfa Çiğ Köfte, D- Ciğer, E- Urfa Kebabı, F- Lahmacun, G- Nohut dürümü, H-Semsek, I- Mirra, İ- Bianbalı (Meyan Şerbatı), J- Şalgam suyu, K- Bici bici, L- Şıllık Tatlısı, M- Şambali.

Türk halkının ana beslenme sistemi karbonhidratlı yiyeceklere dayanmaktadır. Şanlıurfa'da çok sık yapılan yemeklerin genelinde bulgur ve un kullanıldığı göze çarpmaktadır. Maydanoz, taze soğan da pek çok yemekte kullanılmaktadır ayrıca baharat, salça ve yağ kullanımının bir hayli fazla olduğu bilinmektedir. Şanlıurfa'ya has yemeklerin besin değerleri incelendiğinde çoğunun enerji seviyelerinin yüksek olduğu görülmektedir. Ciğer, kebab ve çiğ köfte protein bakımından oldukça zengindir. Yemeklerde kullanılan et miktarı fazlalığının yemeklerin lezzetini ve besin değerini olumlu yönde etkilediği düşünülmektedir. Şanlıurfa mutfağında yağa çok önem verilmektedir. Hayvansal yağlar ve kuyruk yağı oldukça fazla tüketilmektedir (Karakapıcı & Sağlam, 1985). Hazırlanışları sebebiyle "Lolaz dürümü" ve "Nohut dürümü" kentte gizli kalmış sokak lezzetleri olarak ön plana çıkmaktadır. Şanlıurfalıların "Lolaz" olarak nitelendirdiği ana malzemesi börülce olan dürüme, yeşil soğan, maydanoz, nane, isot (biber), turp, limon, tuz ve baharat girmektedir aynı şekilde ana malzemesi nohut olan dürüme de yeşillikler ve baharat girmektedir. Yılın her zamanı tüketilen dürümler, hazırlanışı, hazmı kolaylaştıran özelliği ve tüketiminin çabukluğu dolayısıyla iştah kabartmaktadır. Şehrin sokaklarında her saatte yemek mümkündür (Hürriyet.com.tr, 2023). Yöresel lezzetlerden olan semsek, lahmacun, aya köftesi ve çiğ köfte, hem kolay yapımıyla hem de damağa hitap eden muhteşem tadla bilinmektedirler. Aya köftesi ismi, el ayasında şekil verildiğinden ötürü ayadan gelmektedir. Şanlıurfa'da aya köftesi evlerde ana yemekten ziyade, ana yemeğin yanında yapılan pilava alternatif olarak yapılmakta ayrıca sokak satıcıları tarafından da satışı gerçekleştirilmektedir (Habersanlıurfa.net, 2023).

Otantik bir içiş ve sunuma sahip olan mirra aynı zamanda konsantrasyonu artırma, kişiye enerji verme, yorgunluğu giderme, selülitlerden kurtulma ve karaciğer hastalıklarına iyi gelme gibi birçok faydaya sahiptir (Sunar & Gökçe, 2018). Bianbalı ana maddesi olan meyan kökünün içerdiği çok etkili ve çeşitli maddelerin sağlığa faydaları bulunmaktadır, ayrıca birçok hastalığın tedavisinde kullanılmasından dolayı yerel halk tarafından bol miktarda tüketilmektedir (Sarioğlan & Cevizkaya, 2016). Şalgam suyunun Şanlıurfa'da bu kadar çok tüketilmesinin sebebi şalgam suyu Şanlıurfa'da yapılan yiyeceklerle özellikle de kebablarla güzel bir uyum sağlamakta ve tat yönünden ürünleri tamamlamasıdır (Cankurt ve ark., 2010). Sokak lezzetlerini sevenler için müthiş bir alternatif halini alan bici bici Şanlıurfa'da özellikle sıcak günlerde, yapılması kolay ve çok hafif bir tatlı olarak, serinletici etkisi nedeniyle, sokak satıcıları tarafından satılmaktadır (Posta.com.tr, 2023). Şıllık Şanlıurfa yöresine özgü içeriği bakımından hafif bir tatlıdır ve yerel halk tarafından ağır yemekler sonrası sıklıkla tüketilmektedir, ayrıca Urfa Şıllık Tatlısı 2017 yılında Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından tescillenmiş ve coğrafi işaret almıştır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2017). Tablo 1'de Şanlıurfa sokak lezzetlerine ait ürünlerde kullanılan temel malzemeler belirtilmiştir.

Tablo 1. Sokak Lezzetlerine Ait Temel Malzemeler

Lezzet Adı	Temel Malzemeler
Lolaz Dürümü	Börülce, Yeşillik ve Baharat
Aya Köftesi	Et, Bulgur ve Baharat
Çiğ Köfte	Et, Bulgur ve Baharat
Ciğer	Ciğer (Sakatatlar), Kuyruk ve Baharat
Kebab	Et ve Baharat
Lahmacun (Kıymalı)	Et, Un ve Baharat
Nohut Dürümü	Nohut, Yeşillik ve Baharat
Semsek	Un ve Peynir
Mirra	Kahve ve Su
Bianbalı	Meyan Kökü ve Su
Şalgam Suyu	Şalgam
Bici Bici	Su ve Şeker
Şıllık Tatlısı	Un, Şeker, Süt ve Ceviz
Şambalı	İrmik, Şeker, Süt ve Su

2. SONUÇLAR, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Şanlıurfa ilinin sahip olduğu mutfak kültürü içerisinde yer alan sokak yemekleri, gastronomi turizminin geliştirilmesinde kullanımı, sürdürülebilir kaynak planlaması ve maddi getiri unsuru olması bakımından önem teşkil etmektedir. Sokak yemeklerinin genelde kayıt dışı oluşu ve modernleşmeye karşı olarak düşünülmesi sonucu yapılan araştırmalarda ve sektörel bazlı program ve uygulamalarda üzerine düşülmediği görülmektedir. Sokak yemekleri, destinasyonun mutfak

kültürünün önemli bir parçası halindedir. Kıt kaynaklara ve fazla nüfusa sahip şehirlerde ekonomik açıdan uygunluk, çeşitlilik, erişilebilir oluşu, zamandan tasarruf gibi nedenlerden dolayı sokak yemekleri yeni geçim taktiklerinden biri haline almıştır (Proietti ve ark., 2014). Dünyanın neredeyse her yerinde satışı yapılan sokak yemekleri büyük bir ekonomi oluşturmakta ve tüketime yönelik ilgi günden güne artmaktadır. Latin Amerika'da yaşayan kişilerin kazançlarının neredeyse %30'unu sokak yemekleri için kullandıkları görülmüştür (Mensah ve ark., 2002; Muinde & Kuria, 2005; FAO, 2011; Ackah ve ark., 2011; Sezgin & Şanlıer, 2016). Diğer taraftan sokak yemeklerinin gastronomi turizminin gelişimine olan etkisi de gün geçtikçe artmaktadır. Sokak yemekleri ziyaretçilere, destinasyonun yerel yemeklerini ve mutfak kültürünü bizzat deneyimleme fırsatı sağlamaktadır. Asya ve Afrika'da bulunan ülkelerin çoğunda, sokak yemekleri etkili bir turistik çekicilik unsuru olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca Tayvan, Tayland ve Çin gibi ülkelerde sokak yemeklerine yönelik kutlamalar, eğlenceler ve festivaller düzenlenmekte ve yemeklerin tadına bakmak isteyen binlerce ziyaretçinin gelmesine neden olmaktadır. Şanlıurfa mutfağı, birbirinden lezzetli ve çeşitli birçok yemeğe sahiptir. Şanlıurfa mutfağının en önemli özelliği sahip olduğu sokakta yeme alışkanlığı bir başka deyişle sokak yemekleridir. Fakat Şanlıurfa sahip olduğu zengin sokak yemeği kültürüne rağmen, bu unsuru bir turizm çeşidi olarak kullanamadığı için potansiyelinden tam anlamıyla faydalanamamaktadır. Ballı (2016), Polat & Gezen (2017), Demir ve arkadaşları (2018) ve Solunoğlu & Nazik (2018) tarafından yapılan çalışmalarda sokak yemekleri hakkında birçok önerilerde bulunulmuştur. Yapılan önerileri desteklemekle birlikte; araştırmadan hareketle, gastronomi turizmi açısından Şanlıurfa'nın sahip olduğu sokak lezzetleri ile ilgili birtakım öneriler yer almaktadır.

- Şanlıurfa 'ya ait sokak yemeklerinin, gastronomi turizmi açısından ön plana çıkarılması sağlanarak, destinasyon imajının geliştirilmesi sağlanabilir.
- Şanlıurfa mutfak kültürünün devamlılığının sağlanması açısından sokak yemekleri satıcılığı teşvik edilebilir.
- Sokak yemeklerine olan güven sorununa karşın Şanlıurfa'daki Sokak yemeği satıcıları kayıt altına alınarak üretim ve satış yöntemlerinin denetlenmesi sağlanabilir.
- İstanbul, Ankara, İzmir gibi büyük şehirlerde ve Gaziantep, Hatay ve Afyonkarahisar gibi Unesco Gastronomi Şehirlerinde Şanlıurfa sokak yemekleri etkinlikleri düzenlenebilir.
- Sokak lezzetlerinin coğrafi haritalarının hazırlanabilir.
- Sokak yemekleri etkinliklerinin sayısının çoğaltılması ve etkinlikleri için daha fazla tanıtım çalışması yapılabilir.
- Şanlıurfa'ya yapılan turlara yönelik tanınmış sokak yemekleri rotalarının eklenmesi gibi girişimlerde bulunulabilir.
- Ziyaretçilere yönelik Şanlıurfa Sokak yemekleri noktalarını gösteren ve bilgi veren broşürler hazırlanabilir.
- Yerel yönetimlerce sokak satıcılarının yemekleri hazırlama, servis etme ve saklama süreçlerinde uygulaması gerekli hijyen ve sanitasyon, gıda güvenliği ve çevre temizliğiyle ilgili kuralları belirlenip, düzenli olarak uygulanması ve denetlenmesi sağlanabilir.
- Sokak satıcılarına yönelik eğitimler verilmesi (gıda güvenliği, hijyen ve sanitasyon konularında) ve satıcılara teşvik sağlanması ile sahip olunan sokak yemeklerinin marka değeri ve tanınırlığı da artırılabilir.
- Ayrıca sokak yemeklerinin ve kullanılan malzemelerin envanteri ve bu yemeklerin standart reçeteleri çıkartılabilir.

Yapılan yazın taramasında yerli ve yabancı yazında, sokak lezzetleri konusundaki araştırmaların sayısının az olduğu, yapılan çalışmaların çoğunun gıda güvenliğine yönelik yapıldığı ve genel bir araştırma eksikliği olduğu görülmüştür. Yabancı araştırmalara nazaran, Türkiye'de çok çalışılmamış olan sokak yemekleri kavramı, gastronomi turizmi açısından ele alındığı bu çalışma ile ülkemizdeki

alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışmada sokak yemekleri, gastronomi turizminin bir unsuru olarak Şanlıurfa ili özelinde incelenmektedir. Sokak yemeklerinin Türkiye genelinde veya başka bölgeler özelinde incelenmesi ve bir envanter oluşturularak sokak lezzetleri haritalarının oluşturulmasının gastronomi turizminin gelişmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca konu ile ilgili araştırma yapan akademisyenlere sonraki çalışmaları için; sokak yemeklerinin olumlu ve olumsuz ekonomik etkileri, sokak yemekleri satıcılarının demografik özellikleri ve sokak yemeklerini kimlerin, neden ve ne sıklıkla tükettikleri konuları ile ilgili araştırma yapmaya teşvik edebilecektir.

Destek Bilgisi: Çalışmanın hazırlanma sürecinde herhangi bir kişi, kurum veya kuruluştan aynı veya nakdi bir yardım/destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Yazarların ilgili çalışmalardan herhangi bir çıkar çatışması veya kazancı yoktur.

Yazar Katkı Oranı: Yazar listesinde yer alan yazarların veya araştırmacıların çalışmaya katkı düzeyleri eşit orandadır.

Etik Onayı: Çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) veya araştırmacı(lar) beyan etmelidirler. Aksi bir durumun tespiti halinde **International Journal Of Tourism And Destination Studies** hiçbir sorumluluğu üstlenmemektedir ve sürece ilişkin hukuki sorumluluklar ve yaptırımlar çalışmanın yazarlarına aittir. Yazarlar tarafından çalışmanın tüm hazırlık süreçlerinde etik kurallara uyulmuştur.

Etik Kurul Onayı: Makale etik kurul onayı gerektiren bir çalışma değildir.

Bilgilendirilmiş Onam Formu: Makale onam formu gerektiren bir çalışma değildir.

3. KAYNAKÇA

- Ab Karim, S. & Chi, C. G. Q. (2010).** Culinary Tourism as A Destination Attraction: An Empirical Examination of Destinations' Food Image. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 19(6), 531-555.
- Ackah, M., Gyamfi, E. T., Anim, A. K., Osei, J., Hansen, J. K. & Agyemang, O. (2011).** Socio-Economic Profile, Knowledge of Hygiene and Food Safety Practices Among Street-Food Vendors in Some Parts of Accra-Ghana. *Internet Journal of Food Safety*, 13(1), 191-197.
- Altın, B. (2017).** Kentlerin Rekabetinde Önemli Bir Turizm Faktörü Olarak Coğrafi İşaretleme ve Planlamaya Yansımaları, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Aydoğdu, A., Okay, E. Ö. & Köse, Z. C. (2016).** Destinasyon Tercihinde Gastronomi Turizminin Önemi: Bozcaada Örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 120-132.
- Balderas-Cejudo, A., Patterson, I. & Leeson, G. W. (2019).** Senior Foodies: A Developing Niche Market in Gastronomic Tourism. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 16, 100152.
- Ballı, E. (2016).** Gastronomi Turizmi Açısından Adana Sokak Lezzetleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4, 3-17.
- Cankurt, H., Sağdıç, O. & Yetim, H. (2010).** Hızlı Şalgam Suyu Üretimi: Peynir Altı Suyu Kullanılarak Fermantasyon Süresinin Kısaltılması. 1. International Symposium on "Traditional Foods From Adriatic to Caucasus". Ss.1030-1032. 15-17 April, Tekirdağ.
- Chavarria, L. C. T. & Phakdee-Auksorn, P. (2017).** Understanding International Tourists Attitudes Towards Street Food in Phuket, Thailand. *Tourism Management Perspectives*, 21, 66-73.
- Chang, R. C., Kivela, J. & Mak, A. H. (2010).** Food Preferences of Chinese Tourists. *Annals of Tourism Research*, 37(4), 989-1011.
- Choe, J. Y. J. & Kim, S. S. (2018).** Effects of Tourists' Local Food Consumption Value on Attitude, Food Destination Image, and Behavioral Intention. *International Journal of Hospitality*

Management, 71, 1-10.

- Choi, J., Lee, A. & Ok, C. (2013).** The Effects of Consumers' Perceived Risk and Benefit on Attitude and Behavioral Intention: A Study of Street Food. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 30(3), 222-237.
- Christian, M. R. (2012).** Strengthening Agriculture-Tourism Linkages in the Developing World: Opportunities, Barriers and Current Initiatives. *African Journal of Agricultural Research*, 7(4), 616-623.
- Demir, Ş., Akdağ, G., Sormaz, Ü. & Özata, E. (2018).** Sokak Lezzetlerinin Gastronomik Değeri: İstanbul Sokak Lezzetleri. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek1), 589-601
- Ellis, A., Park, E., Kim, S. & Yeoman, I. (2018).** What is Food Tourism?. *Tourism Management*, 68, 250-263.
- Enright, M. J. & Newton, J. (2005).** Determinants of Tourism Destination Competitiveness in Asia Pacific: Comprehensiveness and Universality. *Journal of Travel Research*, 43(4), 339-350.
- Eraslan, H. & Eraslan, O. (2021).** Turizm Destinasyonlarına Yönelik Yapılan Çevrimiçi Ziyaretçi Yorumlarının İncelenmesi: Sakin Şehir Halfeti Örneği. İçinde: *Destinasyon Konulu Güncel Araştırmalar-II.* (Edt.: Ünal, A.). ss.237-266. Çanakkale: Paradigma Akademi.
- FAO. (2011).** The Place of Urban and Peri-Urban Agriculture (Upa) in National Food Security Programmes. <http://www.fao.org/docrep/014/i2177e/i2177e00.pdf>, E.T.: 01.01.2023.
- FAO. (2019).** Street Foods. <http://www.fao.org/fcit/food-processing/street-foods/en/>, E.T.: 01.01.2023.
- FAO. (2022).** Street Foods. <http://www.fao.org/fcit/food-processing/street-foods/en/>, E.T.: 01.01.2023.
- Green, G. P. & Dougherty, M. L. (2014).** Localizing Linkages for Food and Tourism: Culinary Tourism as A Community Development Strategy. In: *Local Food and Community Development.* pp. 53-63. UK: Routledge.
- Groves, A. M. (2001).** Authentic British Food Products: A Review of Consumer Perceptions. *International Journal of Consumer Studies*, 25(3), 246-254.
- Habersanliurfa.net. (2023).** <https://www.habersanliurfa.net/urfa-nin-meshur-lezzeti-aya-koftesi-nasil-yapilir/62262/>, E.T.: 18.04.2023.
- Hall, C. M. & Mitchell, R. (2007).** Gastronomic Tourism: Comparing Food and Wine Tourism Experiences. In: *Niche Tourism.* pp. 87-102. UK: Routledge.
- Henderson, J. C., Yun, O. S., Poon, P. & Biwei, X. (2012).** Hawker Centres as Tourist Attractions: The Case of Singapore. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 849-855.
- Henderson, J. C. (2019).** Street Food And Tourism: A Southeast Asian Perspective. In: *Food Tourism in Asia.* pp. 45-57. Singapore: Springer.
- Hiamey, S. E., Amuquandoh, F. E. & Boison, G. A. (2013).** Are We Indeed What We Eat? Street Food Consumption in the Market Circle Area of Takoradi, Ghana. *Nutrition and Health*, 22(3-4), 215-235.
- Horng, J. S. & Tsai, C. T. S. (2010).** Government Websites For Promoting East Asian Culinary Tourism: A Cross-National Analysis. *Tourism Management*, 31(1), 74-85.
- Hürriyet.com.tr. (2023).** <https://www.hurriyet.com.tr/seyahat/kebab-diyari-sanliurfanin-mutevazi-lezzeti-lolaz-durumu-41455777>, E.T.:18.04.2023.
- Jeaheng, Y. & Han, H. (2020).** Thai Street Food in the Fast Growing Global Food Tourism Industry: Preference and Behaviors of Food Tourists. *Journal of Hospitality and Tourism*

Management, 45, 641-655.

- Johnson, C., Baird, R., Dougherty, P. E., Globe, G., Green, B. N., Haneline, M. & Smith, M. (2008).** Chiropractic and Public Health: Current State and Future Vision. *Journal of Manipulative and Physiological Therapeutics*, 31(6), 397-410.
- Karakapıcı, N. & Sağlam, F. (1985).** Şanlıurfa Yöresinin Beslenmesi ve Yöresel Yemek Yemesi. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 14, 127-138.
- Kayran, M. F. & Atçı, D. (2021).** Şanlıurfa'nın Coğrafi İşaretli Ürünleri ve Gastronomi Turizmi Potansiyeli. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kivela, J. & Crotts, J. C. (2005).** Gastronomy Tourism: A Meaningful Travel Market Segment. *Journal of Culinary Science&Technology*, 4(2-3), 39-55.
- Kivela, J. J. & Crotts, J. C. (2009).** Understanding Travelers' Experiences of Gastronomy Through Etymology and Narration. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 33(2), 161-192.
- Kültür Turizm Bakanlığı. (2023).** <https://www.ktb.gov.tr/Eklenti/906,ttstratejisi2023pdf.pdf?0,E.T:01.01.2023>.
- Kürkçüoğlu, A. C., Akalın, M., Kürkçüoğlu, S. & Güler, S. (2002).** Şanlıurfa, Uygarlığın Doğduğu Şehir. Şanlıurfa İli Kültür Eğitim Sanat ve Araştırma Vakfı (Şurkav) Yayınları. Ankara: Tisamat Basım Sanayi.
- Lai, I. K. W. (2020).** An Examination of Satisfaction on Word of Mouth Regarding Portuguese Foods in Macau: Applying the Concept of Integrated Satisfaction. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43, 100-110.
- Lee, S., Chua, B. L. & Han, H. (2020a).** Variety-Seeking Motivations and Customer Behaviors for New Restaurants: An Empirical Comparison Among Full-Service, Quick-Casual, and Quick-Service Restaurants. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43, 220-231.
- Lee, S., Han, H., Radic, A. & Tariq, B. (2020b).** Corporate Social Responsibility (CSR) as A Customer Satisfaction and Retention Strategy in the Chain Restaurant Sector. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 348-358.
- Lin, Y. C. & Chen, C. C. (2014).** Needs Assessment for Food and Food Services and Behavioral Intention of Chinese Group Tourists Who Visited Taiwan. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(1), 1-16.
- Mak, A. H., Lumbers, M., Eves, A. & Chang, R. C. (2012).** Factors Influencing Tourist Food Consumption. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 928-936.
- Mason, M. C. & Paggiaro, A. (2009).** Celebrating Local Products: The Role of Food Events. *Journal of Foodservice Business Research*, 12(4), 364-383.
- Mensah, P., Yeboah-Manu, D., Owusu-Darko, K. & Ablordey, A. (2002).** Street Foods in Accra, Ghana: How Safe Are They? *Bulletin of the World Health Organization*, 80(7), 546-554.
- Muinde, O. K. & Kuria, E. (2005).** Hygienic and Sanitary Practices of Vendors of Street Foods in Nairobi, Kenya. *African Journal of Food, Agriculture, Nutrition and Development*, 5(1), 1-14.
- Novelli, M. (2005).** *Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends and Cases*. UK: Routledge.
- Özdemir, B. & Seyitoğlu, F. (2017).** A Conceptual Study of Gastronomical Quests of Tourists: Authenticity or Safety and Comfort?. *Tourism Management Perspectives*, 23, 1-7.
- Polat, D. D., & Gezen, A. (2017).** Gastronomide Sokak Yiyecekleri ve Satıcıları: Teorik bir Çalışma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 5(2 (Special)), 117-124.
- Posta.com.tr. (2023).** <https://www.posta.com.tr/yasam/yemek/bici-bici-nasil-yapilir-bici-bici-tarifi-yapilisi-malzemeler-ve-puf-noktasi-2530069>, E.T.: 18.04.2023.

- Praesri, S., Meekun, K., Lee, T. J. & Hyun, S. S. (2022).** Marketing Mix Factors and A Business Development Model for Street Food Tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 52, 123-127.
- Proietti, I., Frazzoli, C. & Mantovani, A. (2014).** Identification and Management of Toxicological Hazards of Street Foods in Developing Countries. *Food and Chemical Toxicology*, 63, 143-152.
- Sarioğlan, M. & Cevizkaya, G. (2016).** Türk Mutfak Kültürü: Şerbetler. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 6(14), 237-250.
- Sezgin, A. C. & Şanher, N. (2016).** Street Food Consumption in Terms of the Food Safety and Health. *Journal of Human Sciences*, 13(3), 4072-4083.
- Sgroi, F., Modica, F. & Fusté-Forné, F. (2022).** Street Food in Palermo: Traditions and Market Perspectives. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 27, 100482.
- Solunoğlu, A. & Nazik, M. H. (2018).** Sokak Lezzetlerine İlişkin Tüketici Tercihleri: Gaziantep Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 40-59.
- Sun, Y. M., Wang, S. T. & Huang, K. W. (2012).** Hygiene Knowledge and Practices of Night Market Food Vendors in Tainan City, Taiwan. *Food Control*, 23(1), 159-164.
- Sunar, H. & Gökçe, F. (2018).** Taahhüt Edilmemiş Bir Kültürel Miras Olarak Kahve Geleneği ve Tüketimi Olarak Bir İnceleme: Hatay, Gaziantep ve Şanlıurfa Örnekleri. *İnovasyon ve Küresel Sorunlar 3: Kongre Kitabı*. s.222. Ankara: InGlobe Akademisi.
- Şanlıurfa Büyükşehir Belediyesi. (2023).** <https://www.sanliurfa.bel.tr/kategori/631/0/urfa-mutfagi>, E.T.: 01.01.2023.
- Şanlıurfa İl Kültür Turizm Müdürlüğü. (2023).** <https://sanliurfa.ktb.gov.tr/TR-217432/tandirliktan-gelen-lezzet-yemek-kitabi--lutfiye-akalin-.html>, E.T.: 01.01.2023.
- Şanlıurfa Valiliği. (2023).** <http://www.sanliurfa.gov.tr/mutfak>, E.T.: 01.01.2023.
- Travel Industry Dictionary. (2014).** Define Gastro-Tourism. <http://www.travel-industry-dictionary.com/gastro-tourism.html>, E.T.: 01.01.2023.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2017).** <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografis-isaretler/liste?il=63&tur=&urunGrubu=&adi=%C5%9E%C4%B1l%C4%B1k>, E.T.: 18.04.2023.
- Yıldırım, Ö. & Albayrak, A. (2019).** Yabancı yurtların İstanbul sokak yemeklerini değerlendirmeleri üzerine bir çalışma. *Turizm ve Gastronomi Araştırmaları Dergisi*.
- World Food Travel Association. (2018).** What is food tourism? <https://www.worldfoodtravel.org/cpages/what-is-food-tourism>, E.T.: 01.01.2023.

4. EXTENDED ABSTRACT

In recent years, gastronomic tourism has become a trend that attracts a lot of attention from global travelers (Choe & Kim, 2018). Food is an important component of the travel experience and is also a part of travel activities (Lai, 2020; Lee et al., 2020a; Lee et al., 2020b). Street flavors is treasures of local cuisine and has become an important part of the tourism industry in the world. In this context, it can be said that street flavors is the cultural ambassador of a country, region or geography. Turkey has its own unique street flavors and culture. Simit, kokoreç, fish bread, pickle juice, doner kebab, mussel, chickpea rice, meatballs, etc. It is one of the first Turkish street foods that comes to mind. The diversity in Turkish street flavors is also due to the differences in ingredients and flavors used between regions. Almost all regions have their own street flavors. When Şanlıurfa province is evaluated in terms of its unique rich food variety and street flavors, it is seen that it has a significant gastronomic tourism potential. In the research, it is aimed to examine the street flavors concept in Şanlıurfa by evaluating the street flavors of Şanlıurfa from the perspective of gastronomy tourism. In the research; Among the qualitative research techniques, document analysis method was preferred and academic publications, books, articles and introductory articles about Şanlıurfa street flavors were used. Information has been evaluated. At the end of the study; It has been determined that lolaz wrap, liver, kebab,

chickpea wrap, semsek, raw meatballs, biyanbalı, şambali dessert and many other street flavors are the parts of Şanlıurfa gastronomy. Also in the study; images of Şanlıurfa street flavors are also included. For many years, the people of Şanlıurfa have made it a tradition to be fed with various dishes, being fond of their palate. Regional food is delicious and very healthy in terms of nutritional values. The dishes of Şanlıurfa province offer a unique taste and variety. In addition to the historical and cultural heritage of Şanlıurfa, the geography and the surrounding cultures that it shares with have had a great impact on the formation of the local cuisine culture. For the people of Şanlıurfa, eating quickly while standing up or consuming street flavors has become the routine of daily life. Street flavors has a very important place in snacking to satisfy the hunger of people while they are outside. As a result, street flavors and the tradition of eating on the street have an important place in daily life and culinary culture (Şanlıurfa Governorship, 2023). It is possible to see many street flavors vendors in Şanlıurfa. Street flavors, which has become a concept in Şanlıurfa, has come to a point where it can provide an indescribable experience as well as giving the guests the opportunity to taste delicious food. Flavors that are a part of Şanlıurfa culinary culture and sold on the streets are very popular throughout the province. Information about food sold on the street is given below. Street flavors; it is handled in three categories as foods, drinks and desserts. Foods; Lolaz (Börülce) Dürümü, Aya Köftesi, Çiğ köfte, Ciğer, Kebap, Lahmacun (Kıymalı), Nohut Dürümü, Semsek; Drinks: Murra, Bianbalı, Şalgam suyu, Bici bici; Desserts: Şillik Tatlısı and Şambali. Street flavors, which is included in the culinary culture of Şanlıurfa, is important in terms of its use in the development of gastronomic tourism, sustainable resource planning and financial return. As a result of the fact that street flavors is generally unregistered and considered against modernization, it is seen that it is not considered in the researches and sectoral-based programs and practices. Şanlıurfa cuisine has many delicious and varied dishes. The most important feature of Şanlıurfa cuisine is the habit of eating on the street, in other words, street flavors. However, despite its rich street flavors culture, Şanlıurfa cannot fully utilize its potential as it cannot use this element as a type of tourism. In the literature review, it was seen that the studies on street flavors in the domestic and foreign literature were insufficient, the studies were mostly focused on food safety, and there was a lack of research in this area. Compared to foreign studies, the concept of street flavors, which has not been discussed much in our country yet, is thought to contribute to the literature in our country with this study, which is discussed in terms of gastronomy tourism. In the study, street flavors is examined as an element of gastronomic tourism in the province of Şanlıurfa. It is thought that the examination of street flavors in Turkey or in other regions and the creation of street flavor maps by creating an inventory will contribute to the development of gastronomy tourism. In addition, for the next studies to the academicians doing research on the subject; Positive and negative economic effects of street flavors, demographic characteristics of street flavors vendors and who, why and how often they consume street flavors are suggested as other issues worth examining.



IJOTADS